

หลักสูตรระดับปริญญาเอก
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

หลักสูตรระดับปริญญาเอก	สาขาวิชา	ช่วงเปิดรับสมัคร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด. การบัญชี)	การบัญชี	ภาคเรียนที่ 1 ของทุกปี มกราคม - มีนาคม
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด. บริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล)	บริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล	
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด. การจัดการสมัยใหม่)	การจัดการสมัยใหม่	ภาคปลาย ของทุกปี กันยายน - ตุลาคม
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด. นวัตกรรมจัดการการตลาดสมัยใหม่)	นวัตกรรมจัดการการตลาดสมัยใหม่	
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด. การจัดการสมรรถนะและนวัตกรรมดิจิทัล)	การจัดการสมรรถนะและนวัตกรรมดิจิทัล	

หลักสูตรระดับปริญญาโท
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

หลักสูตรระดับปริญญาโท	สาขาวิชา	ช่วงเปิดรับสมัคร
บัญชีมหาบัณฑิต (บช.ม.)	-	ภาคเรียนที่ 1 ของทุกปี มีนาคม - พฤษภาคม
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.)	บริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล	
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.)	ธุรกิจดิจิทัลและระบบสารสนเทศ	
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ศ.ม.)	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจและนวัตกรรมทางธุรกิจ	ภาคปลาย ของทุกปี สิงหาคม - ตุลาคม
การจัดการมหาบัณฑิต (กจ.ม.)	การจัดการสมัยใหม่	
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.)	การจัดการเชิงกลยุทธ์	
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.)	นวัตกรรมจัดการการตลาดสมัยใหม่	
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วท.ม.)	การจัดการสมรรถนะและนวัตกรรมดิจิทัล	



คณะการบัญชีและการจัดการ
MAHASARAKHAM BUSINESS SCHOOL



วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2566 Volume 15 No. 3 July - September 2023

3



Journal of Accountancy and Management
วารสารการบัญชีและการจัดการ
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2566

Volume 15 No. 3 July - September 2023

- 1 ผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
นริศรา แดงเกโพธิ์
- 14 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของพ่อค้าเพียงของครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
อริพันธ์ วรรณสุริยะ
- 34 ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ห่อแมงกระดองทะเลเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในจังหวัดศรีสะเกษ
สัทธานนท์ ญะแก้ว และ พนิดา พานิชกุล
- 51 อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรโสภณ
- 68 Firms' Debt Covenant and Accruals Based Earnings Management: Empirical Evidence from Thai Listed Companies
Titikarn Suriyasarn
- 82 กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร : การศึกษาเชิงประจักษ์ของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย
กานต์ธีรา นามวงศ์
- 101 ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
ปวีรวิศา แสงคำ
- 121 ผลกระทบของการบริหารงานแบบมืออาหิพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย
สุวิทย์ มั่นทะ และ ชจิต วน กาฬสินธุ์
- 134 ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม
พชรรัตน์ บรรจง และ เลิศพร ภาณุกุล
- 150 ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย
ฉันทยา มั่นทะ และ ชจิต วน กาฬสินธุ์
- 164 พลิกโฉมธุรกิจประกันด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน
ภาคภูมิ เพ็ญพอง และ ดลิตา อมรเมฆานนท์
- 180 การทบทวนวรรณกรรม : ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่
วารีพร ฐุศรี
- 198 การสังเคราะห์นวัตกรรมงานการจัดการทรัพยากรมนุษย์ผลกระทบต่อยุคดิจิทัลในประเทศไทย
อังกอร์ ต้นพันธ์ เอกสิทธิ์ สนั่นทอง และ กฟพร มะหะมัด



มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
MAHASARAKHAM UNIVERSITY

JOURNAL of
Accountancy and Management
FACULTY OF ACCOUNTANCY AND MANAGEMENT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ISSN : 1906-7933 &
ISSN : 2730-3276 (Online)

วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
วารสารนี้อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย ฐาน 1 (<http://tci.trf.or.th>)
และได้รับการรับรองจาก สมศ. แล้ว

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิชาการและบทความวิจัยที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ โดยวารสารมีขอบเขตครอบคลุมหลายสาขาวิชาทางด้านธุรกิจได้แก่ การบัญชี การจัดการ การบริหารธุรกิจ การจัดการการประกอบการ เทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจ การบริหารการเงิน ธุรกิจระหว่างประเทศ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ การจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การตลาด และเศรษฐศาสตร์

เจ้าของ

คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน วิจัย และนวัตกรรม

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ และนวัตกรรมการเรียนรู้

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ชลธิชา ธรรมวิญญู

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธนา บุญเหลือ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพล หม่อมมี

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ปฐมพงษ์ หงษ์สุวรรณ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.การุณย์ ประทุม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกสินี หมั่นไธสง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัญญา รักสงฆ์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Prof.Dr.Andy Koronios

University of South Australia, Australia

Prof.Dr.Christopher Gan

Lincoln University, New Zealand

Prof.Dr.Naomie Salim

Universiti Teknologi Malaysia, Malaysia

Asst.Prof.Dr.Man Zhang

Bowling Green State University, USA

Dr.Minsoo Lee

Asian Development Bank, Beijing, china

ศาสตราจารย์ ดร.สุทธิศักดิ์ พงศ์นาพานิข

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรหมอักษร

มหาวิทยาลัยนครพนม

รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ดร.เกษมศักดิ์ โชติชาครพันธุ์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.พรภัส สุวรรณรัตน์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ภูเบศร์ สมุทรจักร

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎา จินตกานนท์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี หอมดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมนวล วิเศษสรรพ

มหาวิทยาลัยรังสิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ ท้วมรุ่งโรจน์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมชาย สุภธาดา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ ดร.ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์

บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ฝ่ายจัดการ

นางสาวณัฐกานต์ จันดาโชติ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงาน

วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม 44150 โทรศัพท์ (043) 754-333 ต่อ 5626

E-mail: journal@mbs.msu.ac.th Website: <http://www.tci-thaijo.org/index.php/mbs>

คณะกรรมการกลั่นกรอง

บทความวิจัย บทความวิทยานิพนธ์ บทความการค้นคว้าอิสระ และบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จะประเมินบทความตามเกณฑ์และแบบฟอร์มที่กำหนดในลักษณะเป็นแบบปกปิดรายชื่อผู้เขียนบทความและผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งการพิจารณาการตรวจอ่านบทความจะใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ต่างสถาบัน

คณะกรรมการกลั่นกรองภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณ เอี่ยมวิจารณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณินท์ ตั้งบุญญพุดมคุณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนีรัตน์ วงษ์ขิม

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการกลั่นกรองภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธวีรณ พืศรีศักดิ์โสภณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา พรหมเกษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อากาภิษฐ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ เลาหนีเมทนี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณณี ตระทองพาณิชย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจริญลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย จันทรีเรือง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญหมื่นไวย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร เป้าธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำภาศรี พอดำ
อาจารย์ ดร.กิตติ์ เอียรธโนปัย
อาจารย์ ดร.ศิกัญจน์มณี ไชเออร์ส
อาจารย์ ดร.อุษณา แจ้งคล้าย

สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
บริษัท ธู เดอะไลน์ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยแม่โจ้
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชา วิทยาเขตเชียงใหม่
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยบูรพา
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตสกลนคร
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
สาขาวิชาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ขอนแก่น
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

กำหนดออกเผยแพร่ ปีละ 4 ฉบับ (ราย 3 เดือน)

ฉบับแรกของปี เดือนมกราคม – มีนาคม
ฉบับที่สองของปี เดือนเมษายน – มิถุนายน
ฉบับที่สามของปี เดือนกรกฎาคม – กันยายน
ฉบับที่สี่ของปี เดือนตุลาคม – ธันวาคม

บรรณาธิการ

สวัสดีค่ะ วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 3 ปีที่ 15 ประจำปี 2566 เป็นฉบับที่ยังเข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการ ทุบทบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบทางวิชาการ เพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการวิชาการ

ในการจัดทำวารสารการบัญชีและการจัดการนี้ กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของบทความวิจัย ที่คัดเลือกนำมาลงตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ โดยบทความวิจัยที่ถูกคัดเลือกตีพิมพ์จะต้องผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewers) จำนวน 3 ท่านต่างสถาบัน ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับสาขาวิชาทางด้านการบัญชี บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการช่วยอ่านและพิจารณาต้นฉบับ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินการจัดทำวารสารเป็นอย่างดี กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 10 บทความ ได้แก่ 1) การวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงาน 2) ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการออมที่พอเพียงของครัวเรือน 3) ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ 4) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม 5) Firms' Debt Covenant and Accruals Based Earnings Management: Empirical Evidence from Thai Listed Companies 6) กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรกับความสำเร็จขององค์กร 7) กลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 8) การบริหารงานแบบมืออาชีพกับความสำเร็จในการดำเนินงาน 9) ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความภักดีต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 10) จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพ และบทความวิชาการ จำนวน 3 เรื่อง คือ 1) พลิกโฉมธุรกิจประกันด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน 2) ปัจจัยเชิงสาเหตุกับความสามารถทางการแข่งขัน และ 3) การสังเคราะห์นวัตกรรมงานการจัดการทรัพยากรมนุษย์ผลกระทบต่อยุคดิจิทัล

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทวิจารณ์ กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลาขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากท้ายวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจักได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

ในสุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้อ่านทุกท่าน ที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอด จนปัจจุบันทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการ ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 1 อย่างไรก็ตาม กองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการวิชาการต่อไป

อาจารย์ ดร.ชลธิชา ธรรมวิญญู

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม – กันยายน 2566

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
1. ผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชี ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม นริศรา แดงเทโพธิ์	1
2. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการออมที่พอเพียงของครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อธิพันธ์ วรรณสุริยะ	14
3. ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด ในจังหวัดศรีสะเกษ ลัทธิกาญจน์ กุญแก้ว พนิดา พานิชกุล	34
4. อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรโสภณ	51
5. Firms' Debt Covenant and Accruals Based Earnings Management: Empirical Evidence from Thai Listed Companies Titikarn Suriyasarn	68
6. กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร : การศึกษาเชิงประจักษ์ของธุรกิจ อาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย กานต์ธีรา นามวงศ์	82
7. ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ปวีศา แสงคำ	101

บทความวิจัย	หน้า
8. ผลกระทบของการบริหารงานแบบมืออาชีพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย <i>สุวิทย์ มั่นทะ ขจิต ณ กาฬสินธุ์</i>	121
9. ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม <i>พชรรัตน์ บรรจง เลิศพร ภาระสกุล</i>	134
10. ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย <i>ฉันทยา มั่นทะ ขจิต ณ กาฬสินธุ์</i>	150
11. พลิกโฉมธุรกิจประกันด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน <i>ภาควุมิ เพ็ญผ่อง ดลينا อมรเหมานนท์</i>	164
12. การทบทวนวรรณกรรม : ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ <i>วารีพร ชูศรี</i>	180
13. การสังเคราะห์นวัตกรรมงานการจัดการทรัพยากรมนุษย์ผลกระทบต่อยุคดิจิทัลในประเทศไทย <i>อิงอร ตันพันธ์ เอกสิทธิ์ สนามทอง ทศพร มะหะหมัด</i>	198

วารสารบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

Maharakham Business School, Volume 15 No. 3 July - September 2023

TABLE OF CONTENTS

Research Articles	Page
1. The Effect of Operational Planning on Job Quality of Finance and Accounting Analyst at Maharakham University <i>Narisara Dangtepro</i>	1
2. Factor Affecting Sufficient Savings of Households in Bangkok Area and Perimeters <i>Atipan Vansuriya</i>	14
3. Geographic Information System of Premium Grade Shallot to Improve Marketing Opportunities of Sisaket Province <i>Lattagarn Kuikaew</i> <i>Panida Panichkul</i>	34
4. The Influence of Factors Affecting Purchase Decisions Condominium in Muang District, Nakhonratchasima Province <i>Ajcharapan Tangjaturasopon</i>	51
5. Firms' Debt Covenant and Accruals Based Earnings Management: Empirical Evidence from Thai Listed Companies <i>Titikarn Suriyasarn</i>	68
6. Organizational Learning Strategy influencing on Organizational Success: An Empirical Study of Packaged Foods Businesses in Thailand <i>Kantheera Namwong</i>	82
7. Effects of Organizational Management Strategy and Governmental Supply Procurement and Management Efficiency on Performance Efficiency of Supplier Executive in Higher Education Institutions of Thailand <i>Pawarisa Saengkham</i>	101

Research Articles	Page
8. Effects of Professionalism Management on Operational Success of Area Revenue Branch Offices in Thailand <i>Suwit Munta</i> <i>Khajit Na Kalasindhu</i>	121
9. Satisfaction Factor Affecting Thai Tourists' Loyalty towards Cultural Tourism in Nakhon Phanom Province <i>Phutcharat Banchong</i> <i>Lertporn Parasakul</i>	134
10. Relationships Between Professional Codes of Ethics in Digital Era and Professional Sustainability of Tax Auditors in Thailand <i>Chantaya Munta</i> <i>Khajit Na Kalasindhu</i>	150
11. Disruptive Blockchain Technology in Insurance Industry <i>Pakpoom Phuakphong</i> <i>Dalina Amonhaemanon</i>	164
12. Literature Review: Causative Factors Affecting Competitiveness of Small and Medium Enterprise Entrepreneurs Processed seafood producers In a New Normal Situation <i>Wareeporn Chusri</i>	180
13. Innovation Synthesis of Human Resource Management Impact Digital in Thailand <i>Ingorn Tanphan</i> <i>Ekkasit Sanamthong</i> <i>Tosaporn Mahamud</i>	198

ผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของ
ของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

The Effect of Operational Planning on Job Quality
of Finance and Accounting Analyst at Mahasarakham University

นริศรา แดงเทพโพธิ์*

Narisara Dangtepro*

Received : February 1, 2021 Revised : June 27, 2022 Accepted : June 30, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการปฏิบัติงานกับคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรตัวอย่างนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 81 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ พบว่าการวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการบริหารเวลา ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงาน และปรับปรุงผลการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพตามความต้องการของผู้บังคับบัญชา รวมไปถึงเป็นส่วนช่วยให้การปฏิบัติงานเกิดความคล่องตัว และสามารถเตรียมความพร้อม เพื่อรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทัน่วงที

คำสำคัญ : การวางแผนการปฏิบัติงาน คุณภาพการทำงาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* นักวิชาการเงินและบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Finance and Accounting Analyst, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

* Corresponding author E-mail: narisara.d@acc.msu.ac.th

Abstract

The purposes of this research were to study the effects of Operational Planning on the Job Quality of Finance and Accounting Analysts at Mahasarakham University. And to study the relationships between the Operational Planning and Job Quality of Finance and Accounting Analyst at Mahasarakham University. The target group of the interview was 81 Finance and Accounting Analysts at Mahasarakham University. The research methodology consisted of the method data collected by questionnaire Statistical techniques were Multiple Regression Analysis. The results showed that Operational Planning, Time Management, Priority for Dispatching Jobs, Operation Method, and The Analysis of Success Opportunities of Jobs Planning have a positive relationship and impact on the overall quality of work. The research results can be used as a guideline for planning the operation and improving the quality of performance according to the supervisor's needs. Not only making the operation more flexible but also preparing for the future and ensuring solving problems timely.

Keywords : Operational planning, Job quality, Mahasarakham University

1. บทนำ

การวางแผนการปฏิบัติงานในองค์กรยุค 4.0 เพื่อขับเคลื่อนองค์กร พัฒนานวัตกรรม ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาทางเศรษฐกิจแนวใหม่ เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจ และบริหารขับเคลื่อนพัฒนาประเทศไทยที่ผ่านมานั้น (กรรณิการ์ อุดตะทอง, 2561) ซึ่งหน่วยงานทุกระดับทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องมีปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย สามารถดำเนินงานได้สอดคล้องกับกระบวนการทำงาน รวมทั้งทราบรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับกระบวนการ ระยะเวลาของการทำงานนั้น ๆ หากเกิดข้อผิดพลาดจะสามารถทราบได้ทันทีที่เกิดจากสาเหตุอะไร และสามารถทำการแก้ไขได้ทันที่ที่เกิดการผิดพลาดในกระบวนการทำงาน โดยไม่ก่อให้เกิดการเสียเวลา รวมทั้งสามารถตรวจสอบการทำงาน และกำหนดแนวทางการทำงานในอนาคตได้ เพื่อความสำเร็จของหน่วยงาน ปัจจัยดังกล่าว เรียกว่า การวางแผน (Planning) (มุสลิมมะห์ เจ๊ะมี, 2558) โดยการวางแผนจะช่วยให้เกิดความกระฉับกระเฉงเปลี่ยนแปลง สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า และกำหนดล่วงหน้าได้ การวางแผนให้ทิศทาง และเน้นความสนใจไปที่วัตถุประสงค์เพื่อลดความซ้ำซ้อนและกิจกรรมที่สูญเปล่าต่าง ๆ ช่วยแก้ไขปรับปรุงการดำเนินการให้มีความต่อเนื่องและการวางแผนช่วยให้มีการประเมิน และการพิจารณาแก้ไขปรับปรุงให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

การวางแผนการปฏิบัติงาน (Operational Planning) เป็นการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานว่าจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งก่อนล่วงหน้า โดยกำหนดว่าทำเมื่อไหร่ และใครเป็นคนทำ ก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานจริง เป็นการกำหนดทิศทางการทำงานของอนาคต เพื่อให้การปฏิบัติงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ต้องการ (สุภัทพร ชลอลเลิศ และคณะ, 2561) ซึ่งการวางแผนการปฏิบัติงานจะช่วยสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานรู้ทิศทางการทำงาน รู้ว่าควรทำอะไร และทำอย่างไร จึงจะได้ผลและบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีการวางแผนจะช่วยให้สามารถคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงอันอาจเกิดในอนาคตได้ดียิ่งขึ้น และสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ในขณะเดียวกันยังเป็นการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงนั้นอย่างเหมาะสม เนื่องจากการวางแผนทำให้รู้ทั้งวิธีการทำงานและเป้าหมายของงาน จึงทำให้มีความชัดเจนในการทำงานรู้ว่ากิจกรรมใดควรทำก่อนหลัง และการทำงานต่าง ๆ ย่อมต้อง

อาศัยการวางแผนในการปฏิบัติงาน เพื่อนำมาช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สมิต สัจฉกร, 2553) ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การวางแผนการปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการบริหารเวลา (Time Management) ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน (Priority for Dispatching Jobs) ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ (Operation Method) และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน (The Analysis of Success Opportunities of Jobs Planning) (Kinichi & Williams, 2009) เมื่อนักวิชาการเงินและบัญชีมีการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดี มีการเตรียมการรับมือกับปัญหาไว้ล่วงหน้าอย่างละเอียด รอบคอบรู้จักและรับผิดชอบตนเองและมีการป้องกันกับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น โดยการกำหนดวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงาน รวมถึงมีการบริหารเวลา การสร้างโอกาสให้กับตนเอง มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานรวมถึงการมองโลกในแง่บวก และพัฒนาการปฏิบัติงานของตนเอง ย่อมจะส่งผลให้มีการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ

คุณภาพการทำงาน (Job Quality) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการดำเนินการตามแผนปฏิบัติที่วางไว้ ส่งผลทำให้เกิดความอยู่รอดและความก้าวหน้าขององค์กร (เข็มพร ศรีมงคล, 2560) ในปัจจุบันองค์กรต่างให้ความสำคัญกับคุณภาพการทำงาน โดยการดำเนินงานในแต่ละกิจการต้องมีคุณภาพ มีการทำงานที่เป็นระบบและชัดเจน โดยมอบหมายให้ผู้มีหน้าที่และรับผิดชอบโดยตรง ตลอดจนอำนาจในการตัดสินใจและสั่งงานที่ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นระบบและมีรูปแบบที่ชัดเจนสามารถติดตามประเมินผลและปรับปรุงให้เกิดความเหมาะสมในการทำงาน (อรทัย วาระนุช, 2551) ซึ่งคุณลักษณะของบุคคลที่ทำงานอย่างมีคุณภาพ เป็นการตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถใช้เทคนิคในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่ดีมีคุณภาพและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุด เป็นบุคคลที่มีความสุขและพอใจในการทำงาน พร้อมทั้งจะพัฒนาคุณภาพและปริมาณของผลงานคิดค้นดัดแปลงวิธีการทำงานให้ได้ผลดียิ่งขึ้น ซึ่งองค์ประกอบของคุณภาพการทำงาน ประกอบด้วย ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Goal Accomplishment) ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (Provide and Resource Using) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Operation Process) และด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) (สมใจ ลักษณะ, 2552) ซึ่งคุณภาพในการทำงานทุกองค์กรต่างมีความต้องการและคาดหวังจากผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่เป็นองค์กรหนึ่งที่ต้องการผลการดำเนินงานและผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Mahasarakham University) เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่เปิดสอนในระดับอุดมศึกษาทุกระดับ โดยมีพันธกิจหลัก 4 ด้าน ประกอบด้วย การจัดการเรียนการสอนมุ่งผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน มีคุณลักษณะพึงประสงค์และมีความเป็นผู้ประกอบการ การพัฒนางานวิจัย และนวัตกรรมสู่ความเป็นเลิศให้บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม เพื่อให้ชุมชนและสังคมสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และอนุรักษ์ ฟื้นฟู ปกป้อง เผยแพร่ และพัฒนาศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของอีสาน (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2564) ซึ่งการดำเนินงานให้บรรลุพันธกิจของมหาวิทยาลัยต้องอาศัยพนักงานในมหาวิทยาลัยช่วยกันปฏิบัติงานให้สำเร็จซึ่งรวมถึงพนักงานในกลุ่มของนักวิชาการเงินและบัญชีด้วย เพราะพนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชี มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรและเป็นการปฏิบัติงานที่ต้องรายงานข้อมูลทางการเงินและการบัญชีให้ผู้บริหารทราบเพื่อใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ดังนั้น ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีและต้องพัฒนาสมรรถนะหลักของนักวิชาการเงินและบัญชี เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กร

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยจึงศึกษาผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อจะทดสอบว่าการวางแผนการปฏิบัติงานมีผลกระทบต่อคุณภาพการทำงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักวิชาการเงินและ

บัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงาน และปรับปรุงผลของการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บังคับบัญชา รวมไปถึงเป็นส่วนช่วยให้การปฏิบัติงานเกิดความคล่องตัว และสามารถเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทัน่วงที

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

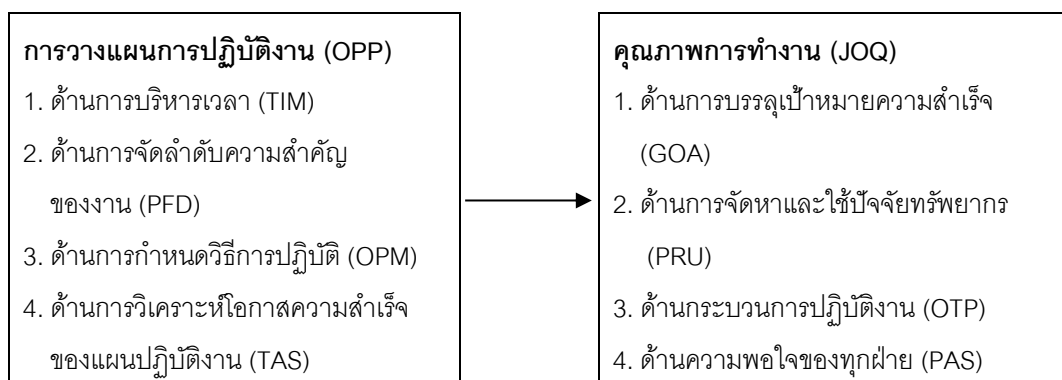
1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการปฏิบัติงานกับคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เพื่อทดสอบผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การวางแผนการปฏิบัติงานได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อคุณภาพการทำงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้น สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของการวางแผนการปฏิบัติงานกับคุณภาพการทำงาน



จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการปฏิบัติงาน พบว่า สัญญา เคนาภูมิ และ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2560) ได้กล่าวว่า การวางแผนการปฏิบัติงานเป็นกระบวนการเกี่ยวกับการคิดและการตัดสินใจหาทางเลือกที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานโดยการเลือกใช้ปัจจัยต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานในอนาคตเป็นไปอย่างเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพสูงสุด ส่วนกระบวนการวางแผนที่สำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหา การประเมินเป้าหมายและทางเลือก การเลือกเป้าหมายและแผนงาน การจัดทำแผนและแผนประจำปี การดำเนินตามเป้าหมายและแผนงาน การติดตามความก้าวหน้าและการควบคุม และการประเมินผลแผน นอกจากนั้นเครื่องมือสำหรับการวางแผนประกอบด้วย การพยากรณ์ การหาจุดเด่น และการให้มีส่วนร่วมในการวางแผน ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรประสบผลสำเร็จ การวางแผนจึงได้ถูกนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อจะช่วยให้การทำงานเกิดความชัดเจน สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า การวางแผนการปฏิบัติงานจะมุ่งเน้นความสนใจไปที่วัตถุประสงค์เพื่อลดความซ้ำซ้อนและกิจกรรมที่สูญเปล่าต่าง ๆ ช่วยแก้ไขปรับปรุง

การดำเนินงานให้มีความต่อเนื่อง ซึ่งการวางแผนการปฏิบัติงานจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการบริหารเวลา ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน (Kinichi & Williams, 2009)

2.1 การวางแผนการปฏิบัติงาน (Operational Planning) หมายถึง การปฏิบัติงานที่มีการเตรียมการรับมือกับปัญหาไว้ล่วงหน้าอย่างละเอียด รอบคอบ รู้จัก และรับผิดชอบตนเอง และมีการป้องกันกับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น โดยมีกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน การจัดลำดับความสำคัญของงาน การบริหารเวลา และการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติ รวมถึงการมองโลกในแง่บวกและพัฒนาการปฏิบัติงานของตนเองเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรสูงสุด

2.1.1 ด้านการบริหารเวลา (Time Management) เป็นวิธีการดำเนินงานโดยใช้เวลาในปฏิบัติงานให้ตรงตามเป้าหมายมากที่สุด โดยต้องรู้ถึงวิธีการทำงานโดยละเอียด เพื่อนำมาใช้ในการจัดสรรเวลา ให้สามารถปฏิบัติงานสำเร็จ ล่วงหน้ามีประสิทธิภาพและทันเวลา และสามารถวัดผลได้ในระยะเวลาที่กำหนด

2.1.2 ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน (Priority for Dispatching Job) เป็นความสามารถในการวิเคราะห์งานที่ปฏิบัติอยู่ทั้งงานประจำ งานเร่งด่วน หรืองานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายเพิ่มเติม เพื่อแยกแยะงานใดควรเริ่มปฏิบัติงานก่อน ปฏิบัติงานหลัง และสามารถปฏิบัติได้ตามลำดับความสำคัญของงานที่ได้จัดลำดับไว้ให้สำเร็จ ล่วงตามเป้าหมาย

2.1.3 ด้านกำหนดวิธีการปฏิบัติ (Operation Method) เป็นการกำหนดแผนงาน วิธีการปฏิบัติงานและขั้นตอนการปฏิบัติงาน กิจกรรม รายละเอียดของงาน ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงขั้นตอน วิธีการ และสามารถเตรียมงานล่วงหน้า เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความราบรื่น เรียบร้อย นำไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

2.1.4 ด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน (The Analysis of Success Opportunities of Job Planning) เป็นการมององค์ประกอบโดยรวมของการบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สามารถวัดผลได้ตามระยะเวลาที่กำหนด มีความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติงาน และสามารถนำแผนปฏิบัติงานมาใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการทำงาน พบว่า Gimzauskiene และ Klovienne (2010) ได้กล่าวว่า คุณภาพในการทำงาน เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงานตามบทบาท และเป็นความสามารถในการปฏิบัติงานตามระบบของการทำงาน ให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดไว้ เพื่อนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจภายในองค์กร โดยการทำงานให้มีคุณภาพ ผู้ปฏิบัติงานจะต้องตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ ใช้เทคนิคในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่ดีมีคุณภาพ และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งจะพัฒนาคุณภาพและปริมาณของผลงาน คิดค้นดัดแปลงวิธีการทำงานให้ได้ผลดียิ่งขึ้น ซึ่งในการทำงานให้มีคุณภาพนั้นจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านความพอใจของทุกฝ่าย (สมใจ ลักษณะ, 2552)

2.2 คุณภาพการทำงาน (Job Quality) หมายถึง ผลลัพธ์ของการใช้ความรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อทำงานที่ได้รับมอบหมายหรือที่ได้กำหนดเป้าหมายให้บรรลุผล มีการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ทำงานได้เสร็จสมบูรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความพอใจแก่ทุกฝ่าย

2.2.1 ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Goal Accomplishment) เป็นผลของการปฏิบัติงานให้เกิดความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นไปตามแผนการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้หรือตามนโยบายที่ผู้บริหารองค์กรคาดหวังไว้

2.2.2 ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (Provide and Resource Using) เป็นผลของการจัดหาทรัพยากรที่มีความเพียงพอสำหรับการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ และจัดสรรอย่างถูกต้อง เหมาะสมให้เกิดประโยชน์

สูงสุด เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้การปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมาย รวมถึงการใช้ทรัพยากร ในการดำเนินงานให้คุ้มค่า และมีประโยชน์ต่อองค์กรให้มากที่สุดโดยบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้

2.2.3 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Operation Process) เป็นผลการปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีการจัดระบบไหลเวียนของงานได้อย่างเหมาะสม มีการประสานงาน การส่งต่อกันของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.4 ด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) เป็นผลสำเร็จของการปฏิบัติงานที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นมิตร และมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการวางแผนการปฏิบัติงานมีความสำคัญและมีผลต่อคุณภาพการทำงาน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 1: การวางแผนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการทำงานโดยรวม

สมมติฐานการวิจัย 2: การวางแผนการปฏิบัติงานมีผลกระทบต่อคุณภาพการทำงานโดยรวม

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้น ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 99 คน (กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2564) ซึ่งจำแนกประชากรกลุ่มตัวอย่างตามหน่วยงานที่สังกัด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 99 ชุด ซึ่งได้ตอบกลับมาจำนวน 81 ชุด และเป็นแบบสอบถามที่ต้องครบถ้วนทั้งสิ้น คิดเป็นร้อยละ 81.82 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2005) ซึ่งได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับมาน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน และหน่วยงานที่สังกัด ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนการปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการบริหารเวลา จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการใช้เวลาปฏิบัติงานให้ตรงตามเป้าหมาย การรับรู้วิธีการทำงานโดยละเอียด การจัดสรรเวลาเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวิเคราะห์งานที่ได้รับมอบหมาย การแยกแยะงานที่เร่งด่วนและควรปฏิบัติก่อน – หลัง และการปฏิบัติได้ตามลำดับความสำคัญของงานที่ได้จัดลำดับไว้ ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การกำหนดกิจกรรม รายละเอียดของงาน และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การเรียนรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติงาน และการนำแผนปฏิบัติงานมาใช้ในการปฏิบัติงาน ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ จำนวน 16 ข้อ

ประกอบด้วย ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการกำหนดเป้าหมาย การเปรียบเทียบผลของการปฏิบัติงาน และการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดหาทรัพยากรให้มีความเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทการส่งต่องาน และการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน และด้านความพอใจของทุกฝ่าย จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานให้บรรลุความสำเร็จ และการปฏิบัติงานให้เกิดความพอใจของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) ของแต่ละด้านโดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการวางแผนการปฏิบัติงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.717 - 0.891 และคุณภาพการทำงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.759 - 0.897 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 ถือว่าเนื้อหาของแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเป็นค่าที่ยอมรับได้ และการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามรายด้าน โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการวางแผนการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.923 - 0.953 และคุณภาพการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.941 - 0.968 ซึ่งเป็นค่าที่ Hair, Black, และ Anderson (2010) นำเสนอว่า ความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่มีค่าเกิน 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ JOQ} = \beta_0 + \beta_1\text{TIM} + \beta_2\text{PFD} + \beta_3\text{OPM} + \beta_4\text{TAS} + \epsilon$$

เมื่อ JOQ หมายถึง คุณภาพการทำงานโดยรวม

TIM หมายถึง การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการบริหารเวลา

PFD หมายถึง การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน

OPM หมายถึง การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ

TAS หมายถึง การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผลลัพธ์การวิจัย พบว่า นักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 40 ปี สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน 25,000 – 30,000 บาท ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปี และหน่วยงานที่สังกัด หน่วยงานที่สังกัดคณะวิทยาลัย/บัณฑิต ต่อมาผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคามดังตาราง 1 และตาราง 2

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการวางแผนการปฏิบัติงานกับคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตัวแปร	JOQ	TIM	PFD	OPM	TAS	VIFs
$\bar{x}$	4.31	4.28	4.31	4.27	4.29	
S.D	0.53	0.57	0.57	0.55	0.55	
JOQ	–	0.761*	0.770*	0.870*	0.764*	
TIM		–	0.703 *	0.793*	0.683*	3.078
PFD			–	0.779*	0.584*	2.675
OPM				–	0.704*	4.043
TAS					–	2.163

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการบริหารเวลา ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการทำงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.761 – 0.870 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในลำดับต่อมาผู้วิจัย จึงทำการทดสอบ Multicollinearity ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การวางแผนการปฏิบัติงาน มีค่าตั้งแต่ 2.163 – 4.043 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสอดคล้องกับ Black (2006) ได้เสนอว่าค่า VIFs ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของการวางแผนการปฏิบัติงานกับคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การวางแผนการปฏิบัติงาน	คุณภาพการทำงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.604	0.227	2.899*	0.005
ด้านการบริหารเวลา (TIM)	0.149	0.080	2.112**	0.039
ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน (PFD)	0.184	0.073	2.502**	0.014
ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ (OPM)	0.461	0.093	4.929 *	< 0.0001
ด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของงาน (TAS)	0.265	0.069	3.817*	< 0.0001
F = 96.556 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.808				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการบริหารเวลา ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของงาน มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อคุณภาพการทำงานโดยรวม ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย 1: การวางแผนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการทำงานโดยรวม และสมมติฐานการวิจัย 2: การวางแผนการปฏิบัติงานมีผลกระทบต่อคุณภาพการทำงานโดยรวม ซึ่งสามารถอธิบายผล ดังนี้ การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการบริหารเวลา มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจาก การบริหารเวลาเป็นวิธีการดำเนินงานโดยใช้เวลาในปฏิบัติงานให้ตรงตามเป้าหมาย และรู้จักวิธีการทำงานโดยละเอียด เพื่อนำมาใช้ในการจัดสรรเวลา ให้สามารถปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา ซึ่งการบริหารเวลาและการจัดสรรเวลามีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน ด้านการเงินและการบัญชีเป็นอย่างมาก เพราะการปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีต้องมีการรายงานข้อมูลทางการเงินที่มีความถูกต้อง จึงทำให้นักวิชาการเงินและบัญชีต้องมีการวางแผนด้านเวลาในการปฏิบัติงาน และการใช้เวลาในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มีเวลาในการทบทวน และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทางการเงินและการบัญชี และทำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจของผู้บริหารได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริสุดา แก้วมณีชัย และ วาโร เฟิงส์วส์ต์ (2562) พบว่า เวลาเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดที่ทุกคนได้รับมาอย่างเท่าเทียมกัน ผู้ปฏิบัติงานที่มีความสามารถในการบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการตั้งเป้าหมาย การจัดตารางเวลา การติดตามผลการใช้เวลา และการสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน จะทำให้สามารถทำงานทุกอย่างสำเร็จตามเป้าหมายและทันต่อเวลา ลดความเครียด ลดความวิตกกังวล สามารถเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณณดา จงละเอียด (2561) พบว่า การบริหารเวลา มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อคุณภาพการปฏิบัติงานทางการเงินการบัญชีของผู้ทำบัญชี เพราะกระบวนการจัดทำบัญชี มีเงื่อนไขของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน หากผู้ปฏิบัติงานมีการบริหารเวลาที่ดี มีการจัดทำปฏิทินปฏิบัติงาน และการจัดลำดับของกิจกรรม เพื่อการบริหารจัดการเวลาที่ไร้ประโยชน์ จะทำให้ผู้ทำบัญชีได้มีเวลาในการทบทวน ตรวจสอบ และสามารถจัดทำบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชี เพื่อให้ผลงานที่ได้มีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์และคุ้มค่ามากที่สุด

การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจาก การจัดลำดับความสำคัญของงานเป็นการวิเคราะห์งานที่ปฏิบัติ โดยแบ่งเป็นงานประจำ งานเร่งด่วน หรืองานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายเพิ่มเติม เพื่อแยกแยะงานใดควรเริ่มปฏิบัติงานก่อน ปฏิบัติงานหลังตามลำดับความสำคัญของงานที่ได้จัดลำดับไว้ ซึ่งการจัดลำดับความสำคัญของงานมีความจำเป็นในการปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชี เพราะการจัดลำดับความสำคัญของงานจะทำให้นักวิชาการเงินและบัญชีสามารถวิเคราะห์ แบ่งแยกประเภทของงาน เพื่อแยกแยะงานใดควรเริ่มปฏิบัติงานก่อน ปฏิบัติงานหลังอย่างเป็นระบบ ลดการปฏิบัติงานที่เร่งด่วน ลดข้อผิดพลาด ความจำเป็นเร่งด่วน และสามารถปฏิบัติตามลำดับความสำคัญของงานที่ได้จัดลำดับไว้ให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติคุณ แสงนิล และคณะ (2562) พบว่า การจัดลำดับความสำคัญของงาน มีความสำคัญที่ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิต ซึ่งการจัดลำดับความสำคัญของงานเป็นแนวทางที่ได้มาจากการตัดสินใจที่เหมาะสมอย่างสมเหตุสมผล ดำเนินการวิเคราะห์จากสิ่งที่เกิดขึ้น กิจกรรมที่ต้องทำ ความจำเป็น และสิ่งสำคัญของงาน เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และได้ผลงานที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภักพร ชลอเลิศ และคณะ (2561) พบว่า การวางแผนการปฏิบัติงานเชิงรุก ด้านการจัด ลำดับความสำคัญของการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน เนื่องจาก การจัดลำดับความสำคัญของงานจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบถึงงานที่มีความเร่งด่วนและความสำคัญของงาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงาน

สามารถเลือกงานที่เร่งด่วนที่จะทำก่อน หรือทำหลังได้อย่างถูกต้อง โดยไม่ส่งผลกระทบต่อองค์กร และช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถส่งมอบงานตามที่ได้รับมอบหมายได้ทันเวลาที่กำหนดไว้

การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจาก การกำหนดวิธีการปฏิบัติเป็นการกำหนดแผนงาน วิธีการปฏิบัติงานและขั้นตอนการปฏิบัติงาน ที่ทำให้ทราบถึงขั้นตอน วิธีการ เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความราบรื่น เรียบร้อย นำไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ซึ่ง นักวิชาการเงินและบัญชีได้ให้ความสำคัญกับการกำหนดวิธีการปฏิบัติ มีการวางแผนเป้าหมายและวางแผนงาน เพื่อลดขั้นตอน และข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีระบบและช่วยลดความซ้ำซ้อนในการทำงานได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ เผ่าเวียงคำ และคณะ (2561) พบว่า การวางแผนการปฏิบัติงาน โดยการกำหนดวิธีการ การมอบหมายการปฏิบัติตามแผนและการดำเนินงานตามแผน มีความสำคัญที่ทำให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานและการมีขั้นตอนการทำงานอย่างถูกต้อง ย่อมเกิดผลดีในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีทิศทางในการดำเนินงาน และปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการมอบหมายหน้าที่การปฏิบัติงานให้กับบุคลากรในปริมาณที่เหมาะสม ชัดเจนและตรงตามสายงาน จึงทำให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรวดี เอ็มรัตน์ และคณะ (2561) พบว่า การกำหนดวิธีการและการกำหนดแผนการปฏิบัติ มีผลต่อการทำงานในทุกตำแหน่งงานไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งนักบัญชีหรือตำแหน่งงานใด ๆ ก็ตาม ในการกำหนดวิธีการและการกำหนดแผนการปฏิบัติงาน จะทำให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน มีการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ให้เป็นไปตามเกณฑ์ของการปฏิบัติงาน จึงทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และได้ผลงานที่มีคุณภาพ

การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจาก การวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงานเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยรวมของการบรรลุตามเป้าที่ตั้งไว้ และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติงาน เพื่อนำแผนปฏิบัติงานมาใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง ซึ่งนักวิชาการเงินและบัญชีได้มีความมุ่งมั่นปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ทำให้การทำงานเกิดความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น มีการวิเคราะห์แผนปฏิบัติงานและนำแผนปฏิบัติงานที่ได้กำหนดไว้มาใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง รวมถึงการวิเคราะห์วิธีการปฏิบัติงานก่อนลงมือปฏิบัติงาน ทำให้ผลงานมีคุณภาพอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชุนันท์ เครือวรรณ (2562) พบว่า การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อคุณภาพการทำงาน เนื่องจากการวิเคราะห์กระบวนการปฏิบัติงานเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญ เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อหน่วยงานที่ช่วยให้สามารถระบุรายละเอียดของงานเกี่ยวกับข้อกำหนดขอบเขตของงาน มาตรฐานการทำงาน และยังเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนงานการปฏิบัติงาน การประเมินผลงานและการพัฒนางาน เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในงานแต่ละชนิด ส่งผลให้การทำงานบรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา งามขมภู และคณะ (2558) พบว่า ประสิทธิภาพการวางแผนปฏิบัติงาน ด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการทำงาน เนื่องจากการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน เป็นสิ่งสำคัญในการจัดทำแผนการปฏิบัติงาน โดยการประเมินความเป็นไปได้ของแผนการปฏิบัติงาน และสามารถนำแผนไปใช้ในการปฏิบัติได้จริง เพื่อให้ได้ผลการปฏิบัติงานที่บรรลุเป้าหมาย เกิดคุณภาพในการทำงาน และเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการวางแผนปฏิบัติงาน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งสำหรับการวิจัยในอนาคต ผู้ที่สนใจอาจจะทำการศึกษาผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงาน โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น นักวิชาการพัสดุ หรือนักวิชาการนโยบายและแผน เพื่อจะได้ทราบว่า การวางแผนการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์หรือผลกระทบต่อคุณภาพการทำงานกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หรือไม่ และจะทำให้ได้งานวิจัยที่มีความหลากหลายมากขึ้น หรือสามารถนำไปศึกษาตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรอื่น เช่น ประสิทธิภาพการทำงาน โดยศึกษาผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงาน ที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อให้ทราบถึงการวางแผนการปฏิบัติงาน มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างไร ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีการวางแผนในการปฏิบัติงาน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้และช่วยให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพ

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลลัพธ์จากการวิจัยครั้งนี้ได้ค้นพบว่า การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการบริหารเวลา ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม ซึ่งมีค่าอำนาจการพยากรณ์ที่ร้อยละ 80.80 ดังนั้น นักวิชาการเงินและบัญชี สามารถนำผลของการวิจัยการวางแผนการปฏิบัติงานไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยในด้านการบริหารเวลา ต้องกำหนดเวลาและมีการใช้เวลาปฏิบัติงานให้ตรงตามเป้าหมาย มีการรับรู้วิธีการทำงาน โดยละเอียด และจัดสรรเวลาเพื่อให้ทำงานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน โดยมีการวิเคราะห์งานที่ได้รับมอบหมาย การแยกแยะงานที่เร่งด่วนและควรปฏิบัติก่อน – หลัง และการปฏิบัติให้ได้ตามลำดับความสำคัญของงานที่ได้จัดลำดับไว้ ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ ต้องมีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การกำหนดกิจกรรม รายละเอียดของงาน และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน โดยมีการเรียนรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติงาน และการนำแผนปฏิบัติงานมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การทำงานเกิดคุณภาพ

6. สรุปผลการวิจัย

การวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการบริหารเวลา ด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน ด้านการกำหนดวิธีการปฏิบัติ และด้านการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จของแผนปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม ดังนั้น นักวิชาการเงินและบัญชี สามารถนำผลลัพธ์จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงาน และปรับปรุงผลการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพตามความต้องการของผู้บังคับบัญชา รวมไปถึงเป็นส่วนช่วยให้การปฏิบัติงานเกิดความคล่องตัว และสามารถเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทัน่วงที

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ อุตตะทอง. (2561). การวางแผนการปฏิบัติงานในองค์กรยุค 4.0. *Journal of Modern Learning envelopment*, 3(2), 40-51.
- กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *ค้นหาบุคลากร*. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2564, จาก www.pd.msu.ac.th/pd4/hr-สถิติบุคลากร.

- กิตติคุณ แสงนิล พัทธชัย ศิริวงศ์ ธีรวิทย์ อธิวิทย์ และ พชรศักดิ์ จันทร์ขารี. (2562). การสร้างความหมายทางสังคมและบริหารความสมดุลในชีวิตและการทำงานจากประสบการณ์ของนักศึกษาปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 20(1), 144-130.
- เข็มพร ศรีมงคล. (2560). ผลกระทบของขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักบัญชีสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.
- ดวงใจ เผ่าเวียงคำ นภาพร พลนิกรกิจ และณัฐวงศ์ พูนพล. (2561). ผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้อำนวยการกองคลังสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 37(1), 88-97.
- ปัญญาดา จงละเอียด. (2561). ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงาน ด้านการเงินและบัญชี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 5(3), 1028-1043.
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2564). *ประวัติความเป็นมา*. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://www.web.msu.ac.th/msucont.php?mn=mhistory&paction=SHOW_ABOUTMSU
- มุสลิมมะห์ เจ๊ะมี. (2558). สภาพการดำเนินงานตามกระบวนการวางแผนของผู้บริหารตามทัศนะของบุคลากรโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม สังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชน จังหวัดนราธิวาส. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*.
- วรชัฐนันท์ เครือวรรณ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการปฏิบัติงานกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารสาระคาม*, 10(1), 58-77.
- ศิริสุดา แก้วมณีชัย และ วาโร เฟิงสวัสดิ์. (2562). การบริหารเวลาอย่างมีประสิทธิภาพของผู้บริหารสถานศึกษา : ปัจจัยเชิงสาเหตุ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 13(2), 215-226.
- สมใจ ลักษณะ. (2552). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมิต สันตบุตร. (2553). *การวางแผนปฏิบัติงาน*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สายธาร.
- สุกัญญา งามขมภู นวลละออง อรรถรังสรรค์ และ พิระวัฒน์ ไชยล่อม. (2558). ผลกระทบของประสิทธิภาพการวางแผนปฏิบัติงานที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 34(3), 210-220.
- สุภัทพร ชลเลิศ จุลสุดา ศิริสม และไตรรงค์ สวัสดิ์กุล (2561). ผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานเชิงรุกที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร ด้านการบัญชี การเงินและพัสดุมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 12(1), 247-256.
- สุรวดี เอ็มรัตน์ อัครเดช ขวัญรักษ์ และ สลักจิต นิลผาย. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการปฏิบัติงานทางการเงินกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 37(4), 204-215.
- สัญญา เคนาภูมิ และ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2560). กรอบแนวคิดการศึกษากการวางแผนและการบริหารแผน. *วารสารวิชาการแพรวกาพาสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 4(2), 389-411.
- อรทัย วาระนุช. (2551). ผลกระทบของการมีส่วนร่วมในงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจเครื่องแต่งกายในประเทศไทย. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2005). *Marketing Research*. New York : John Wiley & Son.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making*. 4 th ed. New York : John Wiley & Son.
- Gimazuskiene, E., & Kloviene, V. (2010). The Performance Measurement System: Environment Perspective. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 21(2), 180-186.
- Hair, J. F., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. New Jersey : Pearson Education International.
- Kinichi, A., & Williams, B. (2009). *Management: A Practical*. New York : McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York : McGraw Hill.

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการออมที่พอเพียงของครัวเรือน
ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
Factor Affecting Sufficient Savings of Households
in Bangkok Area and Perimeters

อธิพันธ์ วรรณสุริยะ*

Atipan Vansuriya*

Received : November 21, 2021 Revised : June 29, 2022 Accepted : June 30, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม และ สมุทรสาคร ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ครัวเรือน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงลำดับ (Ordered Logistic Regression) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของครัวเรือนได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่พึ่งพิง ประกอบด้วย เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และผู้พิการ และจำนวนหนี้สินของครัวเรือน ดังนั้น แนวทางการเพิ่มความสามารถในการออมของครัวเรือน ควรส่งเสริมให้ครัวเรือนนำรายได้ที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งเก็บออมและสร้างวินัยในการออม และภาครัฐควรมีมาตรการทางด้านการคลังเพื่อช่วยลดรายจ่ายของครัวเรือนในการดูแลสมาชิกในครัวเรือนที่เป็นผู้พึ่งพิงเพื่อเพิ่มความสามารถในการออมให้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ด้านการวางแผนทางการเงินเพื่อลดปัญหาภาระหนี้สินของครัวเรือน

คำสำคัญ : การออม การจัดการทางการเงิน การวางแผนการเงินส่วนบุคคล

* อาจารย์ สาขาวิชาการเงินและนวัตกรรมทางการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

* Lecturer, Major of Finance and Financial Innovations, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Krungthep

* Corresponding author E-mail: atipan.v@mail.rmutk.ac.th

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the savings behavior of household in Bangkok Area and Perimeters and 2) to study the factors affecting household savings in Bangkok Area and Perimeters. The population which used in this study lived in Bangkok Area and Perimeters such as: Bangkok, Samutprakran, Nonthaburee, Pathumthanee, Nakornprathom, and Samudsakorn. A questionnaire was collected for 400 households and analyzed the data with statistics, including: frequency, percentage, mean and standard deviation. and an ordered logistic regression model. From the research, we found that factors that affect household savings are: average monthly household income, the number of dependent household members includes children under the age of 15, the elderly age 60 and over and the disabled, the amount of household debt. Therefore, guidelines for increasing the savings capacity of the household. Households should be encouraged to bring a portion of their additional income to save and create a saving discipline. The government sector should have fiscal measures to help reduce household expenditures for taking care of dependent household members in order to increase their savings capacity. In addition, the government should pay more attention to financial planning knowledge to reduce household debt problems.

Keywords : Savings, Financial Management, Personal Financial Planning

1. บทนำ

เงินออมถือว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาค ในระดับมหภาคหากประเทศมีเงินออมอย่างเพียงพอจะช่วยให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผ่านการนำเงินออมไปลงทุนของภาครัฐและภาคเอกชน และสามารถลดการพึ่งพิงการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศมาลงทุนได้ ในระดับจุลภาค ครัวเรือนที่มีเงินออมจะช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินจากเหตุฉุกเฉิน หรือเหตุการณ์ไม่คาดฝัน ครัวเรือนที่มีเงินออมมากจะสร้างความมั่นคงทางการเงิน ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับตนเองและครอบครัว โดยที่ไม่ต้องรอพึ่งสวัสดิการจากภาครัฐ นอกจากนี้ การสะสมเงินออมไว้ตั้งแต่วัยทำงาน จะช่วยลดความเสี่ยงต่อการมีรายได้ไม่เพียงพอที่จะใช้จ่ายหลังเกษียณ

ปัจจุบันสังคมไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว ในระยะเวลา 30 ปีที่ผ่านมา โครงสร้างอายุของประชากรไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ประชากรวัยสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สวนทางกับจำนวนประชากรวัยเด็ก และวัยทำงาน ในปี 2513 ประเทศไทยมีประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปเพียง 1.7 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.9 ของประชากรทั้งหมด ในปี 2563 ประชากรสูงอายุได้เพิ่มเป็น 12 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ของประชากรทั้งหมด ในทางตรงข้ามการเพิ่มขึ้นของประชากรไทยเพิ่มขึ้นช้าลง ในอนาคตอีก 20 ปีข้างหน้า อัตราการเพิ่มของประชากรไทยจะยิ่งช้าลงจนถึงขั้นติดลบ ในขณะที่ประชากรสูงอายุกลับจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่สูงมาก ประชากรสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) จะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3.5 ต่อปี และประชากรสูงอายุวัยปลาย (80 ปีขึ้นไป) จะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 7.1 ต่อปี คาดการณ์ว่าในอีก 20 ปีข้างหน้า จำนวนประชากรสูงอายุวัยปลายจะมีมากถึง 3.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ของประชากรทั้งหมด (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2564) จากสถานการณ์ดังกล่าว จะส่งผลต่อกำลังแรงงานของประเทศ และการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว

ข้อมูลการสำรวจผู้สูงอายุปี พ.ศ. 2560 พบว่า มีผู้สูงอายุหนึ่งในสาม (ร้อยละ 34.30) ของผู้สูงอายุทั้งหมดที่มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจน ในขณะที่ผู้สูงอายุถึงร้อยละ 36.70 ยังพึ่งพิงรายได้หลักในการดำรงชีพจากบุตร ร้อยละ 33.90

ยังพึ่งพิงรายได้จากการทำงานเป็นรายได้หลัก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุไม่ได้มีการเตรียมวางแผนการออมไว้ตั้งแต่เมื่อยังเป็นวัยทำงาน มีผู้สูงอายุเพียงร้อยละ 3.90 เท่านั้นที่อาศัยรายได้หลักจากการออมและทรัพย์สิน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) จากสถานการณ์ดังกล่าว แม้ว่าผู้สูงอายุกว่าสองในสามจะสามารถดำรงชีพอยู่ได้ด้วยรายได้จากบุตร หรือการทำงานก็ตาม แต่ก็ยังถือว่ามีความเสี่ยง เนื่องจากเป็นรายได้ที่ไม่แน่นอนที่ต้องหวังพึ่งจากลูกหลาน หรือหากสุขภาพไม่แข็งแรงอาจไม่สามารถทำงานหารายได้เพื่อยังชีพได้ การสะสมเงินออมไว้ตั้งแต่ตอนที่ทำงานจึงน่าจะเป็นแนวทางที่สร้างความมั่นคงทางรายได้มากที่สุด

โดยปกติผู้ที่อยู่ในวัยสูงอายุจะมีรายจ่ายสูงกว่ารายได้ ดังนั้น ในช่วงชีวิตที่ยังทำงานได้ จึงควรสะสมทรัพย์สินและเงินออมให้เพียงพอต่อการดำรงชีพในยามเกษียณที่ไม่มีรายได้ จากข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนปี 2560 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า คนรายได้ปานกลางที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองจะมีค่าใช้จ่ายเดือนละ 7,000 บาทต่อคน ส่วนคนที่อาศัยในเขตชนบทจะมีค่าใช้จ่ายเดือนละประมาณ 4,500 บาทต่อคน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาระบบประเทศไทย, 2562) จะเห็นได้ว่า คนที่อาศัยในเขตเมืองจะมีภาระค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตมากกว่าคนที่อาศัยในเขตชนบท ดังนั้น ครัวเรือนที่อาศัยในเขตเมืองจึงจำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญของการออมเนื่องจากหากไม่วางแผนสะสมทรัพย์สินและเงินออมไว้อาจไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพที่สูงได้ การศึกษานี้ต้องการศึกษาพฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือน และศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการออมอย่างพอเพียงของครัวเรือน โดยเลือกศึกษาครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพของพฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือนที่เป็นตัวแทนของคนวัยทำงานที่อยู่ในสังคมเมือง ที่มีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างรวดเร็ว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้ครัวเรือนมีการออมอย่างพอเพียงเพื่อให้มีความมั่นคงทางการเงินและเป็นหลักประกันได้ว่าจะมีเงินเพียงพอไว้ใช้ในยามเกษียณ อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและครอบครัวเมื่อเกษียณต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออม

การออม เป็นการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเก็บสะสมไว้สำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อไว้ใช้ในอนาคตเพื่อเวลาฉุกเฉิน เพื่อใช้ในสิ่งที่อยากได้หรืออยากทำ การออมส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียเงินต้นต่ำ และได้รับผลตอบแทนไม่สูงนักเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุน เช่น การฝากออมทรัพย์ การฝากประจำ การซื้อสลากออมทรัพย์ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

2.2 แนวคิดเรื่องการวางแผนการเงินส่วนบุคคลและการจัดการทางการเงิน

กลยุทธ์การบริหารการเงินส่วนบุคคล (Strategic Personal Finance Management) หมายถึง การบริหารการเงินของบุคคลอย่างชาญฉลาด ด้วยการนำหลักและวิธีการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการตัดสินใจจนทำให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องการบริหารการเงินโดยทั่วไป รายได้และการบริหารรายได้ของบุคคล การบริหารรายจ่ายต่าง ๆ ของบุคคล การบริหารความเสี่ยงและการประกันความมั่งคั่งของบุคคล การบริหารด้านการลงทุนของบุคคล ตลอดจนการวางแผนเพื่อเกษียณอายุและพินัยกรรม (สุขใจ น้ำผุด และคณะ, 2557)

แนวคิดเรื่องการจัดการทางการเงินเป็นการอธิบายหลักการบริหารจัดการเงินเพื่อให้มีเงินใช้เพียงพอหลังเกษียณอายุ จากหนังสือเงินทองต้องวางแผน ตอน 4 รู้รู้ความมั่นคงยามเกษียณ ของตลาดหลักทรัพย์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ได้อธิบายถึง 4 วิธีรู้ความมั่นคงยามเกษียณ ได้แก่ รู้หา รู้เก็บ รู้ใช้ รู้ขยายดอกผล ดังนี้

1) รู้หา หรือ หาเงินเพิ่มเสริมรายได้ คือ การใช้ความรู้ความสามารถของตนเองในการทำงานหารายได้เพิ่มเติมจากงานอดิเรก หรืออาชีพเสริมอื่น ๆ เช่น ครูสอนพิเศษ การขายของออนไลน์ ตัวแทนขายประกัน เป็นต้น ซึ่งรายได้เสริมที่เพิ่มขึ้นหากนำไปต่อยอดลงทุนเพิ่มเติมก็ยิ่งทำให้เกิดการขยายดอกผลของรายได้ต่อไป

2) รู้เก็บ หรือ เก็บออมก่อนใช้จ่าย คนส่วนใหญ่มักนำรายได้ส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายเป็นเงินออม ทำให้หลายคนไม่มีความสามารถในการออมหรือมีเงินออมไม่มากพอ เราสามารถสร้างวินัยทางการเงินการออมได้ง่าย ๆ โดยการแบ่งเงินส่วนที่จะออมไว้ก่อน ส่วนที่เหลือจึงนำไปใช้จ่าย

3) รู้จ่าย คือ รู้จักใช้จ่ายเงินอย่างชาญฉลาด สร้างโอกาสเพิ่มเงินออม การใช้จ่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองโดยไม่ยั้งคิดอาจทำให้เกิดปัญหาทางการเงินตามมา จึงควรยึด “กฎเหล็ก 5 ประการ” เพื่อให้ใช้จ่ายเงินได้อย่างคุ้มค่ามากขึ้น

กฎที่ 1 ตั้งงบก่อนใช้ เพื่อบังคับตัวเองให้ “คิดก่อนซื้อ”

กฎที่ 2 เปรียบเทียบก่อนซื้อ โดยถือคติว่า “ของดี มีราคาเหมาะสม”

กฎที่ 3 สรุปลืออย่างสม่ำเสมอ โดยสรุปการใช้จ่ายเงินอย่างสม่ำเสมอจนเป็นนิสัย เพื่อเห็นพฤติกรรมการใช้เงินของตนเอง

กฎที่ 4 ใช้น้อยกว่าหาได้ หรืออย่าใช้จ่ายเกินตัว ควรใช้จ่ายให้น้อยกว่าเงินที่หาได้เสมอ

กฎที่ 5 ไม่ใช้ก็ไม่ซื้อ ต้องคำนึงถึงความจำเป็นในการซื้อ ถึงแม้จะมีการส่งเสริมการขายดี มีของแถม หรือลดราคา หากยังไม่ได้สินค้าใช้ก็ไม่ควรซื้อ

4) รู้ขยายดอกผล คือการนำเงินออมไปลงทุนในทางเลือกต่าง ๆ เพื่อสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้น เช่น หุ้น หุ้นกู้ ทองคำ พันธบัตร กองทุนรวม หรืออสังหาริมทรัพย์ โดยเลือกที่ตรงกับความเสี่ยงที่เรายอมรับได้ ซึ่งต้องอาศัยหลัก 3 ข้อ คือ (1) รู้จักตนเอง รู้ว่าจะลงทุนเพื่ออะไร มีระยะเวลาลงทุนนานแค่ไหน รับความเสี่ยงได้มากน้อยเพียงใด และต้องการผลตอบแทนเท่าไร (2) รู้จักเครื่องมือ รู้และเข้าใจคุณสมบัติ ข้อดี ข้อเสียของทางเลือกการลงทุนแต่ละประเภทเพื่อเลือกให้เหมาะกับตนเอง และ (3) รู้จังหวะลงทุน รู้ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการลงทุน เช่น เศรษฐกิจ การเมือง และจิตวิทยาผู้ลงทุน

2.3 แนวคิดการบริหารเงิน

ความมั่นคงทางการเงินเริ่มต้นจากการออม ผู้ที่ออมได้เร็วมีโอกาสสร้างผลตอบแทนจากการออมได้มากจากการทำงานของดอกเบี้ยทบต้น ที่สำคัญการออมที่ดีต้องเป็นการนำเงินออมหักจากรายได้ไว้ก่อนที่เหลืจึึงนำไปใช้จ่าย จึงจะเกิดวินัยในการออม อย่างไรก็ตามหากสามารถออมในอัตราที่สูงขึ้นจะยิ่งเพิ่มจำนวนเงินออมได้มากขึ้น ในหลักการบริหารเงินออมแนะนำให้แบ่งรายได้เป็น 3 ส่วน คือ 50 : 30 : 20 โดยสัดส่วนรายได้ร้อยละ 50 เป็นเงินสำหรับค่าใช้จ่ายประจำในแต่ละเดือน เช่น ค่าอาหาร ค่าเดินทาง รายจ่ายในการชำระหนี้ต่าง ๆ ร้อยละ 30 เป็นเงินสำหรับใช้จ่ายเพื่อสร้างความสุขให้กับตัวเอง เช่น ทานอาหารนอกบ้าน ท่องเที่ยว ซื้อของ และร้อยละ 20 เป็นเงินสำหรับเก็บออม (ธนาคารไทยพาณิชย์, ออนไลน์) หรืออย่างน้อยควรเก็บออมในสัดส่วนร้อยละ 10 ของรายได้ แต่หากยกระดับการออมเป็นร้อยละ 20 หรือร้อยละ 30 ของรายได้ ก็จะทำให้เงินออมเติบโตได้อย่างรวดเร็วและมีความมั่นคง (ตลาดหลักทรัพย์, ออนไลน์) การศึกษาครั้งนี้จึงใช้สัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20 เป็นการออมมั่นคง

2.4 การทบทวนวรรณกรรม

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้สรุปการทบทวนวรรณกรรมผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อการออมที่พอเพียงของครัวเรือนในกรุงเทพและปริมณฑล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการออมได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ การศึกษาของ อุบลวรรณ ขุนทอง และ บุญธรรม ราชรักษ์ (2563) พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนในกลุ่มข้าราชการ ปัจจัยด้านอายุ ผลการศึกษาของ อุบลวรรณ ขุนทอง และ บุญธรรม ราชรักษ์ (2563)

พบว่า आयुมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนในกลุ่มข้าราชการและประชาชนทั่วไป เช่นเดียวกับ มุกดา ไควหกุล (2559) ที่พบว่า आयुมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออม ปัจจัยด้านระดับการศึกษา Meleese (2015) พบว่า ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนมีผลต่อการออมของของครัวเรือนชนบท สอดคล้องกับ มุกดา ไควหกุล (2559) พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์พฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออมและสัดส่วนเงินออม ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อระดับการออมที่ต่างกัน เช่น การศึกษาของ อุบลวรรณ ขุนทอง และ บุญธรรม ราชรักษ์ (2563) พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนในกลุ่มข้าราชการและประชาชนทั่วไป ปัจจัยด้านจำนวนบุตร จำนวนบุตรที่เพิ่มขึ้นอาจสร้างภาระทางการเงินให้กับครัวเรือน เช่น การศึกษาของ วรเวศม์ สุวรรณระดา และสมประวิณ มันประเสริฐ (2552) ปัจจัยด้านจำนวนผู้พึ่งพิงในครัวเรือน การศึกษาของ อุบลวรรณ ขุนทอง และ บุญธรรม ราชรักษ์ (2563) และ วิศิษฎ์ บิลมาศ และ สุพิชชา โชติกำจร (2557) พบว่า หากครัวเรือนมีจำนวนผู้ที่พึ่งพิงมากขึ้นส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับระดับการออม

สำหรับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ อาชีพที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อระดับการออม เช่นการศึกษาของ มุกดา ไควหกุล (2559) พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออมและสัดส่วนเงินออม ปัจจัยรายได้ เช่น อุบลวรรณ ขุนทอง และ บุญธรรม ราชรักษ์ (2563) ศิวัช กรุณาเพ็ญ (2560) และ มุกดา ไควหกุล (2559) พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับเงินออม ปัจจัยด้านจำนวนหนี้สิน วรเวศม์ สุวรรณระดา และสมประวิณ มันประเสริฐ (2552) และ นันทกานันท์ นันทวิสัย (2552) พบว่า จำนวนหนี้สินที่เพิ่มขึ้นทำให้ความสามารถในการออมลดลง ปัจจัยการมีบ้านเป็นของตนเอง ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ และ สุวิมล เฮงพัฒนา (2556) พบว่า การมีบ้านเป็นของตนเองมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับระดับการออมของครัวเรือน

ปัจจัยด้านการบริหารการเงินส่วนบุคคล มุกดา ไควหกุล (2559) ศึกษาพบว่า การจัดการการเงินส่วนบุคคล ด้านความรู้ความเข้าใจการจัดการการเงินส่วนบุคคล รูปแบบการจัดการการเงินส่วนบุคคล และการวางแผนการจัดการการเงินส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออม

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการออม การมีวัตถุประสงค์ในการออมที่ชัดเจนจะสร้างแรงผลักดันให้การออมประสบความสำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เช่น การศึกษาของ ปิยรัตน์ ฤทธนามระ และคณะ (2554) นาถฤดี ศุภกิจจารักษ์ (2554) และ มุกดา ไควหกุล (2559)

ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงิน ความรู้ทางการเงินช่วยส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านการเงิน สามารถเพิ่มระดับการออม และช่วยบรรลุเป้าหมายการออมของตนเองได้ เช่น การศึกษาของ จันทะสุก ลาตสะอาด และคณะ (2561) วิไล เอื้อปิยฉัตร (2560) และ ศิวัช กรุณาเพ็ญ (2560)

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการออม สามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ตามรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม และสมุทรสาคร ใช้ข้อมูลจำนวนประชากรจากกระทรวงมหาดไทยในปี พ.ศ. 2561 (กระทรวงมหาดไทย, 2561) ทำการเก็บข้อมูลในเดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2562

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นหัวหน้าครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากไม่ทราบข้อมูล ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Cochran (1996 : 2) กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร หรือ $p = 0.05$

$$\text{ใช้สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

z = ค่า z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{Z^2}{4e^2} \\ n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \end{aligned}$$

$n = 384.16 = 385$ ตัวอย่าง ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กำหนดจำนวนการใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400

ตัวอย่าง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยเทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในแต่ละจังหวัด ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนประชากร สัดส่วน และจำนวนตัวอย่าง

จังหวัด	จำนวนประชากร	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	5,676,648	52.12	208
สมุทรปราการ	1,326,608	12.18	49
นนทบุรี	1,246,295	11.45	46
ปทุมธานี	1,146,092	10.52	42
นครปฐม	917,053	8.42	34
สมุทรสาคร	577,964	5.31	21
รวม	10,890,660	100.00	400

ที่มา : กระทรวงมหาดไทย (2561)

3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากครัวเรือน โดยการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยตามวิธีการและให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง ซึ่งใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ จังหวัดที่อยู่อาศัย เขตที่อยู่อาศัย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การมีบุตร จำนวนบุตร จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนผู้พึ่งพิงในครัวเรือน และระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้แบบสำรวจรายการ (Check List) และแบบคำตอบสั้น ๆ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่มีรายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน การมีหนี้สินของครัวเรือน จำนวนหนี้สินของครัวเรือน วัตถุประสงค์ในการกู้ยืม ประเภทของการกู้ยืม (ในระบบ/นอกระบบ) กรรมสิทธิ์ที่พักอาศัย และช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการออมและการลงทุน โดยใช้แบบสำรวจรายการ และแบบคำตอบสั้น ๆ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านการบริหารการเงินส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรมด้านการหารายได้ พฤติกรรมด้านการใช้จ่าย พฤติกรรมด้านการออม พฤติกรรมด้านการลงทุน ใช้การวัดมาตราส่วน 5 ระดับ ดังนี้ ปฏิบัติเป็นประจำ 5 คะแนน ปฏิบัติบ่อย ๆ 4 คะแนน ปฏิบัติบางครั้ง 3 คะแนน ปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง 2 คะแนน และไม่เคยปฏิบัติเลย 1 คะแนน และนำมาแบ่งระดับของพฤติกรรมตามระดับคะแนนเฉลี่ยคือ 1.00–1.80 = ระดับน้อยที่สุด 1.81–2.60 = ระดับน้อย 2.61–3.40 = ระดับปานกลาง 3.41–4.20 = ระดับมาก และ 4.21–5.00 = ระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการออม ได้แก่ แรงจูงใจในการออมเพื่อเหตุฉุกเฉิน ออมเพื่อใช้ในยามชราภาพ ออมเพื่อใช้ในยามเจ็บป่วย ออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย ออมเพื่อซื้อสินทรัพย์ ออมไว้เพื่อเป็นมรดกตกทอด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางการเงิน ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ที่ใช้วัดความรู้พื้นฐานทางการเงิน ได้แก่ ด้านการบริหารความเสี่ยง ความรู้ด้านเงินเฟ้อ และความรู้ด้านดอกเบี้ยทบต้น การวัดความรู้พื้นฐานทางการเงิน ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ที่ใช้วัดความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยง ความรู้ด้านเงินเฟ้อ และความรู้ด้านดอกเบี้ยทบต้น คำถามแต่ละข้อมีคะแนนข้อละ 1 คะแนน โดยมีคำถามดังนี้

- 1) สมมติว่าท่านมีเงินก้อนหนึ่ง ท่านจะแบ่งเงินลงทุนในสินทรัพย์อย่างไร
- 2) ท่านรู้จักเงินเฟ้อและเข้าใจดีว่ามันเป็นหนึ่งในตัวการที่ทำให้เงินออมของท่านด้อยค่าลง

3) สมมติว่าท่านฝากเงินในบัญชี 100 บาท ซึ่งธนาคารให้ดอกเบี้ย 10% ต่อปี ถ้าท่านไม่ถอนเงินออกจากบัญชีเลยจนครบ 5 ปี ท่านจะมีเงินในบัญชีกี่บาท

จากคะแนนที่รวบรวมได้นำมาจัดกลุ่มระดับความรู้พื้นฐานทางการเงิน ดังนี้ 0 คะแนน เป็นกลุ่มมีความรู้พื้นฐานทางการเงินน้อย 1-2 คะแนน เป็นกลุ่มมีความรู้พื้นฐานทางการเงินปานกลาง และ 3 คะแนน เป็นกลุ่มมีความรู้พื้นฐานทางการเงินมาก

3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือประกอบด้วย การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการ ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา และโครงสร้างแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้ชัดเจนเหมาะสมใหม่อีกครั้งก่อนนำไปใช้จริงเพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมทั้งตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้ชัดเจนเหมาะสมอีกครั้งก่อนนำไปใช้จริง เพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยไปทำการทดสอบ (Try-Out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงไร จากนั้นจึงนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากโปรแกรมสำเร็จรูปโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษารั้งนี้จะใช้สถิติพรรณนา และสถิติอนุมาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.4.1 สถิติพรรณนา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ ด้านแรงจูงใจในการออม และด้านความรู้พื้นฐานทางการเงิน ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริหารการเงินส่วนบุคคล ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เมื่อได้ระดับค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมแล้ว จะนำมาแบ่งระดับของพฤติกรรมตามระดับคะแนนเฉลี่ยคือ $1.00-1.80$ = ระดับน้อยที่สุด $1.81-2.60$ = ระดับน้อย $2.61-3.40$ = ระดับปานกลาง $3.41-4.20$ = ระดับมาก และ $4.21-5.00$ = ระดับมากที่สุด

3.4.2 สถิติอนุมาน ใช้แบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบลำดับ (Ordered Probit Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.5 แบบจำลองในการศึกษา

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับการออมที่พอเพียงของครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะใช้แบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงลำดับ เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่มีตัวแปรตามมีลำดับขั้นเรียงต่อกัน เช่น ระดับความพึงพอใจที่เรียงกันตั้งแต่ ชอบน้อยที่สุด ชอบน้อย ชอบปานกลาง ชอบมาก ชอบมากที่สุด เป็นต้น หรือตัวแปรตามแบบอื่น ๆ เช่น เกรดเฉลี่ย การให้ rating บริษัท เป็นต้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ม.ป.ป.) ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการออมของครัวเรือนกำหนดให้ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มแบบอันดับสเกล 3 อันดับ (Ordinal Scale) ซึ่งจะหาค่าการกะประมาณที่ถูกต้องและไม่เอนเอียงมากกว่าการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์แบบหลายทาง (Multinomial Logistic Regression) (Greene, 2008)

แบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงลำดับที่ใช้ในการประมาณค่าครั้งนี้ แบ่งการเปลี่ยนแปลงของระดับการออมที่แบ่งออกเป็น 3 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 (การออมติดลบ) ใช้แทนการออมไม่พอเพียง ลำดับที่ 2 (ออมได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้) ใช้แทนการออมพอเพียง ลำดับที่ 3 (ออมได้เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้) ใช้แทนการออมมั่นคง

ในการใช้แบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงลำดับ เป็นแบบจำลองที่ไม่มีค่าจุดตัดแกน (intercept) ซึ่งสามารถเขียนแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงลำดับได้ ดังสมการ

$$y_i^* = \beta_i' x_i + u_i \quad (1)$$

โดยที่ $y_i^* = 1$ เมื่อครัวเรือนที่ i มีการออมติดลบ
 $= 2$ เมื่อครัวเรือนที่ i ออมได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้
 $= 3$ เมื่อครัวเรือนที่ i ออมได้เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้

β_i' = ค่าพารามิเตอร์

x_i = เวกเตอร์ค่าตัวแปรอิสระที่อธิบายระดับการออมของครัวเรือน

u_i = ตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน

เมื่อ u_i มีการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Standard Normal Distribution: $u_i \sim N(0,1)$)

ในการอธิบายผลการศึกษาจะวัดการเปลี่ยนแปลงของค่าความน่าจะเป็นที่ครัวเรือนจะมีเงินออม เมื่อตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไป โดยค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อค่าตัวแปรอิสระเชิงปริมาณเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจากค่าเฉลี่ย (Mean) หรือตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) เปลี่ยนแปลงไป จาก 0 เป็น 1 จะมีผลต่อความน่าจะเป็นในการเพิ่มระดับการออม หากมีเครื่องหมายบวกจะทำให้ทราบว่าตัวแปรอิสระนั้นส่งผลให้ระดับการออมเพิ่มขึ้น หากมีเครื่องหมายลบจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงลำดับได้ ดังนี้

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$$

โดยที่ Y = ระดับการออม

X_1 = ตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

X_2 = ตัวแปรด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ

X_3 = ตัวแปรด้านพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงิน

X_4 = ตัวแปรด้านแรงจูงใจในการออม

X_5 = ตัวแปรด้านความรู้ทางการเงิน

e_i = ค่าความคลาดเคลื่อน

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.75) อายุ 41–50 ปี (ร้อยละ 34.25) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 44.75) ส่วนใหญ่มีบุตรจำนวน 1–2 คน (ร้อยละ 43.75) มีสมาชิกในครัวเรือน 3–4 คน (ร้อยละ 70.50) ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 32.50) อาชีพส่วนใหญ่ของหัวหน้าครัวเรือนเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน (ร้อยละ 42.50) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน 25,000–49,999 บาท (ร้อยละ 30.75) รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนน้อยกว่า 25,000 บาท (ร้อยละ 42.25) ครัวเรือนส่วนใหญ่มีหนี้สิน (ร้อยละ 61.50) จำนวนหนี้สินของครัวเรือนน้อยกว่า 500,000 บาท (ร้อยละ 54.88) ส่วนใหญ่กู้ยืมเพื่อซื้อที่ดิน/ที่อยู่อาศัย (ร้อยละ 54.47) และเป็นการกู้ยืมในระบบ (ร้อยละ 81.71) ส่วนใหญ่มีบ้านเป็นของตนเองไม่ต้องผ่อนชำระ (ร้อยละ 42.50) มีช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการออมและการลงทุนมาจากอินเทอร์เน็ต/สื่อสังคม (ร้อยละ 80.25) ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการออมเพื่อเหตุฉุกเฉิน (ร้อยละ 78.75) ครัวเรือนส่วนใหญ่มีความรู้พื้นฐานทางการเงินอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 68.25) โดยมีความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงมากกว่าด้านอื่น (ร้อยละ 79.00) และครัวเรือนส่วนใหญ่มีสัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20.00 (ร้อยละ 67.50)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่มีรายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ครัวเรือนที่มีหนี้สิน จำนวนหนี้สิน วัตถุประสงค์ในการกู้ยืม ประเภทของการกู้ยืม กรรมสิทธิ์ที่พักอาศัย และช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการออมและการลงทุน ผลการศึกษาพบว่า หัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 42.5 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน 25,000–49,999 บาท ร้อยละ 30.75 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่มีรายได้ 2–3 คน ร้อยละ 68 มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 42.25 ครัวเรือนส่วนใหญ่มีหนี้สิน ร้อยละ 61.50 มีจำนวนหนี้สินน้อยกว่า 500,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 54.88 วัตถุประสงค์ในการกู้ยืมนำไปซื้อที่ดิน/ที่อยู่อาศัย และ ชื้อยานพาหนะมากที่สุด ร้อยละ 54.47 และ 46.75 ตามลำดับ โดยเป็นการกู้ยืมในระบบเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 81.71 ครัวเรือนส่วนใหญ่มีบ้านเป็นของตนเอง ไม่ต้องผ่อนชำระ ร้อยละ 42.50 สำหรับช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการออมและการลงทุน พบว่า Internet/Social media และโทรทัศน์/วิทยุ มากที่สุด ร้อยละ 80.25 และ 48 ตามลำดับ

4.3 พฤติกรรมการบริหารการเงินส่วนบุคคลของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริหารการเงินส่วนบุคคลแบ่งพฤติกรรมออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมด้านการหารายได้ ด้านการใช้จ่าย ด้านการออม และด้านการลงทุน ใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคะแนน ได้แก่ 1 = ไม่เคยปฏิบัติเลยหรือไม่มีพฤติกรรมนั้นเลย 2 = ปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง 3 = ปฏิบัติบางครั้ง 4 = ปฏิบัติบ่อย ๆ และ 5 = ปฏิบัติเป็นประจำ หรือมีพฤติกรรมนั้นเป็นประจำ และนำมาแบ่งระดับของพฤติกรรมตามระดับคะแนนเฉลี่ยคือ 1.00–1.80 = ระดับน้อยที่สุด 1.81–2.60 = ระดับน้อย 2.61–3.40 = ระดับปานกลาง 3.41–4.20 = ระดับมาก และ 4.21–5.00 = ระดับมากที่สุด ผลการศึกษากิจกรรมด้านการหารายได้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) และเมื่อพิจารณาตามรายข้อพบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณไม่เล่นการพนันเพื่อหารายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ คุณจะไม่ขอยืมเงินจากเพื่อน เมื่อมีเงินไม่พอใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และน้อยที่สุดคือ คุณไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินเพื่อคิดว่าจะเป็นช่องทางในการหารายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 รายละเอียดตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมด้านการหารายได้

พฤติกรรมด้านการหารายได้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. คุณพยายามหาช่องทางในการหารายได้เสริมอยู่เสมอ	3.67	1.111
2. คุณพัฒนาตัวเองอยู่เสมอเพื่อให้มีความสามารถในการหารายได้เพิ่มขึ้น	3.65	1.047
3. คุณไม่เล่นการพนันเพื่อหารายได้	4.48	0.931
4. คุณไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินเพื่อคิดว่าจะเป็นช่องทางในการหารายได้	3.55	1.167
5. คุณจะไม่ขอยืมเงินจากเพื่อน เมื่อมีเงินไม่พอใช้	4.23	1.047
ภาพรวม	3.92	0.580

พฤติกรรมด้านการใช้จ่าย ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) และเมื่อพิจารณาตามรายข้อพบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณไม่ซื้อสินค้าเทคโนโลยีที่ออกมาใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมา คือ คุณเปรียบเทียบราคา คุณภาพ ก่อนซื้อสินค้า โดยถือคติว่า "ซื้อสินค้าคุณภาพดี และมีราคาเหมาะสม" มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และน้อยที่สุดคือ คุณทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายทุกเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 รายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมด้านการใช้จ่าย

พฤติกรรมด้านการใช้จ่าย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. คุณทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายทุกเดือน	2.29	1.300
2. คุณไม่สังสรรค์กับเพื่อนนอกบ้านทุกเดือน	3.84	1.113
3. คุณไม่รับประทานอาหารนอกบ้านทุกเดือน	3.39	1.237
4. คุณไม่ซื้อเครื่องแต่งกายตามแฟชั่นทุกเดือน	3.97	1.079
5. คุณไม่ซื้อสินค้าเทคโนโลยีที่ออกมาใหม่ ๆ อยู่เสมอ	4.10	0.971
6. คุณตั้งงบประมาณก่อนซื้อสินค้าเพื่อบังคับตัวเองให้ " คิดก่อนซื้อ "	3.56	1.193
7. คุณเปรียบเทียบราคา คุณภาพ ก่อนซื้อสินค้า โดยถือคติว่า " ซื้อสินค้าคุณภาพดี และมีราคาเหมาะสม "	4.03	1.014
8. คุณจะไม่ซื้อสินค้านั้นหากสินค้านั้นมีการส่งเสริมการขายดี มีของแถม แม้สินค้านั้นยังไม่จำเป็นต้องใช้ก็ตาม	3.19	1.140
9. คุณซื้อประกันสุขภาพ เพื่อลดความเสี่ยงเรื่องรายจ่ายด้านสุขภาพ	2.69	1.430
10. คุณพยายามหาช่องทางการใช้จ่ายที่สามารถนำมาใช้ในการลดหย่อนภาษีได้ หรือได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีมากที่สุด	2.72	1.376
ภาพรวม	3.38	0.532

พฤติกรรมการออม ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79) และเมื่อพิจารณาตามรายข้อ พบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณมีเงิน “พอใช้” ในแต่ละเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 รองลงมา คือ คุณหักรายได้ส่วนหนึ่งไว้เป็นเงินออมก่อน แล้วจึงใช้จ่ายเงินส่วนที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 และน้อยที่สุด คือ คุณออมเงินไว้ในสหกรณ์ออมทรัพย์/กองทุนหมู่บ้าน/ธนาคารชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27 รายละเอียดดังตาราง 4

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมด้านการออม

พฤติกรรมด้านการออม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. คุณหักรายได้ส่วนหนึ่งไว้เป็นเงินออมก่อน แล้วจึงใช้จ่ายเงินส่วนที่เหลือ	3.27	1.326
2. เมื่อไม่มีรายได้ คุณสามารถมีเงินใช้สบาย ๆ ถึง 6 เดือน	2.59	1.335
3. คุณมีเงิน “พอใช้” ในแต่ละเดือน	3.54	1.246
4. คุณออมเงินไว้ในบัญชีเงินฝากประจำ	2.69	1.416
5. คุณออมเงินไว้ในสหกรณ์ออมทรัพย์/กองทุนหมู่บ้าน/ธนาคารชุมชน	2.27	1.491
6. คุณซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ หรือแบบบำนาญ ไว้เพื่อการออมระยะยาว	2.41	1.534
ภาพรวม	2.79	0.877

พฤติกรรมการลงทุน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85) และเมื่อพิจารณาตามรายข้อ พบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณหาความรู้เพิ่มเติมในด้านที่สนใจ เช่น อบรมหลักสูตรระยะสั้น เรียนทำอาหารเพื่อสามารถนำไปประกอบอาชีพในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 รองลงมาคือ คุณซื้อทองคำ/ทรัพย์สินมีค่าอื่น ๆ เพื่อลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18 และน้อยที่สุดคือ คุณลงทุนในตราสารหนี้ เช่น พันธบัตรรัฐบาล ตั๋วเงินคลัง พันธบัตรรัฐวิสาหกิจ หุ้นกู้เอกชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.48 รายละเอียดดังตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมด้านการลงทุน

พฤติกรรมด้านการลงทุน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. คุณหาความรู้เพิ่มเติมในด้านที่สนใจ เช่น อบรมหลักสูตรระยะสั้น เรียนทำอาหาร เพื่อสามารถนำไปประกอบอาชีพในอนาคต	2.33	1.242
2. คุณซื้อสลากออมสิน หรือสลาก ธกส. ไว้เพื่อออมและลุ้นรางวัล	2.09	1.309
3. คุณลงทุนในกองทุนรวม	1.91	1.338
4. คุณลงทุนในตราสารทุน เช่น หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ (warrant) หน่วยลงทุน	1.61	1.118
5. คุณลงทุนในตราสารหนี้ เช่น พันธบัตรรัฐบาล ตั๋วเงินคลัง พันธบัตรรัฐวิสาหกิจ หุ้นกู้เอกชน	1.48	0.957

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมด้านการลงทุน (ต่อ)

พฤติกรรมด้านการลงทุน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
6. คุณซื้อ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว” (Long Term Equity Fund: LTF) หรือ กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund: RMF) ไว้เพื่อลงทุน และลดหย่อนภาษี	1.60	1.182
7. คุณซื้อทองคำ/ทรัพย์สินมีค่าอื่น ๆ เพื่อลงทุน	2.18	1.281
8. คุณซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อลงทุน	1.59	1.072
ภาพรวม	1.85	0.795

4.4 การศึกษาแรงจูงใจในการออม

การศึกษาแรงจูงใจในการออม ประกอบด้วย แรงจูงใจในการออมเพื่อเหตุฉุกเฉิน แรงจูงใจในการออมเพื่อใช้ในยามชราภาพ แรงจูงใจในการออมเพื่อใช้ในยามเจ็บป่วย แรงจูงใจในการออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย แรงจูงใจในการออมเพื่อซื้อสินทรัพย์ แรงจูงใจในการออมไว้เพื่อเป็นมรดกตกทอด และแรงจูงใจในการออมอื่น ๆ ผลการศึกษา พบว่า ครัวเรือนส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการออมเพื่อเหตุฉุกเฉินมากที่สุด ร้อยละ 78.75 รองลงมาคือ แรงจูงใจในการออมเพื่อใช้ในยามเจ็บป่วย และเพื่อใช้ในยามชราภาพ ร้อยละ 67 และ 60.50 ตามลำดับ

4.5 การศึกษาความรู้พื้นฐานทางการเงิน

ผลการศึกษาความรู้พื้นฐานทางการเงินพบว่า ครัวเรือนส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงมากที่สุด มีผู้ตอบคำถามด้านบริหารความเสี่ยงถูกมากที่สุด ร้อยละ 79 รองลงมาคือ ความรู้ด้านเงินเฟ้อ ตอบถูกร้อยละ 52.25 และมีความรู้ด้านดอกเบี้ยทบต้นน้อยที่สุด ร้อยละ 37

สำหรับระดับความรู้พื้นฐานทางการเงิน พบว่าครัวเรือนส่วนใหญ่มีความรู้พื้นฐานทางการเงินอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 68.25 รองลงมาคือ มีความรู้พื้นฐานทางการเงินอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 21.50 และ มีความรู้พื้นฐานทางการเงินอยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

4.6 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำการแบ่งระดับการออมเป็น 3 ระดับ ดังนี้ 1) การออมที่ไม่พอเพียง คือ การออมติดลบ 2) การออมพอเพียง คือ การออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ และ 3) การออมมั่นคง คือ สัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของครัวเรือนได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่พึ่งพิง ประกอบด้วย เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และผู้พิการ จำนวนหนี้สินของครัวเรือน ซึ่งสามารถอธิบายผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการออมของครัวเรือน ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนส่งผลต่อระดับการออมของครัวเรือนในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 สอดคล้องกับการศึกษาของ อุบลวรรณ ขุนทอง และ บุญธรรม ราชรักษ์ (2563) ทำการศึกษา เรื่อง การเปรียบเทียบพฤติกรรมการออมเพื่อการวางแผนการเกษียณของกลุ่มประชาชนทั่วไปกับกลุ่มข้าราชการ พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนในกลุ่มข้าราชการและประชาชนทั่วไป พฤติกรรมการออมส่วนบุคคลได้รับอิทธิพล

โดยตรงจากปัจจัยรายได้ในทิศทางบวก เช่นเดียวกับ ศิวัช กรณาเพ็ญ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมและพฤติกรรมการออมของคน Gen Y พบว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการออมด้านขนาดของเงินออม และสัดส่วนของเงินออมต่อรายได้ต่อเดือนของคน Gen Y ในทำนองเดียวกับ มุกดา ไควกุล (2559) ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการเงินส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการออมด้านจำนวนเงินออมและสัดส่วนเงินออม ข้อมูลแสดงได้ดังตาราง 6

เมื่อพิจารณาจากค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม พบว่า ครัวเรือนที่มีการออมติดลบ และครัวเรือนที่ออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ เมื่อครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้น 100,000 บาท มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมลดลงร้อยละ 18.00 และ 30.60 จากระดับเดิม ในขณะที่ครัวเรือนที่สัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20 เมื่อครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้น 100,000 บาท มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 48.30 จากระดับเดิม ผลลัพธ์ดังกล่าวอาจชี้ให้เห็นถึงความชะล่าใจของครัวเรือนเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น อาจเกิดความไม่ระมัดระวังในการใช้จ่าย ทำให้ไม่สามารถเพิ่มอัตราการออมได้ ในขณะที่ครัวเรือนที่มีระดับการออมสูงเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นสามารถเพิ่มระดับการออมได้ ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการพฤติกรรมการใช้จ่าย และวินัยในการออมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มระดับการออมได้อย่างยั่งยืน ข้อมูลแสดงได้ดังตาราง 7

นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่พึ่งพิง ประกอบด้วย เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และผู้พิการ ส่งผลต่อระดับการออมของครัวเรือนในทิศทางตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 สอดคล้องกับการศึกษาของ อุบลวรรณ ขุนทอง และ บุญธรรม ราชรักษ์ (2563) พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออม ด้านจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไป เช่นเดียวกับ ชลธิชา อัสวันนรินทร์ (2552) และ วิศิษฎ์ บิลมาศ และ สุพิชชา โชติคำจร (2557) ที่พบว่า หากครัวเรือนมีจำนวนผู้ที่พึ่งพิงมากขึ้นจะทำให้มีภาระค่าใช้จ่ายมากขึ้น นำไปสู่ระดับการออมที่ลดลง ข้อมูลแสดงได้ดังตาราง 6

ตาราง 6 การประมาณค่าด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงลำดับ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม คือ ระดับการออมของครัวเรือน			
	Coefficient	Std.	Z	P>z
เพศชาย	-0.210	0.173	-1.220	0.224
อายุ	0.005	0.011	0.490	0.625
สถานภาพโสด	0.278	0.251	1.110	0.269
จำนวนบุตร	-0.045	0.111	-0.410	0.681
จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป	0.018	0.220	0.080	0.935
จำนวนผู้พึ่งพิงในครัวเรือน	-0.130	0.075	-1.720	0.085*
รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน x 100,000	1.540	0.000	5.020	0.000***
จำนวนหนี้สินของครัวเรือน x 100,000	-0.020	0.000	-2.740	0.006***
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-0.228	0.234	-0.980	0.329
พฤติกรรมการด้านหารายได้	-0.161	0.154	-1.050	0.295

ตาราง 6 การประมาณค่าด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกส์แบบเรียงลำดับ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตามคือ ระดับการออมของครัวเรือน			
	Coefficient	Std.	Z	P>z
พฤติกรรมด้านการใช้จ่าย	-0.145	0.179	-0.810	0.420
พฤติกรรมด้านการออม	0.147	0.132	1.110	0.265
พฤติกรรมด้านการลงทุน	-0.051	0.142	-0.360	0.720
แรงจูงใจในการออมเพื่อเหตุฉุกเฉิน	0.277	0.215	1.290	0.197
แรงจูงใจในการออมเพื่อใช้ในยามชราภาพ	0.085	0.200	0.420	0.671
แรงจูงใจในการออมเพื่อใช้ในยามเจ็บป่วย	-0.222	0.1994	-1.110	0.266
แรงจูงใจในการออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย	0.098	0.197	0.500	0.620
แรงจูงใจในการออมเพื่อซื้อสินทรัพย์	0.194	0.231	0.840	0.402
แรงจูงใจในการออมเพื่อเป็นมรดกตกทอด	-0.078	0.208	-0.380	0.707
แรงจูงใจในการออมอื่นๆ	0.889	0.731	1.220	0.224
ความรู้ทางการเงินในระดับมาก	0.080	0.230	0.350	0.729

Pseudo $R^2 = 0.130$

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90, **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95, ***มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ตาราง 7 การประมาณค่าโดยวิธีการวิเคราะห์ค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect)

ตัวแปรอิสระ	marginal effects		
	Y = 1	Y = 2	Y = 3
เพศชาย	0.025	0.042	-0.067
อายุ	-0.001	-0.001	0.002
สถานภาพโสด	-0.031	-0.055	0.086
จำนวนบุตร	0.005	0.009	-0.014
จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป	-0.002	-0.004	0.006
จำนวนผู้พึ่งพิงในครัวเรือน	0.015*	0.026*	-0.041*
รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน x 100,000	-0.180***	-0.306***	0.483***
จำนวนหนี้สินของครัวเรือน x 100,000	0.002***	0.004***	-0.006***
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.029	0.046	-0.074
พฤติกรรมด้านหารายได้	0.018	0.032	-0.051

ตาราง 7 การประมาณค่าโดยวิธีการวิเคราะห์ค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	marginal effects		
	Y = 1	Y = 2	Y = 3
พฤติกรรมด้านการใช้จ่าย	0.017	0.029	-0.045
พฤติกรรมด้านการออม	-0.017	-0.029	0.046
พฤติกรรมด้านการลงทุน	0.006	0.010	-0.016
แรงจูงใจในการออมเพื่อเหตุฉุกเฉิน	-0.036	-0.055	0.091
แรงจูงใจในการออมเพื่อใช้ในยามชราภาพ	-0.010	-0.017	0.027
แรงจูงใจในการออมเพื่อใช้ในยามเจ็บป่วย	0.024	0.044	-0.068
แรงจูงใจในการออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย	-0.011	-0.019	0.030
แรงจูงใจในการออมเพื่อซื้อสินทรัพย์	-0.021	-0.038	0.059
แรงจูงใจในการออมเพื่อเป็นมรดกตกทอด	0.009	0.016	-0.025
แรงจูงใจในการออมอื่นๆ	-0.052	-0.139	0.191
ความรู้ทางการเงินในระดับมาก	-0.009	-0.016	0.025

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90, **มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95,

***มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

การพิจารณาจากค่าผลกระทบส่วนเพิ่มพบว่า ครัวเรือนที่มีการออมติดลบ และครัวเรือนที่ออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ ถ้าครัวเรือนมีจำนวนผู้พึ่งพิงเพิ่มขึ้น 1 คน มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.49 และ 2.58 จากระดับเดิม ในขณะที่ครัวเรือนที่สัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20 มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมลดลงร้อยละ 4.07 จากระดับเดิม ข้อมูลแสดงได้ดังตาราง 7

จำนวนหนี้สินของครัวเรือนส่งผลต่อระดับการออมของครัวเรือนในทิศทางตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 สอดคล้องกับการศึกษาของ วรเวศม์ สุวรรณระดา และ สมประวิณ มั่นประเสริฐ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออมของผู้มีงานทำในประเทศไทย พบว่า การกู้ยืมเงินจะมีแนวโน้มทำให้ผู้มีงานทำกลายเป็นผู้ไม่มีเงินออมและส่งผลต่อพฤติกรรมการออมเงินระยะยาวเพื่อการดำรงชีวิตยามชราภาพที่น้อยลง รวมทั้งทำให้อัตราการออมลดลงด้วย เช่นเดียวกับ นันทกานันท์ นันทวิสัย (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบภาวะการออมของครัวเรือนในภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร พบว่า จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระคืนมีผลต่อการออมในเชิงลบในกลุ่มครัวเรือนนอกภาคเกษตร ข้อมูลแสดงได้ดังตาราง 6

เมื่อพิจารณาจากค่าผลกระทบส่วนเพิ่มพบว่า ครัวเรือนที่มีการออมติดลบ และครัวเรือนที่ออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ ถ้าครัวเรือนมีจำนวนหนี้สินเพิ่มขึ้น 100,000 บาท มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.20 และ 0.40 จากระดับเดิม ในขณะที่ครัวเรือนที่สัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20 เมื่อครัวเรือนมีจำนวนหนี้สินเพิ่มขึ้น 100,000 บาท มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมลดลง ร้อยละ 0.60 จากระดับเดิม ผลลัพธ์ดังกล่าวอาจชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงแหล่งเงินกู้เพื่อประกอบอาชีพน่าจะมีผลสำคัญต่อการสร้างรายได้และนำไปสู่การออมในระดับที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อรายย่อยเพื่อประกอบอาชีพ เช่น

Pico Finance และ Nano Finance ซึ่งน่าจะช่วยให้ครัวเรือนที่ได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพได้มากขึ้น ข้อมูลแสดงได้ดังตาราง 7

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.1.1 จากผลการศึกษาพบว่า จำนวนหนี้สินที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ระดับการออมของครัวเรือนลดลง ดังนั้น ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับมาตรการให้ความช่วยเหลือด้านการแก้ไขปัญหาหนี้สินของครัวเรือน อาจให้มีคลินิกแก้ไขปัญหาหนี้สินในทุกหมู่บ้าน โดยเน้นที่การให้ความรู้ด้านการวางแผนทางการเงิน การจัดการด้านการหารายได้ การใช้จ่าย การออม และการลงทุน เพื่อปัญหาหนี้สินได้ถูกแก้ไขอย่างยั่งยืน มากกว่าเน้นที่การให้การช่วยเหลือเพื่อบรรเทาภาระหนี้สินของครัวเรือนในระยะสั้น

5.1.2 จากผลการศึกษาพบว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่พึ่งพิง ประกอบด้วย เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และผู้พิการมีจำนวนเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อระดับการออมของครัวเรือนลดลง ดังนั้น รัฐบาลควรออกมาตรการทางการคลังเพื่อช่วยลดรายจ่ายของครัวเรือนในการดูแลอุปการะสมาชิกในครัวเรือนที่พึ่งพิง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการออมของครัวเรือนกลุ่มนี้ให้เพิ่มขึ้น

5.1.3 จากผลการศึกษาพบว่า ครัวเรือนที่มีการออมติดลบ และครัวเรือนที่มีการออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ออมมีระดับการออมลดลง ซึ่งให้เห็นถึงความชะล่าใจของครัวเรือนเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น อาจเกิดความไม่ระมัดระวังในการใช้จ่าย ทำให้ไม่สามารถเพิ่มอัตราการออมได้ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างค่านิยมการใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล ไม่ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย และการให้ความสำคัญกับการสร้างวินัยในการออม เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นควรนำรายได้ที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งเก็บออม เพื่อช่วยเพิ่มระดับของการออมของครัวเรือนให้มีความยั่งยืน

5.1.4 จากผลการศึกษาพบว่า ครัวเรือนที่มีการออมติดลบ และครัวเรือนที่ออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ ถ้าครัวเรือนมีจำนวนหนี้สินเพิ่มขึ้น มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ออมมีระดับการออมเพิ่มขึ้นจากระดับเดิม ผลลัพธ์ดังกล่าวอาจชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพน่าจะมีผลสำคัญต่อการสร้างรายได้และนำไปสู่การออมในระดับที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อรายย่อยเพื่อประกอบอาชีพ เช่น Pico Finance และ Nano Finance ซึ่งน่าจะช่วยให้ครัวเรือนที่ได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพได้มากขึ้น และมีรายได้เพื่อสามารถนำไปเก็บออมได้มากขึ้น

5.1.5 จากผลการศึกษาพบว่า ครัวเรือนมีความรู้พื้นฐานทางการเงินด้านดอกเบี้ยทบต้นน้อยที่สุด ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ทางการเงินกับประชาชน โดยเฉพาะเรื่องความสำคัญของดอกเบี้ยทบต้น ประกอบกับการส่งเสริมให้มีการออมตั้งแต่วัยเด็ก เนื่องจากการออมอย่างสม่ำเสมอและมีระยะเวลาการออมที่ยาวนานขึ้น ดอกเบี้ยทบต้นจะส่งผลทำให้เงินต้นจากการออมเพิ่มขึ้นช่วยทำให้บรรลุเป้าหมายทางการเงินได้เร็วขึ้น

5.1.6 จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริหารการเงินส่วนบุคคลของครัวเรือนที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พฤติกรรมด้านการลงทุน แสดงถึงครัวเรือนยังไม่มีความรู้หรือยังไม่ทราบช่องทางในการลงทุน ที่จะช่วยสร้างผลตอบแทนให้เพิ่มขึ้นมากกว่าการออม ภาครัฐจึงควรส่งเสริมความรู้ทางการเงินให้กับประชาชน ด้านความรู้ทางการเงินการลงทุน เครื่องมือทางการเงินในการลงทุน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความหลากหลายในการสร้างผลตอบแทนได้มากกว่าการออมเพียงอย่างเดียว และใช้เวลาในการถึงเป้าหมายทางการเงินได้น้อยกว่า

5.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมว่าเมื่อครัวเรือนได้รับรายได้เพิ่มขึ้น ครัวเรือนนำรายได้ที่เพิ่มขึ้นไปบริหารจัดการอย่างไร นำไปใช้จ่าย เก็บออม หรือลงทุนในสัดส่วนเท่าใดของรายได้ที่เพิ่มขึ้น โดยนำมาศึกษาจำแนกตามระดับรายได้ของครัวเรือน จำแนกตามครัวเรือนที่เป็นหนี้/ไม่เป็นหนี้ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการบริหารจัดการเงินของแต่ละกลุ่ม เพื่อจะได้นำข้อมูลไปวางแผนการแก้ปัญหา และแนะแนวทางการออมได้ถูกต้อง

6. สรุปผลการศึกษา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนส่งผลต่อการออมของครัวเรือน ครัวเรือนที่มีการออมติดลบ และครัวเรือนที่ออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ เมื่อครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้น มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมลดลง อาจเกิดจากความชะล่าใจของครัวเรือนเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงไม่ระมัดระวังในการใช้จ่าย ทำให้ไม่สามารถเพิ่มอัตราการออมได้ ในขณะที่ครัวเรือนที่สัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20 เมื่อครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้น มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมเพิ่มขึ้น ดังนั้น การให้ความสำคัญกับการพฤติกรรมการใช้จ่าย และวินัยในการออมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มระดับการออมได้อย่างยั่งยืน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่พึ่งพิง ประกอบด้วย เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และผู้พิการส่งผลต่อการออมของครัวเรือน ครัวเรือนที่มีการออมติดลบ และครัวเรือนที่ออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ ถ้าครัวเรือนมีจำนวนผู้พึ่งพิงเพิ่มขึ้น มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมเพิ่มขึ้น ในขณะที่ครัวเรือนที่สัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20 ถ้าครัวเรือนมีจำนวนผู้พึ่งพิงเพิ่มขึ้น มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมลดลง ผลที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของครัวเรือนที่ต้องออมเพิ่มขึ้น เพื่อดูแลสมาชิกในครัวเรือนที่พึ่งพิง

จำนวนหนี้สินของครัวเรือนส่งผลต่อการออมของครัวเรือน ครัวเรือนที่มีการออมติดลบ และครัวเรือนที่ออมไม่เกินร้อยละ 20 ของสัดส่วนเงินออมต่อรายได้ ถ้าครัวเรือนมีจำนวนหนี้สินเพิ่มขึ้น มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมเพิ่มขึ้น ในขณะที่ครัวเรือนที่สัดส่วนการออมต่อรายได้มากกว่าร้อยละ 20 เมื่อครัวเรือนมีจำนวนหนี้สินเพิ่มขึ้น มีโอกาสความน่าจะเป็นที่จะทำให้ครัวเรือนมีระดับการออมลดลง อาจชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพน่าจะมีผลสำคัญต่อการสร้างรายได้และนำไปสู่การออมในระดับที่เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงมหาดไทย. (2561). *จำนวนประชากรประจำปี*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562, จาก

https://stat.bora.dopa.go.th/stat/pk/pk_61.pdf.

จันทะสุก ลาตสะอาด, ोजना, ธรรมจินดา และ สุจรรยพินธ์ สุวรรณพันธ์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมส่วนบุคคลของคนวัยทำงานในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11(1), 124-138.

ชลธิชา อัครนิรันดร์. (2552). *การออมเพื่อความมั่นคงยามสูงวัย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ และสุวิมล เฮงพัฒนา. (2557). *การออม ความมั่งคั่ง และบำนาญผู้สูงอายุของครัวเรือนไทย*.

กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). เงินทองต้องวางแผน. ค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2562,

จาก https://media.setinvestnow.com/setinvestnow/Documents/2020/Nov/08_financial-planning-happy-retirement.pdf.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). 4 บัญชีเงินออม และเทคนิคออมเงิน. ค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2565, จาก

<https://www.set.or.th/th/education-research/education/happymoney/knowledge/article/18-4-savings-accounts-and-savings-tips>

ธนาคารไทยพาณิชย์. (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). 50-30-20 สูตรบริหารเงิน. ค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2565, จาก

<https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/salary-man/money-formula.html>.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). การออม. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562,

จาก <https://www.1213.or.th/th/moneymgt/save/Pages/save.aspx>.

นันทกา นันทวิสัย. (2552). การศึกษาเปรียบเทียบภาวะการออมของครัวเรือนในภาคเกษตรและนอก ภาคเกษตร.

สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปิยรัตน์ ฤกษ์นามระ พิชราวัลย์ ชัยปาณี เหมธิณี วณิกกุล รัฐชัย ศีลาเจริญ และนาถฤดี ศุภกิจจารักษ์. (2554).

พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการออมของผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.

จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 33(3), 93-120.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). แนวปฏิบัติที่ดีในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์.

ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2562, จาก <https://www.stou.ac.th/schoolsweb/sec/UploadedFile/แนวปฏิบัติที่ดีวิจัย.pdf>.

มุกดา ไควนกุล. (2559). การจัดการการเงินส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

และปริมณฑล. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์, 12(1), 128-149.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.). (2564). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2563. นครปฐม :

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

วรวิทย์ สุวรรณระดา และ สมประวิณ มั่นประเสริฐ. (2552). ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออมของผู้มีงานทำในประเทศไทย. ค้นเมื่อ

12 มีนาคม 2562, จาก http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~msompraw/Savings_NCE2009.pdf.

วิไล เอื้อปิยฉัตร. (2560). ความรู้ทางการเงิน: ตัวกำหนดและผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมการออม. วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 25(47), 67-93.

วิศิษฎ์ บิลมาศ และ สุพิชชา โชติคำจ. (2557). รูปแบบและพฤติกรรมการออมของครัวเรือนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์.

ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562, จาก <http://research.pcru.ac.th/rdb/published/datafilescreate/531>

ศิวัช กรุณาแพทย์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมและพฤติกรรมการออมของคน Gen Y. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2562). การเตรียมความพร้อมด้านการเงินและสุขภาพในสังคมอายุยืน.

กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สุขใจ น้ำผุด สมนึก วิวัฒน์ และ อนุชานาญ เจริญจิตกรกรม. (2557). กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). รายงานการสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ :

สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

- อุบลวรรณ ขุนทอง และ บุญธรรม ราชรักษ์. (2563). การเปรียบเทียบพฤติกรรมการยอมเพื่อการวางแผนการเกษียณของกลุ่มประชาชนทั่วไปกับกลุ่มข้าราชการ. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์*, 12(1), 152-164.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons.
- Greene, W. (2008). *Econometric analysis* (6th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Huang, C. L., Kan, K., & Fu, T. T. (1999). Consumer willingness-to-pay for food safety in Taiwan: A binary-ordinal probit model of analysis. *The Journal of Consumer Affairs*, 33(1), 76-91.
- Melesse, B. (2015). *Factors Affecting Rural Households Savings: The Case of Gedeb Hasasa District, West Arsi Zone, Oromia Regional State, Ethiopia*. Thesis, Haramaya University.

ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในจังหวัดศรีสะเกษ

Geographic Information System of Premium Grade Shallot to Improve Marketing Opportunities of Sisaket Province

ลัทธกาญจน์ กุญแก้ว¹ และพนิดา พานิชกุล²

Lattagarn Kuikaew¹ and Panida Panichkul²

Received : November 22, 2021 Revised : June 20, 2022 Accepted : June 21, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมียม 2) พัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมียม 3) ประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมียมที่มีต่อการเพิ่มโอกาสทางการตลาด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ สมาชิกกลุ่มหอมแดง อำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 คน ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสนทนากลุ่ม แบบประเมินประสิทธิภาพ และแบบประเมินประสิทธิผลของระบบสถิติที่ใช้ในงานวิจัยคือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า 1) แนวทางที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมียม คือ ใช้เกณฑ์มาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เนื่องจากหอมแดงศรีสะเกษ GI มีกระบวนการผลิตที่ผ่านการตรวจสอบและรับรองจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาและสำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ อีกทั้ง ยังผ่านการรับรองระบบการจัดการคุณภาพพืช (Good Agriculture Practices: GAP) ทำให้ผลผลิตปลอดภัยจากสารพิษ จนทำให้ได้หอมแดงที่มีลักษณะเด่น 5 ประการ ได้แก่ หัวใหญ่ ผลแห้ง มีสีแดง ผิวมัน และคอเล็ก ที่จัดว่าเป็นเกรดพรีเมียมที่มีราคาสูงกว่าหอมแดงตามท้องตลาดทั่วไป และยังพบว่า หอมแดงศรีสะเกษ GI มีรสชาติหวานกว่าหอมแดงทั่วไปอีกด้วย 2) ผลการออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม พบว่าระบบทำงานบนเว็บไซต์ มีแผนที่นำทางไปยังแปลงหอมแดง มีช่องทางการติดต่อและสามารถวิเคราะห์เส้นทางจากแปลงหนึ่งไปยังอีกแปลงหนึ่งได้ 3) ผลประเมินประสิทธิภาพของระบบ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.56$, S.D.=0.173) ส่วนผลการประเมินประสิทธิผลของระบบที่มีต่อการเพิ่มโอกาสทางการตลาด พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.812) ระบบนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตรงกับความต้องการ ช่วยประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมหอมแดงเกรดพรีเมียมให้เป็นที่รู้จัก ช่วยอำนวยความสะดวก ใช้เป็นแหล่งให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในด้านการตลาดได้ดี ระบบเป็นประโยชน์ในการวางแผนขยายพื้นที่ปลูกหอมแดงศรีสะเกษ GI ของเกษตรกรอำเภอขามเฒ่าและสำนักงานพาณิชย์จังหวัด อีกทั้งยังสามารถใช้ในการวางแผนการเดินทางของพ่อค้าคนกลาง ผู้ค้ารายย่อย ตลอดจนผู้สนใจเยี่ยมชมแปลงหอมแดงศรีสะเกษ GI ได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าการวิจัยครั้งนี้เป็นครั้งแรกของการประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อช่วยในการวางแผนเชิงนโยบายของเกษตรกรอำเภอขามเฒ่าในด้านการสร้างโอกาสในการขายหอมแดงศรีสะเกษ GI

^{1,2} อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

² Lecturer, Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University

* Corresponding author E-mail: lattagran.k@sskru.ac.th

คำสำคัญ : ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม จังหวัดศรีสะเกษ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the method to select premium grade shallot, 2) to develop Geographic Information System of Premium Grade Shallot, and 3) to evaluate an efficiency of the system affected to marketing opportunity raising. Key informants were 15 Shallot Group members of Amphur Yangchumnoi and relevant organizations, 3 computer specialists. Sisaket Province. The sample groups were 384 website visitors. The tools used in this research were focus group, questionnaire of efficiency and effectiveness evaluation. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The research results were found: 1) the method using to select premium grade shallot was geographical indication (GI) standard that Sisaket shallot planting process was approved by Department of Intellectual Property and Si Sa Ket Office of Commercial Affairs including GAP (Good Agriculture Practices): approved to make the product safe from toxins. Gi shallots had 5 special characters: big bulb, dried, red and shiny skin, and small stem which was categorized as premium grade shallots that had higher price and more sweet taste than common shallots. 2) The Geographic Information System of Premium Grade Shallot run on website and the system had the map navigate to premium grade shallot fields, contact channel, and related route analysis. 3) The result of the system's efficiency evaluation was at Highest level ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.173). The system effectiveness evaluation result was at most level ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= 0.812). The system offers useful information that reach the requirements, it can be the tool to promote premium grade shallot, facilitate the users, use it as information resource efficiency to support marketing decision. The system was useful in planning process to increased GI shallot planting area of Department of Yang Chumnoi District Agricultural Office and Si Sa Ket Office of Commercial Affairs, and also was useful in shallots transportation planning of suppliers, retailers and visitors. It can be said that this research was the first geographic information system application to support policy planning of Department of Yang Chumnoi District Agricultural Office in the dimension of GI shallot's marketing opportunities.

Keywords : Geographic Information System, Premium Grade Shallot, Sisaket Province

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ หลากหลายทางชีวภาพ มีทรัพยากรที่ทรงคุณค่าทั้งด้านการเกษตร เศรษฐกิจ และสังคม จึงได้รับการขนานนามว่าเป็นประเทศที่ “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” หนึ่งในพืชเศรษฐกิจของประเทศ คือ “หอมแดง (Shallot)” (กรมวิชาการเกษตร, 2563) เนื่องจาก หอมแดงเป็นพืชที่นิยมนำมาประกอบอาหารทุกประเภท ทั้งประเภทต้ม ผัด แกง หรือแม้กระทั่งอาหารประเภททอด เนื่องด้วยคุณค่าทางโภชนาการที่ดีหลายประการ หอมแดง จึงได้รับความนิยมสูง

ในประเทศไทยมีหลายพื้นที่ที่สามารถปลูกหอมแดงในพื้นที่การเกษตรได้ ไม่ว่าจะเป็นภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยในภาคเหนือมีพื้นที่ปลูกส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พะเยา ลำพูน และอุดรธานี พบว่าในปี 2558 ประเทศไทยมีเนื้อที่เพาะปลูกทั้งหมด 57,129 ไร่ ได้ผลผลิต รวม 115,794 ตัน ราคาเฉลี่ยในปี 2558 อยู่ที่ 16.87 บาท/กิโลกรัม (ศิริยา มากมีและคณะ, 2559) สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่เพาะปลูกหอมแดงอยู่ที่จังหวัดอุดรธานี ยโสธร อุบลราชธานี สุรินทร์ บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และศรีสะเกษ โดยในปี 2564 จังหวัดศรีสะเกษมีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด คือ 24,394 ไร่ ได้ผลผลิต 86,344 ตัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2564) สายพันธุ์ที่นิยมปลูกเป็นพืชเศรษฐกิจ คือ พันธุ์เชียงใหม่ และพันธุ์ศรีสะเกษ โดย “หอมแดงศรีสะเกษ” มีคุณลักษณะพิเศษ คือ เปลือกมีสีแดงเข้ม ด้านในมีสีม่วงกลิ่นฉุนแรง เก็บรักษาได้ยาวนาน เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศที่นิยมอาหารไทย เช่น ยุโรป ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และจีน การที่พันธุ์หอมแดงศรีสะเกษได้รับความนิยมถือเป็นตัวบ่งชี้ว่าพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่สามารถปลูกหอมแดงได้ปริมาณมากในหลายอำเภอ (เพียว พรหมพันธุ์ใจ, 2558) โดยมีแหล่งปลูกที่สำคัญอยู่ในอำเภอยางชุมน้อย ราชสีไศล กันทรามย์ และวังหิน ซึ่งอำเภอยางชุมน้อยมีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุดในจังหวัด คือ 11,050 ไร่ รองลงมา คือ อำเภอราชสีไศล 8,881 ไร่ อำเภอกันทรามย์ 3,388 ไร่ และอำเภอวังหิน 586 ไร่ ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2564) จึงนับว่าอำเภอยางชุมน้อยเป็นพื้นที่ที่สำคัญในการผลิตหอมแดงของจังหวัดศรีสะเกษ และหอมแดงที่อำเภอยางชุมน้อย มีความพิเศษและรสชาติแตกต่างหอมแดงที่อื่น มีความเป็นเอกลักษณ์นับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญหลักรองจากข้าวหอมมะลิของจังหวัดศรีสะเกษ (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2563)

สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ร่วมกับที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษได้ดำเนินการจัดทำระบบควบคุมคุณภาพและมาตรฐานในการผลิตสินค้าหอมแดงศรีสะเกษและเพื่อยื่นขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย หรือ GI สินค้าหอมแดงศรีสะเกษ และเป็นแนวทางการปฏิบัติในการทำให้ผลผลิตสินค้าหอมแดงศรีสะเกษ มีคุณภาพที่ดีเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นได้มาตรฐาน GI ไทย และเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ จนกระทั่งหอมแดงศรีสะเกษได้รับการรับรอง GI ในปี 2563 โดยมีผู้แทนสินค้าหอมแดงศรีสะเกษ มาจาก 4 อำเภอ ได้แก่ ยางชุมน้อย วังหิน ราชสีไศล และกันทรามย์ (สำนักงานจังหวัดศรีสะเกษ, 2563) การที่ผู้ประกอบการได้รับการรับรองสินค้า GI ก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ เช่น ได้รับการคุ้มครองชื่อสินค้าให้เป็นสิทธิเฉพาะของชุมชนที่ขึ้นทะเบียน สร้างความเชื่อมั่นในแหล่งที่มาและคุณภาพสินค้าให้กับผู้ซื้อ เพิ่มมูลค่าของสินค้าและเป็นเครื่องมือทางการตลาด และได้รับการสนับสนุนการจดทะเบียนในระดับต่างประเทศ เป็นต้น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2561) ดังนั้น หากผู้บริโภครู้จักตรา GI และสามารถเชื่อมโยงตรา GI เข้ากับคุณภาพของสินค้าชุมชนได้ จะยังสามารถยกระดับสถานะสินทรัพย์ของตรา GI ขึ้นมาได้ด้วยเหตุผลต่าง ๆ หรืออาจกล่าวได้ว่า คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับนั้นช่วยผลักดันความสำเร็จทางการเงิน ด้านกลยุทธ์ของธุรกิจรวมถึงด้านอื่น ๆ โดยการรับรู้คุณภาพยังจะสร้างคุณค่าให้กับสินค้าชุมชนในการสร้างเหตุผลในการซื้อ เป็นแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้า ช่วยให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น ช่วยกระจายสินค้าในช่องทางการจัดจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ศุภพชา วีระสุนท์ และคณะ, 2561) นอกจากนี้ตรา GI ยังส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า ทั้งในด้านคุณภาพ ชื่อเสียง และคุณสมบัติลักษณะเฉพาะของสินค้า (สุรดิ วงศ์ษา, 2557) สินค้าที่ได้รับการรับรอง GI จะกลายเป็นสินค้าระดับพรีเมียม (Premium) ที่ผู้บริโภคบางกลุ่มพร้อมที่จะจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาด (สุมิตรา ศรีวิบูลย์ และรชชพร โกลเดสวิน, 2561) ซึ่งทั้งด้านการรับรู้คุณค่าของสินค้ารวมไปถึงคุณภาพของสินค้า เป็นปัจจัยหนึ่งนำไปสู่โอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการได้ เนื่องจากการแสวงหาโอกาสทางการตลาดทำได้โดยการวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่และนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ (ศุภวิชย์ วิไลพงศ์, 2556)

โดยปกติเส้นทางการขนส่งของหอมแดงศรีสะเกษไปยังพื้นที่อื่นซึ่งวิเคราะห์ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ จะเริ่มต้นพ้อค้าคนกลางมารับซื้อถึงในสวน และจะรับไปขายยังตลาดทำเรือ ในจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ ที่มีการซื้อขายหอมแดง โดยทุกเช้าจะมีพ้อค้าคนกลางมาขายหอมแดง ซึ่งจะมีพ้อค้าหรือแม่ค้าปลีกย่อยมารับซื้อ รวมถึงมีพ้อค้าที่จะมารับไปขายยังจังหวัดต่าง ๆ โดยผ่านพ้อค้าคนกลาง (น้ำผึ้ง ท้าคล่อง, 2559) ซึ่งส่วนใหญ่พ้อค้าคนกลางและผู้ค้ารายย่อยจะรับซื้อหอมแดงศรีสะเกษที่ปลูกแบบธรรมชาติคือไม่ได้ควบคุมเรื่องการใช้สารเคมี เพราะรับซื้อได้ในราคาไม่แพง และเป็นสินค้าที่ลูกค้าทั่วไปรู้จักจึงทำให้ขายได้ง่าย สำหรับหอมแดงศรีสะเกษที่มีตรา GI รับรองนั้น ยังไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป พ้อค้าคนกลางจึงไม่กล้ารับซื้อไปขายต่อ จึงทำให้หอมแดงศรีสะเกษ GI มีโอกาสในการขายได้น้อย สำนักงานเกษตรอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ จึงต้องการให้มีระบบที่สามารถแสดงให้เห็นพื้นที่แปลงปลูกหอมแดงศรีสะเกษ GI ในอำเภอยางชุมน้อย พร้อมกับรายละเอียดของแปลงและเกษตรกร เพื่อใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์แก่พ้อค้าคนกลาง ผู้ค้ารายย่อย และผู้ซื้อทั่วไป รวมทั้งเพื่อประโยชน์ในการวางแผนขยายพื้นที่หอมแดง GI ในอำเภอยางชุมน้อยด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาและพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม ในเขตพื้นที่อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อให้เป็นแหล่งค้นหาพื้นที่ผลิตหอมแดงศรีสะเกษระดับพรีเมียมเพื่อให้ผู้ที่สนใจ เช่น พ้อค้าคนกลาง แหล่งรับซื้อ และผู้บริโภค สามารถค้นหาพื้นที่ปลูกหอมแดงคุณภาพได้ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับพื้นที่ผลิตหอมแดงคุณภาพดังกล่าวด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมียม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ
- 2.2 เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมียม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ
- 2.3 เพื่อประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมียมที่มีต่อการเพิ่มโอกาสทางการตลาดของอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประเทศไทย (ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประเทศไทย, 2533) กล่าวถึงนิยามของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ หรือ Geographic Information System : GIS ไว้ว่า เป็นกระบวนการทำงานเกี่ยวกับข้อมูลในเชิงพื้นที่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ที่ใช้กำหนดข้อมูลและสารสนเทศ ที่มีความสัมพันธ์กับตำแหน่งในเชิงพื้นที่ เช่น ที่อยู่ บ้านเลขที่ สัมพันธ์กับตำแหน่งในแผนที่ตำแหน่ง เส้นรุ้ง เส้นแวง ข้อมูลและแผนที่ใน GIS เป็นระบบข้อมูลสารสนเทศที่อยู่ในรูปของตารางข้อมูล และฐานข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงพื้นที่ (Spatial Data) ซึ่งรูปแบบและความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงพื้นที่ทั้งหลาย จะสามารถนำมาวิเคราะห์ด้วย GIS และทำให้สื่อความหมายในเรื่องการเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์กับเวลาได้ เช่น การแพร่ขยายของโรคระบาด การเคลื่อนย้ายถิ่นฐาน การบุกรุกทำลาย การเปลี่ยนแปลงของการใช้พื้นที่ ฯลฯ ข้อมูลเหล่านี้ เมื่อปรากฏบนแผนที่ทำให้สามารถแปลและสื่อความหมายใช้งานได้ง่าย

สรุปได้ว่า ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ หมายถึง ระบบสารสนเทศที่ประกอบไปด้วยข้อมูลเชิงพื้นที่ และข้อมูลเชิงลักษณะ (Attribute Data) ประกอบกันเพื่อนำไปจัดเก็บในฐานข้อมูล ให้สามารถจัดการ วิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูลตามที่ต้องการได้

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ Turban และ Volonino (2013) ได้ระบุว่า แนวทางที่ใช้ในการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับโครงการพัฒนาระบบขนาดใหญ่ คือ วงจรการพัฒนาระบบ

(System Development Life Cycle: SDLC) ซึ่งวงจร SDLC คือ กรอบการทำงานเชิงโครงสร้างที่ประกอบด้วยกระบวนการทำงานที่เป็นไปตามลำดับการทำงานในการพัฒนาระบบ โดย Valacich และ Schneider (2016) กล่าวว่า ภายในวงจร SDLC จะแบ่งกระบวนการพัฒนาระบบออกเป็นระยะ (Phases) ได้แก่ การวางแผนและคัดเลือกโครงการ (Systems Planning and Selection Phase) การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis Phase) การออกแบบระบบ (System Design Phase) การพัฒนาและติดตั้งระบบ (System Implementation and Operation Phase) สำหรับการนำ SDLC ไปใช้งานในองค์กรนั้น มีความแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมขององค์กร จึงทำให้จำนวนขั้นตอนในวงจร SDLC ขององค์กรแต่ละแห่งไม่เท่ากัน ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบจำลอง SDLC ตามแนวคิดของ Valacich และ Schneider (2016) โดยนำมาปรับให้เข้ากับบริบทการดำเนินงาน จึงกำหนดให้ SDLC มี 4 ขั้นตอน ซึ่งได้แก่ 1) การวางแผนโครงการ (Planning) เป็นขั้นตอนการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พร้อมกับรวบรวมความต้องการของระบบ จากนั้นกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ขั้นตอนการดำเนินงาน ความรับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน ระยะเวลาในการดำเนินงานของแต่ละขั้นตอนรวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบ 2) การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) เป็นขั้นตอนการนำข้อมูลที่สำรวจไว้มา กำหนดความต้องการของระบบ เพื่อกำหนดขอบเขตของระบบ จากนั้นวิเคราะห์ระบบทั้งส่วนนำเข้า การประมวลผลข้อมูล และส่วนที่เป็นผลลัพธ์ เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบ 3) การออกแบบระบบ (System Design) เป็นขั้นตอนการออกแบบฐานข้อมูล ออกแบบสถาปัตยกรรมของระบบ ออกแบบหน้าจอแสดงผลของระบบ 4) การพัฒนาระบบ (System Implementation) เป็นขั้นตอนการสร้างระบบที่ได้ออกแบบไว้ให้เกิดขึ้นจริง โดยการเขียนโปรแกรม ทดสอบระบบ นำระบบไปติดตั้งเพื่อใช้งาน

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดและการขาย ศุภวิชัย วิไลพงศ์ (2556) กล่าวว่า ความสำเร็จขององค์กรนั้นขึ้นอยู่กับ การแสวงหาโอกาสทางการตลาด โดยการวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่และนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายให้องค์กรประสบความสำเร็จได้

สรุปได้ว่า โอกาสทางการตลาด หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ธุรกิจจะสามารถขายสินค้าหรือบริการได้ภายใต้ปัจจัยใด ๆ ที่ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อปัจจัยนั้นได้ โอกาสทางการตลาดสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่แล้วนำมาใช้วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นลำดับต่อไป

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลาวดี วรรณทอง และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การประยุกต์เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การวิจัยในครั้งนี้เป็นการประยุกต์เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศที่สามารถรวบรวมจัดการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จะสามารถบูรณาการข้อมูลการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวใช้งานผ่าน Web Browser ที่สามารถทำงานได้ทั้งในคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ โดยเว็บแอปพลิเคชันแสดงข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วยภาพถ่ายของแหล่งท่องเที่ยว มีหน้าแผนที่จะแสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นตำแหน่ง บนแผนที่ฐานจาก Google Map สามารถระบุตำแหน่งของผู้ใช้งาน ทำให้สามารถค้นหาตำแหน่งของข้อมูลในรัศมีที่ต้องการ คำนวณเส้นทางการเดินทางไปยังตำแหน่งที่ค้นหา

น้ำผึ้ง ท่าคล่อง (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อวิเคราะห์เส้นทางการขนส่งหอบแดง: กรณีศึกษาอำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อวิเคราะห์เส้นทางการขนส่งหอบแดงในอำเภอขามเฒ่าที่กระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดศรีสะเกษ ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า หอบแดงที่ปลูกจะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อถึงในสวน และจะรับไปขายยังตลาดท่าเรือ ในจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งเป็น

ตลาดใหญ่ ที่มีการซื้อขายหอมแดง โดยทุกเช้าจะมีพ่อค้าคนกลางมาขายหอมแดง ซึ่งจะมีพ่อค้าหรือแม่ค้าปลีกย่อยมารับซื้อ รวมถึงมีพ่อค้าที่จะมารับไปขายยังจังหวัดต่าง ๆ โดยผ่านพ่อค้าคนกลาง

สุมิตรา ศรีวิบูลย์ และ รสขงพร โกมลเสวิน (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เครื่องหมายรับรองคุณภาพ: โอกาสทางการตลาดสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรองคุณภาพสินค้า/บริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลทางเลือกสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย และสร้างความตระหนักรู้ถึง ประโยชน์ และโอกาสที่ผู้ประกอบการหรือชุมชนจะได้รับ โดยการเลือกใช้รูปแบบของเครื่องหมายรับรองที่มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ประกอบการเพื่อให้สอดคล้องกับสินค้าและบริการของตน นอกจากนี้ เครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นอีกเครื่องหมายหนึ่งที่ใช้เพื่อรับรองคุณภาพสินค้า/บริการซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ว่ามีความพิเศษหรือมีคุณลักษณะเฉพาะที่มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ภูมิศาสตร์ เพื่อแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงแหล่งที่มาคุณภาพ รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของสินค้า/บริการนั้น ๆ และมักจะนำชื่อพื้นที่ภูมิศาสตร์มาใช้ในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย

จักรพันธ์ สาทมณี และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านระบบแอปพลิเคชัน LINE Chatbot ในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านระบบแอปพลิเคชัน LINE Chatbot ในจังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย ระบบจัดเก็บข้อมูล ระบบโต้ตอบและระบบแสดงผล ประสิทธิภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประสิทธิภาพและการยอมรับต่อระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก และระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถใช้ข้อมูลเพื่อการ วิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว

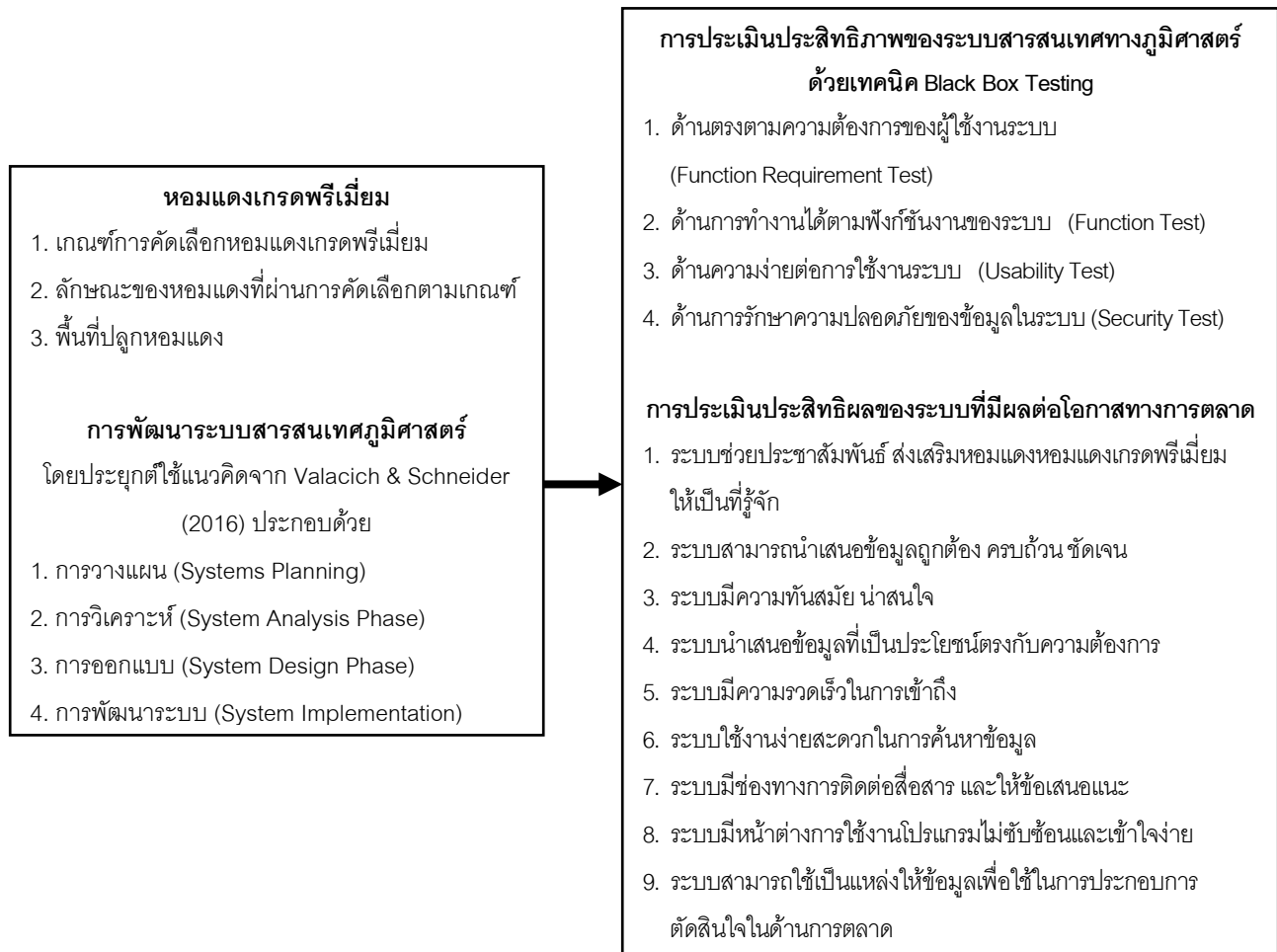
จิรประภา นิมารมย์ และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ด้านกลยุทธ์การบริหารลูกค้า ด้านกลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ และด้านกลยุทธ์การโฆษณา มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนำกลยุทธ์ที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปฏิบัติงาน ออกแบบให้ทันสมัย และง่ายต่อการนำไปปฏิบัติงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจตัวสินค้า รวมถึงกระตุ้นความต้องการซื้อ ซึ่งจะทำให้กลยุทธ์ที่สร้างขึ้นนั้นมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

นพดล สายคติกรณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศการตลาดสมัยใหม่ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นใน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ พบว่า จากการศึกษาความต้องการจากกลุ่มสหกรณ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้าน ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นระบบสารสนเทศทางการตลาดที่จะเป็นเสมือนหนึ่งตลาดกลางการนำเสนอสินค้าของชุมชนในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน สามารถสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์ อีกทั้งมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้า และบริการของสหกรณ์ชุมชนผ่านการพัฒนาผ่านเว็บไซต์ ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักผ่านทางเครื่องมือค้นหา ผลวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการใช้งานระบบที่พัฒนาขึ้นนั้น มีความพึงพอใจต่อระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19)

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในพื้นที่อำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ จึงได้สร้างกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวความคิดในการวิจัยของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรตฟรีเมียม
เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในพื้นที่อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ



4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรตฟรีเมียมเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในจังหวัดศรีสะเกษ” เป็นงานวิจัยแบบประยุกต์ (Applied Research) ซึ่งมีการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 สมาชิกกลุ่มหอมแดง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 คน ประกอบด้วยตัวแทนสมาชิกกลุ่มหอมแดงตำบลยางชุมน้อย 11 คน ตัวแทนพัฒนาชุมชน 1 คน ตัวแทนสำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ 1 คน และตัวแทนจากเกษตรอำเภอยางชุมน้อย 2 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4.1.2 ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน จะต้องเป็นอาจารย์ที่มีคุณวุฒิปริญญาโท/เอกด้านคอมพิวเตอร์ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4.1.3 ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ จำนวน 384 คน ประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดง พ่อค้าคนกลางและผู้รับซื้อขายย่อย ผู้สนใจเยี่ยมชมแปลงหอมแดง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เกษตรอำเภอ เกษตรจังหวัด ตลอดจนผู้เยี่ยมชม

เว็บไซต์ทั่วไป โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ W.G. Cochran เนื่องจาก ประชากรมีขนาดใหญ่และ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2549 : 74)

4.2 ลักษณะของเครื่องมือ

4.2.1 แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มได้แสดงความคิดเห็น ได้อย่างอิสระ เพื่อใช้หาแนวทางการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมียม โดยมีประเด็นในการสนทนา 4 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1 ความเป็นมาของกลุ่มหอมแดง ประเด็นที่ 2 หอมแดงพันธุ์พื้นเมืองของศรีสะเกษ ประเด็นที่ 3 บริบทพื้นที่ปลูก หอมแดงในเขตตำบลยางชุมน้อย ต้นทุน ผลตอบแทน ผลผลิตที่ได้ ประเด็นที่ 4 แนวทางที่ใช้ในการคัดเลือกหอมแดง ศรีสะเกษเกรดพรีเมียม และผู้วิจัยใช้แบบสนทนากลุ่มในขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ เพื่อกำหนด ความต้องการระบบในขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบ โดยมีประเด็นสนทนา 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1 รูปแบบการแสดงผล และประเด็นที่ 2 รายละเอียดที่ต้องการแสดงผล

4.2.2 แบบประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม ผู้วิจัยได้ สร้างแบบประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยการประเมินด้วยวิธี Black Box Testing เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาว่า ระบบ สามารถทำงานตามความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทดสอบข้อมูลเข้า (Input) และผลลัพธ์ (Output) เท่านั้น โดยจะไม่มี การตรวจสอบว่ามีการประมวลผลอย่างไร ซึ่งมีการประเมินประสิทธิภาพของระบบ 4 ด้าน คือ ด้านการตรงตามความต้องการ ของผู้ใช้ระบบ (Functional Requirement Test) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ (Function Test) ด้านความง่ายต่อ การใช้งานระบบ (Usability Test) และด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบ (Security Test) (Mustafa & Khan, 2007)

4.2.3 แบบประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมที่มีต่อ การเพิ่มโอกาสทางการตลาด โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมียมที่มีต่อการเพิ่มโอกาสทาง การตลาด มีจำนวน 10 ข้อ

โดยแบบประเมินประสิทธิภาพ และแบบประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดง ศรีสะเกษเกรดพรีเมียม เป็นแบบประเมินที่มีลักษณะเป็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยตัวเลือก 5 ระดับตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51-4.50 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51-3.50 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51-2.50 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

4.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

มีขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือดังนี้

4.3.1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร บทความวิชาการ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้กำหนดขอบเขตและแนวทางในการสร้างแบบสนทนากลุ่ม และแบบสอบถามเพื่อใช้แบบประเมินประสิทธิภาพ และแบบประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม

4.3.2 กำหนดขอบเขตและรายละเอียดในการสนทนากลุ่ม ขอบเขตของแบบประเมินประสิทธิภาพ และแบบประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม

4.3.3 ดำเนินการสร้างแบบสนทนากลุ่ม แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพ และแบบประเมินประสิทธิผลระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษกรวดพรีเมี่ยม

4.3.4 นำแบบแบบสนทนากลุ่ม แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพ และแบบประเมินประสิทธิผลระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษกรวดพรีเมี่ยมไปเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัย

4.3.5 ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของที่ปรึกษางานวิจัย

4.3.6 นำแบบสนทนากลุ่ม แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพ และแบบประเมินประสิทธิผลระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษกรวดพรีเมี่ยม ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

แบบสนทนากลุ่มที่กำหนดประเด็นคำถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้นำแบบสนทนากลุ่มให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษาที่ใช้ และปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษกรวดพรีเมี่ยม ผู้วิจัยนำแบบประเมินประสิทธิภาพให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาหาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) พบว่า ทุกข้อมีค่าระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถนำไปใช้ได้

แบบประเมินประสิทธิผลระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษกรวดพรีเมี่ยม ผู้วิจัยนำแบบประเมินประสิทธิผลไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่ 0.98 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า ค่าความเชื่อมั่นของคำถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70

4.4 ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

4.4.1 ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพบริบทพื้นที่ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดชุมชนที่ศึกษาหรือเป็นสนาม (Field) โดยใช้ขอบเขตบริบททางพื้นที่แปลงปลูกหอมแดง ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของการวิจัยก่อนที่จะกำหนดเฉพาะพื้นที่ที่มีหอมแดงตรงตามเกณฑ์เกรดพรีเมี่ยม เพื่อให้ผู้วิจัยได้สามารถศึกษาและทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลต่างๆ ได้อย่างละเอียด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เข้าไปศึกษาในชุมชนโดยการประสานงานกับผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและขอความร่วมมือเพื่อสนทนากลุ่มในการกำหนดคุณลักษณะของหอมแดงที่จัดว่าเป็นเกรดพรีเมี่ยม พร้อมกันนี้ผู้วิจัยได้จัดเก็บข้อมูลบริบทพื้นที่ปลูกหอมแดงไปด้วย

4.4.2 ขั้นตอนที่ 2 สนทนากลุ่มผู้เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมี่ยม จัดให้มีการสนทนากลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 15 คน ประกอบด้วย ตัวแทนสมาชิกกลุ่มหอมแดงตำบลยางชุมน้อย 11 คน ตัวแทนพัฒนาชุมชน 1 คน ตัวแทนสำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ 1 คน และตัวแทนจากเกษตรอำเภอยางชุมน้อย 2 คน เพื่อหารือร่วมกันในการกำหนดแนวทางในการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมี่ยม

4.4.3 ขั้นตอนที่ 3 สำรวจพื้นที่ปลูกหอมแดงเกรดพรีเมี่ยม นักวิจัยลงพื้นที่ภาคสนามเฉพาะพื้นที่ที่ปลูกหอมแดงที่มีลักษณะผ่านเกณฑ์เกรดพรีเมี่ยม ตามข้อสรุปที่ได้จากการสนทนากลุ่มนั้นคือ แปลงที่ได้รับรองมาตรฐานตรา GI ซึ่งตรวจสอบ ประเมิน และให้การรับรองโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อเก็บข้อมูลพิกัดพื้นที่ ภาพถ่าย และรายละเอียดอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปจัดทำระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมี่ยมต่อไป

4.4.4 ขั้นตอนที่ 4 พัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม ในขั้นตอนนี้เป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม โดยดำเนินการตามวงจร SDLC ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากทฤษฎีของ Valacich และ Schneider (2016) มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) การวางแผนโครงการ เป็นขั้นตอนการสำรวจข้อมูลในพื้นที่เพื่อนำมากำหนดกิจกรรมการพัฒนา ระบบ ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม และงบประมาณที่ต้องใช้ในแต่ละกิจกรรม โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการไปพร้อมกับการลงพื้นที่ภาคสนามทั้ง 2 ครั้ง

2) การวิเคราะห์ระบบ เป็นขั้นตอนการนำข้อมูลพื้นที่ที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ความต้องการของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม วิเคราะห์ข้อมูลนำเข้า การประมวลผล และส่วนที่เป็นผลลัพธ์ของระบบ

3) การออกแบบระบบ เป็นขั้นตอนที่นำความต้องการของระบบมาออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบฐานข้อมูล ออกแบบสถาปัตยกรรมของระบบ ออกแบบหน้าจอแสดงผลของระบบ เพื่อนำข้อมูลเชิงพื้นที่มาจัดเก็บและจัดการในฐานข้อมูลและแสดงผลบนหน้าจอ

4) การพัฒนาระบบ เป็นขั้นตอนการสร้างระบบที่ได้ออกแบบไว้ให้เกิดขึ้นจริง ให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลเชิงพื้นที่ของหอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่เกษตรกรต่อไป

4.4.5 ขั้นตอนที่ 5 ประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ ในขั้นตอนนี้เป็นการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม ผู้วิจัยได้นำระบบที่พัฒนาเสร็จเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประเมินประสิทธิภาพของระบบประเมินด้วยวิธี Black Box Testing (Mustafa & Khan, 2007)

4.4.6 ขั้นตอนที่ 6 ปรับปรุงคุณภาพของระบบ ในขั้นตอนนี้เป็นการนำผลจากการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับแก้ให้ถูกต้องและสมบูรณ์

4.4.7 ขั้นตอนที่ 7 นำไปใช้และเผยแพร่ เป็นขั้นตอนของการนำระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมขึ้นสู่เว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณะ

4.4.8 ขั้นตอนที่ 8 ประเมินประสิทธิผลของระบบที่มีผลต่อโอกาสทางการตลาด หลังจากนำระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมเผยแพร่บนเว็บไซต์แล้ว ในขั้นตอนนี้เป็นการประเมินประสิทธิผลของระบบที่มีต่อการเพิ่มโอกาสทางการตลาดโดยการประเมินด้วยแบบสอบถามประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมที่มีต่อการเพิ่มโอกาสทางการตลาด

4.5 การตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยยึดหลัก MTTP การจัดเก็บข้อมูลในเรื่องเดียวกันจะมีการรวบรวมจากหลายวิธี ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ไม่ควรจะแตกต่างกัน โดยจะยืนยัน ผลการเก็บข้อมูลจากวิธีการเก็บ 4 รูปแบบ คือ 1) M = Method ต่างวิธีกัน คือใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแตกต่างกัน เช่น ใช้วิธีสังเกตพร้อมกับซักถามและศึกษาข้อมูลจากเอกสาร 2) T = Time ต่างเวลา คือตรวจสอบข้อมูลในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าข้อมูลที่ได้ในแต่ละช่วงเวลานั้นเหมือนกันหรือไม่ 3) P = Place ต่างสถานที่ คือ การตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้จากสถานที่ต่างกัน จะเหมือนกันหรือไม่ และ 4) P = Person ต่างบุคคล คือตรวจสอบว่า ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (โยธิน แสงดี, 11 เมษายน 2561, ภาคบรรยาย) การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคำสนทนากับผู้สนทนา มาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของแต่ละบุคคล และจัดลำดับความสำคัญและคุณลักษณะของข้อมูล จากนั้น นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของข้อมูล แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูล และเขียนรายงานข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแบบเชิงพรรณนา

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยใช้แนวคิดวงจรชีวิตการพัฒนาแบบ SDLC ของ Valacich & Schneider ซึ่งมีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การวิเคราะห์ การออกแบบ และการพัฒนาและติดตั้ง การตรวจสอบคุณภาพของระบบ จะใช้วิธีการประเมินประสิทธิภาพของระบบด้วยแบบประเมินประสิทธิภาพ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยใช้แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการประเมินค่า IOC ปรากฏว่าได้ค่า IOC เกิน 0.50 ทั้งหมด โดยมีค่าส่วนใหญ่อยู่ที่ 0.60-1.00 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

4.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นอกจากนี้ ยังต้องวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบประเมินด้วย

5. ผลการวิจัย และอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย

5.1.1 ผลการศึกษาแนวทางการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมียม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ

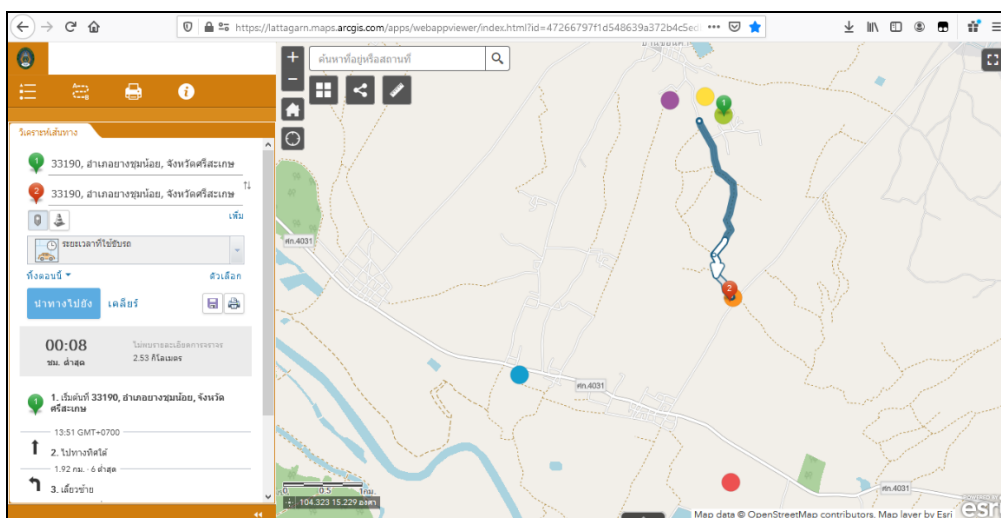
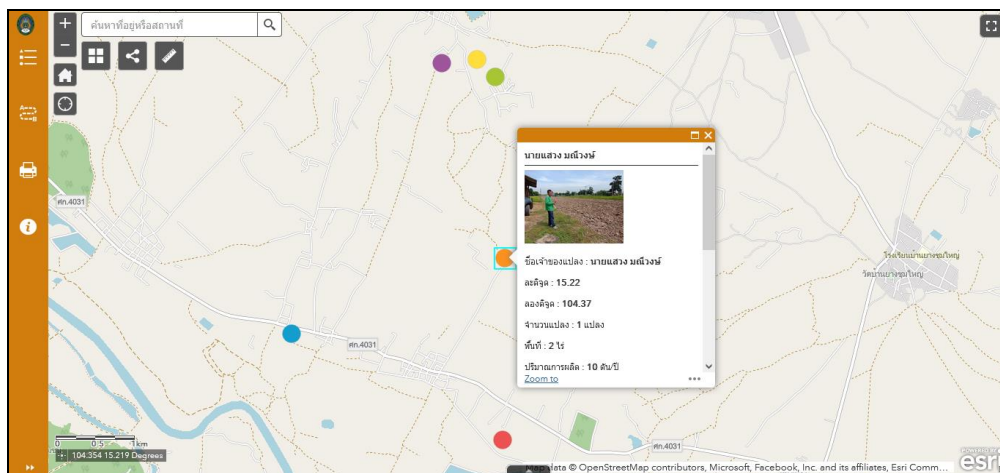
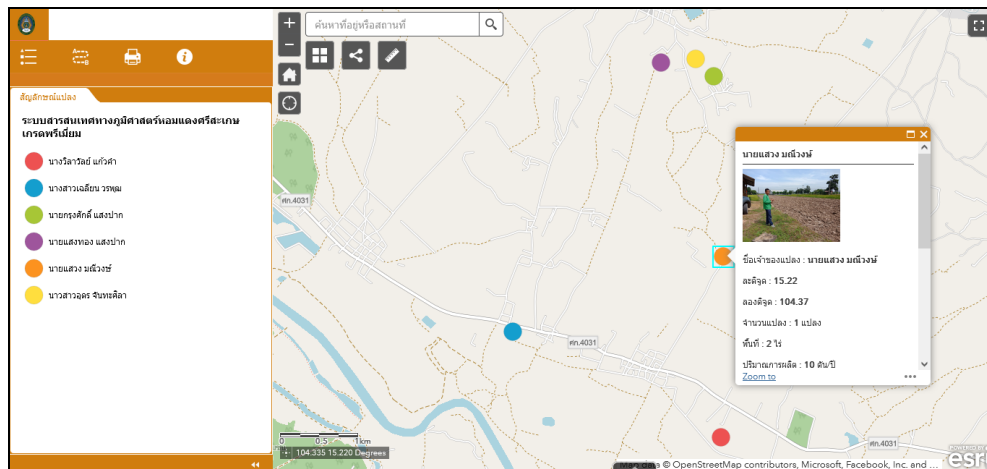
จากการสนทนากลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง สรุปว่าจะใช้เกณฑ์มาตรฐาน GI เป็นแนวทางในการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมียม เนื่องจากหอมแดง GI มีกระบวนการผลิตที่ผ่านการตรวจสอบและรับรองจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาและสำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ โดยการตรวจสอบตั้งแต่การปลูก การคัดเลือกหัวพันธุ์ การเตรียมดิน พื้นที่ปลูกที่เหมาะสม การดูแลรักษา ตลอดจนการให้น้ำ และการเก็บเกี่ยว อีกทั้งยังต้องผ่านการรับรองระบบการจัดการคุณภาพพืช (GAP) จากกรมวิชาการเกษตรต้องเก็บข้อมูลในระบบคิวอาร์โค้ด (Quick Response Code) ทำให้ผลผลิตปลอดภัยจากสารพิษ จนทำให้ได้หอมแดงที่มีลักษณะเด่น 5 ประการ ได้แก่ หัวใหญ่ ผลแห้ง มีสีแดง ผิวมัน และคอเล็ก ที่จัดว่าเป็นเกรดพรีเมียมที่มีราคาสูงกว่าหอมแดงตามท้องตลาดทั่วไป และพบว่ามีเกษตรกรในอำเภอขามเฒ่าที่มีแปลงหอมแดงผ่านเกณฑ์เกรดพรีเมียม จำนวน 6 ราย รวมพื้นที่ปลูกทั้งสิ้นจำนวน 8 ไร่ รวมปริมาณการผลิตได้ 40 ตันต่อปี

5.1.2 ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมียม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ

จากการสนทนากลุ่มในการวิเคราะห์ความต้องการของระบบ พบว่า เกษตรอำเภอขามเฒ่าต้องการมีระบบที่สามารถแสดงให้เห็นพื้นที่แปลงปลูกหอมแดงศรีสะเกษ GI ในอำเภอขามเฒ่า พร้อมกับรายละเอียดของแปลงและเกษตรกร เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์แก่พ่อค้าคนกลาง ผู้ค้ารายย่อย และผู้ซื้อทั่วไป รวมทั้งเพื่อประโยชน์ในการวางแผนขยายพื้นที่หอมแดง GI ในอำเภอขามเฒ่าด้วย ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาจัดเก็บในฐานข้อมูล ซึ่งทำงานบนเว็บไซต์โดยให้ชื่อว่าเป็นระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมทำงานบนเว็บไซต์ <https://gi.sisaket4tribes.com> โดยมีแผนที่นำทางไปยังแปลงหอมแดงแปลงต่าง ๆ มีช่องทางการติดต่อ และสามารถวิเคราะห์เส้นทางจากแปลงหนึ่งไปยังอีกแปลงหนึ่งได้อีกด้วย แสดงผลการทำงาน ดังรูปภาพประกอบ 2 สามารถเข้าใช้งานได้จากเว็บไซต์ <https://gi.sisaket4tribes.com> หรือจากเพชบุ๊คแฟนเพจของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดง ตลอดจนบนเว็บไซต์ของเกษตรกรอำเภอขามเฒ่าที่นำไปประชาสัมพันธ์ เพื่อให้พ่อค้าคนกลางและผู้รับซื้อรายย่อย ผู้สนใจเยี่ยมชมแปลงหอมแดง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เกษตรอำเภอ เกษตรจังหวัด ตลอดจนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ทั่วไป

รูปภาพประกอบ 2

หน้าจอของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ



5.1.3 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอบแดง

ศรีสะเกษเกรดพรีเมียม

ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบในแต่ละด้าน ซึ่งแสดงด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของประสิทธิภาพของระบบ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบ โดยรวมและเป็นรายด้าน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานระบบ (Functional Requirement Test)	4.67	0.000	มากที่สุด
2. ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ (Function Test)	4.58	0.289	มากที่สุด
3. ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ (Usability Test)	4.50	0.173	มาก
4. ด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบ (Security Test)	4.50	0.000	มาก
โดยรวม	4.56	0.173	มากที่สุด

จากตาราง 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบ พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.173) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานระบบ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.000) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.289) และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.173) และด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.000)

5.1.4 ผลการประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอบแดงเกรดพรีเมียมที่มีต่อ

การเพิ่มโอกาสทางการตลาดของอำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ

การประเมินประสิทธิผลของระบบที่มีผลต่อโอกาสทางการตลาด โดยผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์จำนวน 384 คน ซึ่งได้แก่ เกษตรอำเภอขามเฒ่า กลุ่มพ่อค้าคนกลางและรายย่อย ตลอดจนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ทั่วไป ผลการประสิทธิผลของระบบมีผลต่อโอกาสทางการตลาด แสดงด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงผลดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการประเมินประสิทธิผลของระบบที่มีผลต่อโอกาสทางการตลาด

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ระบบช่วยประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมหอบแดงหอบแดงเกรดพรีเมียมให้เป็นที่รู้จัก	4.12	0.814	มาก
2. ระบบสามารถนำเสนอข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน	4.08	0.812	มาก
3. ระบบมีความทันสมัย น่าสนใจ	4.07	0.797	มาก
4. ระบบนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตรงกับความต้องการ	4.02	0.808	มาก
5. ระบบมีความรวดเร็วในการเข้าถึง	3.95	0.829	มาก

ตาราง 2 ผลการประเมินประสิทธิผลของระบบที่มีผลต่อโอกาสทางการตลาด (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
6. ระบบใช้งานง่ายสะดวกในการค้นหาข้อมูล	4.07	0.810	มาก
7. ระบบมีช่องทางการติดต่อสื่อสาร และให้ข้อเสนอแนะ	4.08	0.810	มาก
8. ระบบมีหน้าต่างการใช้งานโปรแกรมไม่ซับซ้อนและเข้าใจง่าย	4.08	0.796	มาก
9. ระบบสามารถใช้เป็นแหล่งให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในด้านการตลาด	4.04	0.820	มาก
10. ระบบมีความหลากหลายของข้อมูล	4.05	0.817	มาก
โดยรวม	4.05	0.812	มาก

จากตาราง 2 ผลการประเมินประสิทธิผลของระบบที่มีผลต่อโอกาสทางการตลาด พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= 0.812) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก พบว่า ระบบช่วยประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมหอมแดงหอมแดงเกรดพรีเมียมให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.814) ระบบสามารถนำเสนอข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D.= 0.812) ระบบมีช่องทางการติดต่อสื่อสาร และให้ข้อเสนอแนะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D.= 0.810) ระบบมีหน้าต่างการใช้งานโปรแกรมไม่ซับซ้อนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D.= 0.796) ระบบมีความทันสมัย น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D.= 0.797) และระบบใช้งานง่ายสะดวกในการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D.= 0.810)

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในพื้นที่อำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ผลการศึกษาแนวทางการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมียม พบว่า เลือกใช้เกณฑ์มาตรฐาน GI เป็นแนวทางในการคัดเลือกหอมแดงเกรดพรีเมียม เนื่องจากหอมแดง GI มีกระบวนการผลิตที่ผ่านการตรวจสอบและรับรองจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาและสำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ โดยการตรวจสอบตั้งแต่การปลูก การคัดเลือกพันธุ์หอมแดง การเตรียมดิน พื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปลูกหอมแดง การปลูกหอมแดง การดูแลรักษา การให้น้ำ และการเก็บเกี่ยว อีกทั้งยังต้องผ่านมาตรฐาน GAP จากกรมวิชาการ ทำให้ผลผลิตปลอดภัยจากสารพิษ จนทำให้ได้หอมแดงที่มีลักษณะเด่น 5 ประการ ได้แก่ หัวใหญ่ ผลแห้ง มีสีแดง ผิวมัน และคอเล็ก นอกจากนี้ เกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงยังได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “เนื่องจากหอมแดงศรีสะเกษ GI ปลูกแบบไร้สารเคมี จึงทำให้เมื่อนำไปทำหอมเจียว จะมีรสหวานกว่าหอมแดงทั่วไป ทำให้หอมเจียวอร่อยขึ้น” จึงอาจกล่าวได้ว่า หอมแดงศรีสะเกษที่ได้ตรา GI เป็นหอมแดงที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ และสงขพร โกมลเสวิน (2561) ที่กล่าวว่าเครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นอีกเครื่องหมายหนึ่งที่ใช้เพื่อรับรองคุณภาพสินค้า/บริการซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ว่ามีความพิเศษหรือมีคุณลักษณะเฉพาะที่มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ภูมิศาสตร์ เพื่อแสดงให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงแหล่งที่มาคุณภาพ รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของสินค้า/บริการนั้น ๆ และมักจะนำชื่อพื้นที่ภูมิศาสตร์มาใช้ในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย

5.2.2 ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมียม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า สามารถทำงานบนเว็บไซต์ผ่าน <https://gi.sisaket4tribes.com> แสดงให้เห็นพื้นที่แปลงปลูกหอมแดง มีแผนที่นำทางไปยังแปลงหอมแดง พร้อมกับรายละเอียดของแปลงและเกษตรกร มีช่องทางการติดต่อ และสามารถวิเคราะห์เส้นทาง

จากแปลงหนึ่งไปยังอีกแปลงหนึ่งได้ เป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่พ่อค้าคนกลาง ผู้ค้ารายย่อย และผู้ซื้อทั่วไป รวมทั้งเพื่อประโยชน์ในการวางแผนขยายพื้นที่หอมแดง GI ในอำเภอยางชุมน้อยด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของชลาวรรณทอง และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การวิจัยในครั้งนี้เป็นการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สามารถรวบรวมจัดการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จะสามารถบูรณาการข้อมูลการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีหน้าแผนที่แสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นตำแหน่งบนแผนที่ฐานจาก Google Map สามารถระบุตำแหน่งของผู้ใช้งาน ทำให้สามารถค้นหาตำแหน่งของข้อมูลในรัศมีที่ต้องการ คำนวณเส้นทางการเดินทางไปยังตำแหน่งที่ค้นหา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรพันธ์ สาตมณี และคณะ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านระบบแอปพลิเคชัน LINE Chatbot ในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้งาน สามารถใช้ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น และเห็นภาพอย่างชัดเจน นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนในการจัดหาสถานที่ท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยว ช่วยสนับสนุนกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.3 ผลการประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงเกรดพรีเมียมที่มีต่อการเพิ่มโอกาสทางการตลาดของอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ระบบนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตรงตามความต้องการช่วยประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมหอมแดงหอมแดงเกรดพรีเมียมให้เป็นที่รู้จัก ช่วยอำนวยความสะดวก ใช้เป็นแหล่งให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในด้านการตลาดได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพดล สายคติกรณ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศการตลาดสมัยใหม่ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นใน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ระบบสารสนเทศทางการตลาดเป็นเสมือนหนึ่งตลาดกลางการนำเสนอสินค้าของชุมชนในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน สามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของสหกรณ์ชุมชน และสั่งซื้อสินค้าได้ ผลวิจัยพบว่าความพึงพอใจต่อระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) และการที่ระบบจะทำงานได้เต็มประสิทธิภาพนั้น สมาชิกควรให้ความสำคัญกับการนำระบบไปใช้ด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรประภา นิมารัมย์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนำกลยุทธ์ที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปฏิบัติงาน ออกแบบให้ทันสมัย และง่ายต่อการนำไปปฏิบัติงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจตัวสินค้า รวมถึงกระตุ้นความต้องการซื้อ ซึ่งจะทำการกลยุทธ์ที่สร้างขึ้นนั้นมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการวิจัยครั้งนี้เป็นครั้งแรกของการประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อช่วยในการวางแผนเชิงนโยบายของเกษตรอำเภอยางชุมน้อยในด้านการสร้างโอกาสในการขายหอมแดงศรีสะเกษ GI

6. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

6.1.1 เกษตรอำเภอยางชุมน้อยสามารถวางแผนร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อเพิ่มพื้นที่การปลูกหอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม (หอมแดง GI) โดยใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมเป็นเครื่องมือได้

6.1.2 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษสามารถสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพของหอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม (หอมแดง GI ศรีสะเกษ) ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มพ่อค้าคนกลางและรายย่อยร่วมกับเกษตรอำเภอและเกษตรจังหวัดได้ โดยใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์หอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียมเป็นเครื่องมือ

6.1.3 ควรมีหน่วยงานภาครัฐมากกว่า 1 หน่วยงานเข้ามาเป็นกลไกร่วมกันกับเกษตรอำเภอย่างชุมชนน้อย เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกันในทุกภาคส่วน

6.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

6.2.1 หน่วยงานในท้องที่ควรส่งเสริมด้านการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพของหอมแดงศรีสะเกษเกรดพรีเมียม

6.2.2 สามารถใช้รูปแบบระบบสารสนเทศของงานวิจัยนี้เป็นแนวทางในการส่งเสริมสินค้า GI ชนิดอื่นได้ เช่น ทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษ GI

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2561). *สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI Thailand)*. กรุงเทพฯ :

บริษัท ออนป้า จำกัด.

กรมวิชาการเกษตร. (2563). *สถานการณ์หอมแดง*. ค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2563, จาก https://www.doa.go.th/hort/wp-content/uploads/2020/06/สถานการณ์หอมแดง_เมษายน63.pdf

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

จักรพันธ์ สาตมณี ภคพล สุนทรโรจน์ ศัชรินทร์ ทองพัก และ พงษ์กัมปนาท แก้วตา. (2564). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านระบบแอปพลิเคชัน LINE Chatbot ในจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(1), 100-111.

จิระประภา นิมารัมย์ มณีรัตน์ วงษ์ขิม และรัตนาวดี สอนิประสาท. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(1), 109-119.

ชลาวัด วรรณทอง ณัฐพล วงษ์รัมย์ และณัฐวุฒิ ทะนันไธสง. (2562). การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 14(1), 51-61.

ฐารดี วงศ์ษา. (2557). *สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า* ชามไก่ลำปาง. บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น.

นพดล สายคติกรณ์. (2558). *การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศการตลาดสมัยใหม่ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นใน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์* อุดรดิษฐ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีรัตนโกสินทร์.

น้ำผึ้ง ท่าคล่อง. (2559). การใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อวิเคราะห์เส้นทางการขนส่งหอมแดง: กรณีศึกษาอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 3(1), 61-70.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

เพียว พรหมพันธุ์ใจ. (2558). *การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตหอมแดงคุณภาพในภาคเหนือตอนล่างและภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการเกษตร.

โยธิน แสงวงดี. (2561). *การวิจัยแบบผสม*. ค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://research.sru.ac.th/research/?p=3095>.

- ศันตชา ธีระสุนันท์, จิตติมา บุรณวงษ์ และเมธาวัตถ์ ภูธรภักดี. (2561). การเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพและความตั้งใจซื้อเครื่องถนอมเนื้อนครตามระดับการรู้จักสิ่งปฏิกูลทางภูมิศาสตร์ของผู้บริโภคชาวไทย. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 31(3), 167-177.
- ศิริยา มากมี และปรีดา นาเทเวศน์. (2559). การศึกษาความหลากหลายทางพันธุกรรมของพันธุ์หอมแดงในเขตภาคเหนือของประเทศไทยด้วยเครื่องหมายโมเลกุล SSR. การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 54, 2-5 กุมภาพันธ์ 2559, 31-38.
- ศุภวิทย์ วิไลพงศ์. (2556). การศึกษาโอกาสทางการตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายเพื่อจำหน่ายบนเว็บไซต์ของไทย. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประเทศไทย. (2533). *Learning GIS*. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.gisthai.org/about-gis/gis.html>.
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2563). เกษตรกรปลูกหอมแดงอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ปลื้มราคาหอมแดงปีนี้พุ่งสูง ในรอบ 15 ปี. ค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/TCATG201217135535278
- สำนักงานจังหวัดศรีสะเกษ. (2563). รายงานการประชุมคณะกรรมการจังหวัดศรีสะเกษ และหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัดศรีสะเกษ ครั้งที่ 8/2563 วันจันทร์ที่ 31 สิงหาคม 2563 เวลา 09.30 น. ค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://new.sisaket.go.th/wp-content/uploads/oldpic/meeting/256309090518-7s.pdf>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2564). ตารางแสดงรายละเอียดหอมแดง. ค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.oae.go.th/view/1/ตารางแสดงรายละเอียดหอมแดง/TH-TH>.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์ และ รสขงพร โกมลเสวิน. (2561). เครื่องหมายรับรองคุณภาพ: โอกาสทางการตลาดสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารนักบริหาร*, 28(1), 11-21.
- Mustafa, K., & Khan, R. A. (2007). *Software Testing: Concepts and Practices*. England : Alpha Science.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. 2th ed. New York : McGraw-Hill.
- Turban, E., & Volonino, L. (2013). *Information Technology for Management*. 9th ed. Asia : John Wiley & Sons.
- Valacich, J. S., & Schneider, C. (2016). *Information System Today*. 7th ed. USA : Pearson Education.

อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

The Influence of Factors Affecting Purchase Decisions Condominium in Muang District, Nakhonratchasima Province

อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรัสโสม*

Ajcharapan Tangjaturasopon*

Received : October 3, 2022 Revised : November 22, 2022 Accepted : March 16, 2023

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม (2) ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม (3) ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 403 คน เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม - พฤษภาคม 2565 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ตามสื่อช่องทางออนไลน์ และส่งต่อเป็นลูกโซ่ผ่านคนรู้จัก เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การหาความสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธี Enter

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาทต่อเดือน เหตุผลที่เลือกซื้อคอนโดมิเนียม เพราะสภาพแวดล้อมภายในโครงการ วัตถุประสงค์หลักในการซื้อเพื่ออาศัยอยู่เอง บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อ คือ ตัวเอง รับข้อมูลข่าวสารจาก Facebook Fan Page โครงการ เลือกซื้อคอนโดมิเนียมขนาด 51-60 ตารางเมตร 1 ห้องนอน ราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อ 1.1 – 2 ล้านบาท ผ่อนชำระกับธนาคาร จำนวนครั้งที่ไปเยี่ยมชมโครงการ 1 ครั้ง และใช้เวลาในการตัดสินใจหลังจากเยี่ยมชม 1-3 เดือน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ดังสมการพยากรณ์

$$Y = 4.207 + 0.423(\text{การส่งเสริมการตลาด}) + 0.255(\text{บุคลากร}) - 0.204(\text{ลักษณะกายภาพ})$$

คำสำคัญ : อิทธิพล การตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม จังหวัดนครราชสีมา

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

* Assistant Professor, Business Administration Faculty, Vongchavalitkul University

*Corresponding author E-mail: ajcharapan9199@gmail.com

Abstract

The purpose of this research was to study (1) the personal factors and their behaviors towards condominium purchases (2) the level of Marketing Mix towards condominium purchases (3) other infusive factor towards. This study was a quantitative research, sample data was 403 residents who bought a condominium in Muang District, Nakhonratchasima Province. The data was collected between March – May 2022 with Nonprobability Sampling method by using an online survey with various platforms including a survey forwarding to each other. Frequency, percentage, mean, and standard deviation of descriptive statistics were used for this analysis. Inferential Statistics including Pearson correlation coefficient and Multiple Regression Analysis with enter regression also introduced.

The study found that most respondents were single woman with age between 31 – 40. They have a bachelor degree and own their business, some of them are freelance with average monthly income of 15,001 – 25,000. The main factor to consider when purchase a condominium is its facility with the purpose of their own living. They have decided based on their own decision and gathered information from Facebook Fan Page of its project. The room type was one bedroom with size of 51-60 square meters with cost of 1.1–2 million baht with an installment plan. They were visited the property only once and decided within 1–3 months after their visit. Marketing Mix including promotion, people, physical evidence were affecting to decision-making as following equation.

$$Y = 4.207 + 0.423(\text{promotion}) + 0.255(\text{people}) - 0.204(\text{physical evidence})$$

Keywords : Influence, Purchase Decisions, Condominium, Nakhonratchasima Province

1. บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ 8% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยทำให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบจำนวนมาก เกิดการจ้างงานและรายได้เพิ่มขึ้น พร้อมไปกับการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น เช่น ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจสถาบันการเงินธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า และธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง เป็นต้น โดยทั่วไปอสังหาริมทรัพย์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมีสัดส่วนสูงสุดประมาณ 2 ใน 3 ของมูลค่าตลาดอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2565) ทั้งนี้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยจะเน้นทำตลาดลูกค้าคนไทยเป็นหลัก เนื่องจากกฎหมายไทยอนุญาตให้ต่างชาติเข้าซื้อและถือครองกรรมสิทธิ์ได้เฉพาะโครงการอาคารชุดจะต้องไม่เกิน 49% ของพื้นที่ขายทั้งหมดของอาคารชุดนั้น ส่วนที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ชาวต่างชาติสามารถถือครองได้ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดที่เข้มงวดมากกว่า (วิจัยกรุงศรี, 2565) ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ได้จัดทำรายงานในส่วนของอุปสงค์คาดการณ์ว่า ภาพรวมหน่วยขายได้ใหม่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.90 โดยเพิ่มจาก 3,973 หน่วยในปี 2564 เป็น 4,206 หน่วยในปี 2565 มูลค่าการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.80 โดยเพิ่มจาก 12,945 ล้านบาทในปี 2564 เป็น 13,560 ล้านบาท ในปี 2565 ส่งผลให้อัตราดูดซับโดยรวม ภายในช่วงครึ่งหลังปี 2565 ยังคงทรงตัวอยู่ในอัตราร้อยละ 2.40 อย่างไรก็ตาม ในปี 2565 จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดขอนแก่น

เป็นพื้นที่ที่น่าจับตาในการลงทุนของอสังหาริมทรัพย์ โดยจังหวัดนครราชสีมา คาดว่าจะมีหน่วยเปิดขายใหม่ จำนวน 1,917 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 106.00 คิดเป็นมูลค่า 5,627 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 83.70 (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2565)

จากปัญหาเรื่องที่พักอาศัยที่มีราคาสูงมากในปัจจุบัน และพฤติกรรมที่ซื้อที่อยู่อาศัยและความต้องการของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป ลักษณะเฉพาะของคอนโดมิเนียมจึงสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตแบบใหม่ที่เน้นครอบครัวขนาดเล็ก มีพื้นที่พอเหมาะกับความต้องการ การดูแลไม่ยุ่งยากเหมือนบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ รวมทั้ง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องฟิตเนส สระว่ายน้ำ ร้านซักรีด ที่จอดรถ เป็นต้น อีกทั้งสถานที่ของคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ ยังอยู่ในจุดที่เดินทางได้สะดวกด้วยระบบขนส่งมวลชนสมัยใหม่ และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ประชาชนตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม คือ ราคาค่าเช่าที่ต่ำกว่าที่อยู่อาศัยในแนวราบแต่สามารถมีกรรมสิทธิ์การถือครองได้เหมือนกัน เมื่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของประชาชนเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการจึงตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยการสร้างคอนโดมิเนียมออกมามากหลายโครงการเพื่อเป็นตัวเลือก (สกุลกาญจน์ ชัยจริยาเวทย์ และคณะ, 2564)

จังหวัดนครราชสีมาเป็นประตูสู่ภาคอีสานที่อุดมสมบูรณ์ด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบ เช่น ด้านการคมนาคม การศึกษา หน่วยงานราชการ โรงพยาบาล การค้า และอุตสาหกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ดึงดูดใจจนได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงอนุรักษ์ ทั้งยังมีสินค้าเกษตรและหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองที่โดดเด่น มีเป้าหมายการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มุ่งสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะ Nakhon Ratchasima Smart City Innovative & Sufficient Town (สมาคมอสังหาริมทรัพย์, 2565) ส่งผลให้เกิดศักยภาพและความพร้อมต่อการลงทุน ทำให้มีนักลงทุนทุ่มทุนจำนวนมาก โดยเฉพาะการลงทุนในธุรกิจ ค่าปลีก ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาในภาคอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งปัจจุบันพื้นที่เขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีคอนโดมิเนียมที่น่าสนใจอยู่ 5 โครงการ ได้แก่ Plus Condo Korat, The Change relax Condo, ESCENT Nakhonratchasima, ESCENT Korat และ City Link Condo Korat สำหรับคอนโดมิเนียมทั้ง 5 โครงการดังกล่าว จัดได้ว่าเป็นคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่บนทำเลทอง ใกล้จุดสังเกต (Landmark) ที่สำคัญ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า รวมไปถึงสถานศึกษา และสาธารณูปโภคที่สำคัญของจังหวัดนครราชสีมา (คอนโดมิเนียมนิวส์, 2565) กลุ่มลูกค้าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จะเป็นกลุ่มลูกค้าในระดับไฮเอนด์ คือ เป็นกลุ่มคนที่ต้องการมีบ้านพักตากอากาศหรือบ้านพักหลังเกษียณ กลุ่มลูกค้าหลักธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพข้าราชการ และเป็นคนในพื้นที่ กลุ่มลูกค้าหลักธุรกิจบ้านจัดสรรจังหวัดนครราชสีมา คือ คนท้องถิ่นลูกค้าส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในบริเวณอำเภอเมือง และในส่วนของลูกค้าคอนโดมิเนียมจังหวัดนครราชสีมา มีทั้งกลุ่มที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัย/เข้ามาศึกษา/ทำงาน และซื้อเพื่อลงทุนให้เช่า (วิจัยกรุงศรี, 2565)

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และพัฒนาโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้ง ยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถของการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม
- 2.2 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม
- 2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demography) รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัวการศึกษารายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตลาดเพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้า การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่และตลาดอื่นก็จะหมดไปหรือลดความสำคัญลง ในขณะที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบาย ถึงความคิดความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น โดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังนี้ 1) อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน โดยนักการตลาดจะสามารถใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้ 2) เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นกัน โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก ก็มักจะสังเกตได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น 3) ลักษณะครอบครัว (Marital Status) เป็นเป้าหมายที่สำคัญของนักการตลาด โดยจะให้ความสนใจกับจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านั้นๆ เพื่อใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม 4) รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย มีอำนาจซื้อสูงแต่คนที่มียาได้ปานกลางถึงต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งอาจมีความสามารถในการซื้อได้ อาจทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าในกลุ่มนี้ไปได้ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ อาจเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจที่สำคัญได้นอกจากปัจจัยด้านรายได้เพียงอย่างเดียว และในด้านของการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีแนวโน้มความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในเชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาต่ำ โอกาสที่จะหางานระดับสูงยากจึงทำให้มีรายได้ต่ำ เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีจะเห็นได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสำคัญต่อการตลาดและผู้ผลิต เนื่องจากการผลิตสินค้าและบริการ ต้องอาศัยฐานข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยหลัก เนื่องจากองค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษานั้นล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน อาทิเช่น ลูกค้าที่มีรายได้สูง มันจะอุปโภคบริโภคสินค้าที่ดีกว่าผู้ที่มียาได้ต่ำ รวมทั้งการค้นหาข้อมูลการหาสถานที่จัดจำหน่าย การรับประกันสินค้า คุณภาพสินค้าและบริการ ฯลฯ ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Kotler และ Keller (2016) ได้อธิบายว่า รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคอาจไม่ได้ผ่านทั้ง 5 ขั้นตอนตามลำดับก็ได้ ผู้บริโภคจะมีกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การตระหนักถึงปัญหา ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงปัญหาหรือความจำเป็นในการใช้สินค้าและบริการที่ได้รับการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก 2) การค้นหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ รับรู้ปัญหาว่าต้องการอะไร ขั้นต่อไปผู้บริโภคหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นว่าจะซื้อที่ไหน อย่างไร 3) การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับมาประเมินผลทางเลือกว่าจะซื้อสินค้าหรือใช้บริการใดจากคุณสมบัติของผลประโยชน์ผลิตภัณฑ์ 4) การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

เมื่อผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการที่ซื้อไปแล้ว จะเกิดผลสองทางคือพึงพอใจและไม่พึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำและภาพลักษณ์ของสินค้า

การศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนจะมีพฤติกรรมในการซื้อที่แตกต่างกัน จึงต้องอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ในการวิเคราะห์เพื่อสามารถส่งมอบสินค้าและบริการให้ตรงตามที่ต้องการ

จากแนวคิดและทฤษฎีจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้ามีความสำคัญต่อนักการตลาดและผู้ผลิต เนื่องจากพฤติกรรมหลังการซื้อจะเกิดขึ้นกับลูกค้าในทุก ๆ การใช้งานของสินค้านั้น ดังนั้น นักการตลาดรวมทั้งผู้ผลิตจำเป็นต้องรับทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เนื่องจากในแต่ละกระบวนการ ขั้นตอนของลูกค้าย่อมมีความละเอียดต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

3.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดการกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H มีดังต่อไปนี้ 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) หรือบุคคลที่ซื้อสินค้า เป็นคำถามเพื่อทราบถึงส่วนประกอบของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ตลาดเป้าหมายที่ศึกษานี้ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอำนาจในการซื้อสินค้าด้วยตนเอง สามารถบรรยายทัศนคติและความคิดอย่างมีเหตุผล มีอิสระสามารถตัดสินใจด้วยตัวเอง 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) หรือประเภทสินค้าที่ซื้อ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ต้องการซื้อ (Objects) ซึ่งก็คือความพึงพอใจสูงสุดที่ผู้บริโภคต้องการได้รับการจากการซื้อสินค้า เช่น การบริการ ความสะดวกสบาย ประโยชน์ใช้สอยจากสินค้าที่ซื้อไป ความรวดเร็ว เป็นต้น 3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) หรือเหตุผลในการซื้อ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ (Objectives) ในการใช้ซื้อสินค้า มีดังนี้ (1) เพื่อตอบสนองความต้องการของตน คือการได้สินค้าตามที่ต้องการ (2) ประโยชน์ใช้สอยและความสะดวกในการซื้อสินค้า 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) หรือผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า 5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) หรือช่วงเวลาซื้อเป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) โดยทั่วไปผู้บริโภคซื้อสินค้าเมื่อเกิดความต้องการสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น สบู่ ยาสีฟัน แชมพู 6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) หรือสถานที่ซื้อ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสถานที่ (Out lets) ที่ผู้บริโภคจะไป ซึ่งนักการตลาดจะต้องศึกษาเพื่อจัดช่องทางการจัดจำหน่าย ในกรณีที่ต้องการสินค้าผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าจากสถานที่ที่ผู้บริโภคจะได้รับความพอใจสูงสุด และ 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) หรือลักษณะการซื้อ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations)

จากแนวคิดและทฤษฎีจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค มีความสำคัญต่อนักการตลาดและผู้ผลิต ดังนั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปจากอดีต ไม่ว่าจะเป็นด้าน การหาข้อมูลของสินค้า ช่องทางการซื้อสินค้า การเปรียบเทียบสินค้า เป็นต้น หากนักการตลาดและผู้ผลิตจำเป็นต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมของบริโภค ซึ่งจะทำให้การขายสินค้าและบริการประสบความสำเร็จได้ในที่สุด

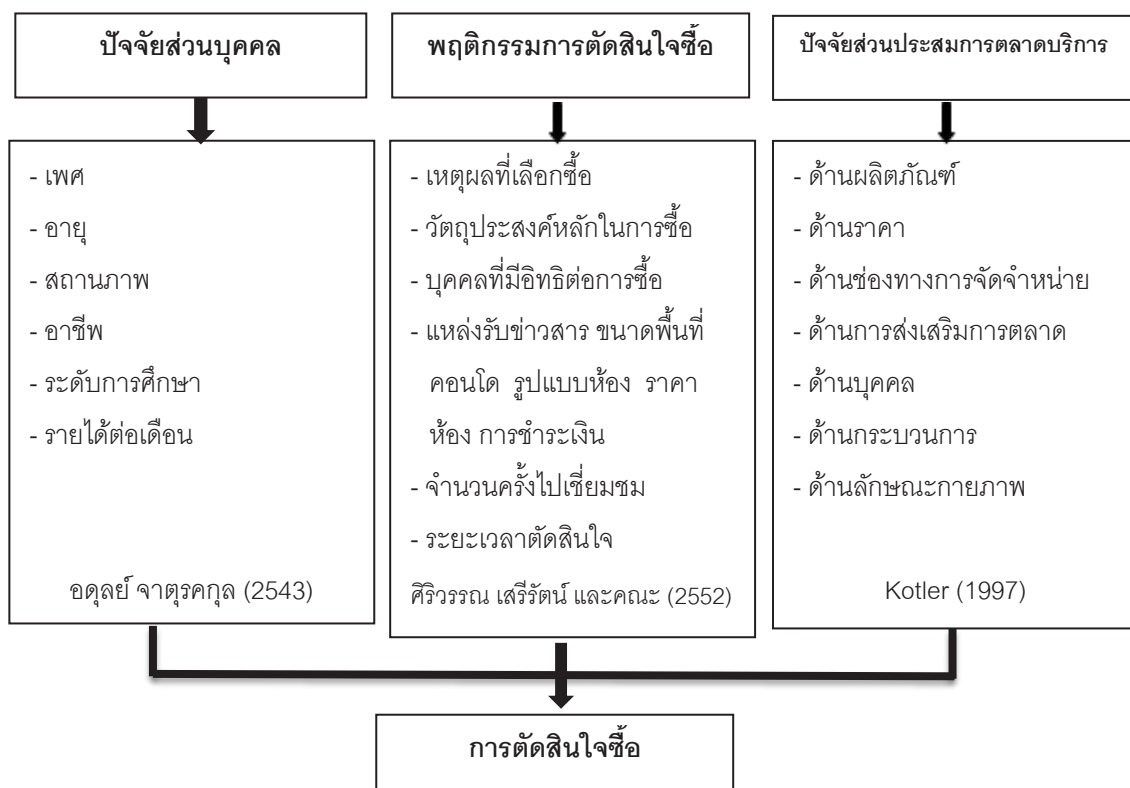
3.4 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler และ Keller (2012) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix: 7P's) เป็นเครื่องมือของธุรกิจที่สำคัญที่ธุรกิจต้องใช้แบบผสมผสาน ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อใช้ในการแข่งขัน หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาด (ควบคุมได้) ที่ถูกนำมาใช้ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือที่ธุรกิจสร้าง/กำหนดขึ้นมาเพื่อใช้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด มีจำนวน 4 ตัวแปร

ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอกับตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ ความอยากได้หรือการใช้และการบริโภคที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นได้ 2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ 4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ

โดยที่ Kotler (1997) กล่าวเพิ่มเติมว่า ในมิติธุรกิจบริการซึ่งต้องมีทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (ลูกค้า) นั้นความสำเร็จของธุรกิจบริการ คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (ลูกค้า) และเนื่องจากสินค้าบางประเภทต้องมีกระบวนการขั้นตอน ความเกี่ยวเนื่องของการให้บริการในระหว่างการจำหน่ายสินค้า ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ธุรกิจทำการบริหารจัดการบริการให้เกิดความประทับใจ จึงได้พัฒนาตัวแปรเพิ่มขึ้นอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ 5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันอยู่ 6) ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Evidence) คือ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้แก่ลูกค้าโดยพยายามที่จะสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบในการให้บริการ และ 7) กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและความประทับใจ เพื่อสร้างความต้องการ รวมทั้งการสร้าง ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าให้ครอบคลุมและทั่วถึง จากแนวคิดและทฤษฎีจะเห็นได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด มีความสำคัญต่อนักการตลาดและผู้ผลิต ดังนั้น การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมจะเป็นสิ่งชี้วัดถึงความสำเร็จในการดำเนินการธุรกิจ ในด้านยอดขายของธุรกิจ กำไรของธุรกิจ จำนวนลูกค้าของธุรกิจ เป็นต้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดการวิจัย



จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

4.1 การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างแบบสอบถามนี้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และตรวจสอบความถูกต้องความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ภายใต้อาการสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการ โดยคำถามแต่ละข้อต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ไม่ต่ำกว่า 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1997) ซึ่งพบว่า งานวิจัยนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.60 - 1.00 เฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.942 แสดงว่า ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบการ (Try out) จำนวน 30 ชุด ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ที่ยอมรับได้ คือ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (Nunnally, 1978) ทั้งนี้คำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.962 โดยด้านส่วนประสมการตลาด เท่ากับ 0.712 และด้านการตัดสินใจซื้อ เท่ากับ 0.884 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการสุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความวิชาการ รวมทั้งข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ 2) ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ตามสื่อและช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, Messenger, Pantip, Line และส่งต่อเป็นลูกโซ่ผ่านคนรู้จัก งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม - เดือนพฤษภาคม 2565 จำนวน 403 คน โดยแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ส่วนที่ 3 ส่วนประสมการตลาด และส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

4.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Cochran (1991) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จึงได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 384 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพิ่ม 5% ดังนั้น ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน ซึ่งเป็นผู้ซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

4.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้วยสถิติค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และระดับ

ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะกายภาพ ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์ของเบสต์ (Best, 1993) ในการวิเคราะห์ โดยค่าเฉลี่ยเลขคณิต 4.50-5.00 มีระดับความสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเลขคณิต 3.50-4.49 มีระดับความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยเลขคณิต 2.50-3.49 มีระดับความสำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต 1.50-2.49 มีระดับความสำคัญน้อย และค่าเฉลี่ยเลขคณิต 1.00-1.49 มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

4.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

5. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

จากการศึกษาแนวคิดด้านปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม สามารถสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.1 ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ด้วยสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 มีสถานภาพโสด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.10 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 57.60 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เหตุผลที่เลือกซื้อคอนโดมิเนียม เพราะสภาพแวดล้อมภายในโครงการ จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 มีวัตถุประสงค์หลักในการซื้อเพื่ออาศัยอยู่เอง จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.10 บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อมากที่สุด คือ ตัวเอง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 รับข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจซื้อจาก Facebook Fan Page ของโครงการ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 ส่วนใหญ่เลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่ใช้สอย 51-60 ตารางเมตร จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40 รูปแบบห้อง คือ 1 ห้องนอน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 ราคาคอนโดมิเนียมที่ซื้อราคา 1.1 – 2 ล้านบาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20 ทำการผ่อนชำระกับธนาคาร จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 95.30 จำนวนครั้งที่ไปเยี่ยมชมคอนโดมิเนียม 1 ครั้ง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมหลังจากเยี่ยมชม 1-3 เดือน จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะกายภาพ ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D.= 0.27) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ห่อหุ้มแต่ละด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในทุกด้านมีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับ ได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.38$, S.D.= 0.30) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= 0.35) ด้านลักษณะกายภาพ ($\bar{X} = 4.34$, S.D.= 0.38) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.33$, S.D.= 0.35) ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.29$, S.D.= 0.36) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.28$, S.D.= 0.34) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= 0.37) ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดรายข้อย่อย ทั้งหมดจำนวน 35 ข้อ พบว่า ปัจจัยย่อยอันดับที่ 1-30 จัดอยู่ในกลุ่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคาร คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีคุณภาพ เช่น ผนัง ฝ้าเพดาน พื้นห้อง คุณภาพและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในการตกแต่ง สไตล์/การออกแบบและรูปแบบคอนโดมิเนียมที่สวยงาม

ด้านราคา ประกอบด้วย ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง การจัดหาสินเชื่อจากสถาบันการเงินที่หลากหลาย จำนวนเงินและระยะเวลาผ่อนดาวน์มีความเหมาะสม ชื่อเสียงของผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือ ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับเฟอร์นิเจอร์ ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับขนาดของห้องและพื้นที่ใช้สอย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้งโครงการอยู่ในย่านศูนย์การค้า/ตลาด/ชุมชน, ที่ตั้งอยู่ในถนนสายหลัก, ทำการจองโครงการผ่านเพจโครงการ/สมาชิกรับชมห้องตัวอย่างแบบ 3 มิติ โครงการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย มีข้อเสนอพิเศษ มีระยะเวลาในการรับประกันคุณภาพงานก่อสร้าง, สิทธิพิเศษหลังการเข้าอยู่อาศัย

ด้านบุคคล ประกอบด้วย พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ จำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงานหน้าที่ประจำเพียงพอ มีบริการให้คำปรึกษา สามารถติดต่อพนักงานได้สะดวก มีบริการสถาปนิกและมัณฑนากรให้คำแนะนำ

ด้านกระบวนการ ประกอบด้วย มีช่างประจำโครงการ, มาตรการการป้องกันการแพร่ระบาด (COVID-19) ระเบียบและเงื่อนไขการเข้าอยู่อาศัยเหมาะสม มีกระบวนการคัดกรองบุคคลภายนอกก่อนเข้าคอนโด

และด้านลักษณะกายภาพ ประกอบด้วย ห้องตัวอย่าง มีการตกแต่งและใช้วัสดุถูกต้องตรงกับห้องจริง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ มีขนาดของพื้นที่ส่วนกลางมีความเพียงพอและพร้อมใช้งาน

ในส่วนอันดับที่ 31-35 จัดอยู่ในกลุ่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย มีการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้อาศัย มีการจัดโปรโมชั่นของแถม

ด้านบุคคล ประกอบด้วย พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ ให้ข้อมูลรายละเอียด คำแนะนำ คำปรึกษาได้

ด้านกระบวนการ ประกอบด้วย กระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน

และด้านลักษณะกายภาพ ประกอบด้วย ภายในโครงการมีการตกแต่ง บรรยากาศสวยงาม ร่มรื่น

วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ดังแสดงในตาราง 1 และตาราง 2

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	VIF	Tolerance
Mean	4.38	4.35	4.28	4.27	4.28	4.33	4.34		
SD	0.30	0.35	0.34	0.37	0.36	0.35	0.38		
ผลิตภัณฑ์ (X ₁)	1							1.457	0.686
ราคา (X ₂)	0.612**	1						1.692	0.591
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	0.373**	0.486**	1					1.497	0.668
การส่งเสริมการตลาด (X ₄)	0.467**	0.593**	0.572**	1				1.369	0.731
บุคคล (X ₅)	0.511**	0.559**	0.547**	0.564**	1			1.753	0.571
กระบวนการ (X ₆)	0.542**	0.540**	0.448**	0.526**	0.724**	1		1.814	0.551
ลักษณะกายภาพ (X ₇)	0.507**	0.512**	0.358**	0.519**	0.578**	0.628**	1	1.369	0.731

** นัยสำคัญทางสถิติ 0.01, * นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัย มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.373 - 0.724 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหาตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเอง (Multi Collinearity) โดยพิจารณาจากค่า VIF พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.369 - 1.814 ซึ่งน้อยกว่า 10 พิจารณาจากค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว มีค่าอยู่ระหว่าง 0.551 - 0.731 ซึ่งมากกว่า 0.10 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair และคณะ (1995) และพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าน้อยกว่า 0.90 (Tabachnick & Fidell, 2001) แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันจนเกิดปัญหาความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรอิสระ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตาราง 2

สมมติฐานการวิจัย : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	ผลการทดสอบ	ลำดับความมีอิทธิพล
	B	Std. Error				
Constant	4.207	0.467	9.015	0.000		
การส่งเสริมการตลาด (X_4)	0.423	0.106	3.983	0.000**	ยอมรับ	1
บุคคล (X_5)	0.255	0.123	2.074	0.039*	ยอมรับ	2
กระบวนการ (X_6)	-0.230	0.125	-1.844	0.066	ปฏิเสธ	3
ลักษณะกายภาพ (X_7)	-0.204	0.101	-2.024	0.044*	ยอมรับ	4
ราคา (X_2)	-0.151	0.114	-1.320	0.187	ปฏิเสธ	5
ผลิตภัณฑ์ (X_1)	-0.082	0.125	-0.659	0.510	ปฏิเสธ	6
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	0.027	0.105	0.256	0.798	ปฏิเสธ	7

R = 0.264, R^2 = 0.069, Adjust R^2 = 0.053, F = 4.211, Sig = 0.000*, D-W = 1.799, N = 403, * = $p < 0.05$, ** = $p < 0.01$

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

จากตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์สมการเชิงเส้น เป็นการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression: MRA) ด้วยวิธี Enter โดยนำตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ 7 ตัวแปร พบว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปรเข้าสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) (2) ปัจจัยด้านบุคคล (X_5) และ (3) ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ (X_7) ตามลำดับ ซึ่งสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณที่ได้ สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 53 (Adjust R^2 = 0.053) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำค่าสถิติมาสร้างสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$Y = 4.207 + 0.423 \text{ การส่งเสริมการตลาด } (X_4) + 0.255 \text{ บุคคล } (X_5) - 0.204 \text{ ลักษณะกายภาพ } (X_7)$$

การทดสอบสมมติฐานด้วย t-Test ได้ค่า Sig = 0.510, 0.187, 0.798, 0.000, 0.039, 0.066, 0.044 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานในปัจจัยนี้ แต่ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) ด้านบุคคล (X_5) และด้านลักษณะกายภาพ (X_7) มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมีข้อเสนอพิเศษ เช่น คุ้มเต็ม 100% ฟรีค่าโอนกรรมสิทธิ์ ฟรีค่าใช้จ่ายส่วนกลาง คุ้มไม่ผ่านคืนเงินมากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดีมากที่สุด และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับห้องตัวอย่าง มีการตกแต่งและใช้วัสดุถูกต้องตรงกับห้องจริงมากที่สุด จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานในปัจจัยนี้ แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา	
ด้านผลิตภัณฑ์	ปฏิเสธ
ด้านราคา	ปฏิเสธ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปฏิเสธ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอมรับ
ด้านบุคคล	ยอมรับ
ด้านกระบวนการ	ปฏิเสธ
ด้านลักษณะกายภาพ	ยอมรับ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้อภิปรายผลแต่ละประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษกร หวังดี และ รุ่งระวี วีระเวสส์ (2563) ที่ระบุว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 20,000-30,000 บาท อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา รู้จัก และ ภัทรวรรณ แท่นทอง (2561) ที่ระบุว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุในช่วง 31-45 ปี มีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพอิสระ และ สถานภาพโสด อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สกฤตกาญจน์ ชัยจริยาเวทย์ และคณะ (2564) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี และในส่วนพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียม พบว่า เหตุผลที่เลือกซื้อคอนโดมิเนียม เพราะสภาพแวดล้อมภายในโครงการ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการซื้อ คอนโดมิเนียม เพื่ออาศัยอยู่เอง บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อมากที่สุด คือ ตัวเอง รับข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจซื้อจาก Facebook Fan Page ของโครงการ ส่วนใหญ่เลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่ใช้สอย 51-60 ตารางเมตร รูปแบบห้องที่เลือกซื้อ คือ 1 ห้องนอน ราคาที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม 1.1 – 2 ล้านบาท โดยทำการผ่อนชำระกับธนาคาร ซึ่งไปเยี่ยมชม คอนโดมิเนียมจำนวน 1 ครั้งก่อนตัดสินใจซื้อ และทั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมหลังจากการเยี่ยมชม 1-3 เดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา รู้จัก และ ภัทรวรรณ แท่นทอง (2561) ที่ระบุว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการซื้อคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัย รับข้อมูลข่าวสารจากทางเว็บไซต์ของโครงการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษกร หวังดี และ รุ่งระวี วีระเวสส์ (2563) ที่ระบุว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกรูปแบบห้องคอนโดมิเนียม 1 ห้องนอน และช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างหาข้อมูลเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ อีกทั้งยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งกานต์ ภูหอมเจริญ และ พศพันธ์ ชาญสุนันท์ (2564) ที่ระบุว่า ผู้ซื้อหรือผู้ร่วมตัดสินใจซื้อ โครงการทริปเปิ้ล วาย เรสซิเดนซ์ เป็นเพศหญิง เงื่อนไขในการชำระเงินแบบผ่อนชำระกับธนาคาร มีวัตถุประสงค์การซื้อ เพื่ออาศัยอยู่เอง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ อธิภาณุ ลารินทา (2561) ที่ระบุว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญา ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมากที่สุด คือ

ตัวเอง และยังสอดคล้องกับ ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และ ณรงค์ เทียนสง (2521) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรจะช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายได้

5.2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ในที่นี้ คือ คอนโดมิเนียม ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมองเห็น สัมผัสได้จากคุณภาพ มาตรฐาน วัสดุการก่อสร้าง สไตลการออกแบบที่ทันสมัย การตกแต่งภายในห้อง การใช้เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งการให้บริการในระบบการรักษาความปลอดภัยในอาคาร ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ และมีช่วงประจำโครงการ สิ่งเหล่านี้เป็นการกระตุ้นและทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรัตน์ พงษ์ประเสริฐ (2564) ที่พบว่า การให้ความสำคัญกับการออกแบบภายในอาคารคอนโดมิเนียม คุณภาพของวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่ใช้ มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง และสอดคล้องกับแนวคิดของ Manktelow (2021) ที่กล่าวว่า การเลือกสินค้าหรือบริการผู้บริโภคจะเลือกตามข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อนั้น ผู้บริโภคต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด แล้วจึงทำการเปรียบเทียบข้อมูล ก่อนจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และอัมภาวดี ลารินทา (2561) ที่ระบุว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง การออกแบบที่สวยงามทันสมัย และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งกานต์ ภูหอมเจริญ และ พิศพันธ์ ชาญวสุนันท์ (2564) ที่ระบุว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการมีความเหมาะสม ปลอดภัย บรรยากาศและการตกแต่งภายในโครงการสวยงาม ร่มรื่น ผู้ดูแลบริหารโครงการ/นิติบุคคลที่มีประสบการณ์ น่าเชื่อถือและได้มาตรฐาน ขนาดพื้นที่ใช้สอยห้อง การออกแบบผังพื้นที่เหมาะสมต่อการพักอาศัย และการออกแบบผังพื้นที่เหมาะสมต่อการพักอาศัย สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา รู้จัก และ ภัทรวรรณ แท่นทอง (2561) ที่ระบุว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องชื่อเสียงของผู้ประกอบการ มีบริการส่วนกลาง คือ ระบบรักษาความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สกฤตกาญจน์ ชัยจริยาเวทย์ และคณะ (2564) พบว่า ผู้อาศัยอยู่ในซีดี โฮม คอนโด ท่าพระ กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโครงการมากที่สุด เนื่องจากผู้อยู่อาศัยจะให้ความมั่นใจการให้บริการที่มีคุณภาพของโครงการเป็นสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณัน ธัญญวัฒน์ และ ชิดมโสณ วิสิฐนิจิกิจา (2564) ที่ระบุว่า วัสดุในการก่อสร้างที่มีคุณภาพมาตรฐาน พื้นที่ขนาดของห้องเหมาะกับการใช้งาน อาคารออกแบบทันสมัยสวยงาม และสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลาย เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด

5.2.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะกายภาพ มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณัน ธัญญวัฒน์ และ ชิดมโสณ วิสิฐนิจิกิจา (2564) ที่ระบุว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษกร หวังดี และรุ่งระวี วีระเวสส์ (2563) ที่ระบุว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค มีจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านบุคลากร และมีความแตกต่างจากงานวิจัยของ สกฤตกาญจน์ ชัยจริยาเวทย์ และคณะ (2564) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแตกต่างจากงานวิจัยของ รุ่งกานต์ ภูหอมเจริญ และ พิศพันธ์ ชาญวสุนันท์ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย เป็นตัวแปรชี้วัดให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และแตกต่างจากงานวิจัยของ วรภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ อัมภากร ลารินทา (2561) ที่พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม มี 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรับประกันสินค้าและราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านรูปแบบและขนาดห้อง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องรายได้ การศึกษา รูปแบบพฤติกรรมการดำเนินชีวิต เป็นต้น รวมทั้งปัจจัยภายนอก ได้แก่ กิจกรรมทางการตลาดที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการตัดสินใจซื้อ และในส่วนของสถานที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความหลากหลาย ทั้งจังหวัดที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงพฤติกรรมการตัดสินใจของกลุ่มผู้บริโภคในเขตพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันของข้อมูล ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการปรับกลยุทธ์ของธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดผลการดำเนินงานทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การกำหนดข้อเสนอพิเศษ เช่น กู้เต็ม 100% ฟรีค่าโอนกรรมสิทธิ์ ฟรีค่าใช้จ่ายส่วนกลาง กู้ไม่ผ่านคืนเงิน การกำกับให้พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ให้มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี และควรตกแต่งห้องตัวอย่างและใช้วัสดุตกแต่งที่ถูกต้องตรงกับห้องจริง ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับด้านสภาพแวดล้อมภายในโครงการ ผู้ประกอบการควรจัดตกแต่งบรรยากาศภายในและภายนอกโครงการให้มีบรรยากาศที่ร่มรื่น สงบ สวยงาม ไม่วุ่นวาย ระบบการสัญจรเดินทางสะดวก และปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ มาตรการการป้องกันการแพร่ระบาด (COVID-19) ด้านการออกแบบ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับรูปแบบ สไตล์/การออกแบบและรูปแบบคอนโดมิเนียมที่สวยงาม เลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพและมาตรฐานในการก่อสร้าง เช่น ผนัง ฝ้าเพดาน พื้นห้อง รวมทั้งเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในการตกแต่งห้อง เนื่องจากผู้บริโภคพิจารณาถึงความคุ้มค่าขนาดของห้องและพื้นที่ใช้สอยเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขาย สถานที่ตั้งควรตั้งอยู่ในพื้นที่ตัวเมืองหรือพื้นที่ที่มีผู้อยู่อาศัยอยู่อย่างหนาแน่น โดยเฉพาะในย่านศูนย์การค้าหรือย่านชุมชน ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคาร ควรมีช่างประจำโครงการที่ติดต่อประสานงานในการซ่อมบำรุงได้อย่างต่อเนื่องและเข้าทำการแก้ไขอย่างรวดเร็ว ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ ผู้ประกอบการควรทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ผ่าน Social Media ในทุกช่องทางของโครงการ ให้หลากหลายและต่อเนื่อง ได้แก่ Facebook Fan Page, Contact Line , Website ของโครงการ รวมทั้งการนำข้อมูลโครงการไปไว้ใน Smart Phone ในรูปแบบ Application หรือการ Scan QR Code โครงการเพื่อเชื่อมต่อข้อมูลในมือถือให้สามารถทำการจองการเยี่ยมชมโครงการ รับชมห้องตัวอย่างแบบ 3 มิติ เป็นต้น ด้านพนักงาน ผู้ประกอบการควรอบรมพนักงานให้มีทักษะ ความรู้ ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำคำปรึกษาได้อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะในเรื่องกระบวนการทำงานที่ควรเป็นระบบมีมาตรฐานเดียวกัน และควรมีการเสนอเงื่อนไขหรือสิทธิพิเศษจากสถาบันการเงินที่หลากหลาย ตามความยืดหยุ่นของผู้บริโภค ด้านการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด มุ่งในเรื่องการรับประกันตึก การมอบข้อเสนอแนะที่หลากหลายให้ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเงินการผ่อนชำระ ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง เงื่อนไขการกู้ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการเกิดความประทับใจ ซึ่งความประทับใจจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจ ทั้งนี้ควรทำการติดตามผลการตัดสินใจ หลังจากการเยี่ยมชมโครงการอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 ควรทำการศึกษาแบบผสมหรือวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เพื่อนำผลข้อมูลมาอธิบายปัจจัย รวมทั้งค้นหาปัจจัยที่สำคัญเพิ่มเติมเพื่อนำข้อมูลมาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ได้ผลการวิจัยที่มีมิติที่ลุ่มลึกและสะท้อนผลการวิจัยในหลายมุมมอง

6.2.2 ควรศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอื่น เพื่อทดสอบและเปรียบเทียบผลลัพธ์กับพื้นที่ในภูมิภาคอื่น ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้อาจมีความเหมือนหรือแตกต่าง ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการทำวิจัยในอนาคต

6.2.3 ควรนำกรอบงานวิจัยนี้ ไปทำการศึกษากับเขตพื้นที่ในภูมิภาคอื่น ในประเทศไทย เพื่อทำการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้รับ

6.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

6.3.1 สถาบันการเงินทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรออกแคมเปญ จัดรูปแบบกิจกรรม จัดโปรโมชั่นส่วนลด หรือของแถมพิเศษเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจรวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนเกิดการลงทุนกับอสังหาริมทรัพย์

6.3.2 โครงการ/องค์กร ควรทำการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลโครงการ ที่หลากหลายรูปแบบหลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งนี้ ควรให้ข้อมูลโครงการที่มีความเข้าใจง่าย ค้นหาข้อมูลสะดวก

7. สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมากที่สุด โดยพิจารณา 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคาร เช่น บันไดหนีไฟ ระบบป้องกันอัคคีภัย กล้องวงจรปิด เป็นต้น คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีคุณภาพ เช่น ผนัง ผ้าเพดาน พื้นห้อง เป็นต้น และคุณภาพและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในการตกแต่ง ปัจจัยด้านกระบวนการ ประกอบด้วย มีช่างประจำโครงการ สามารถแจ้งซ่อมและทำการแก้ไขอย่างทันท่วงที มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เช่น มีการฉีดพ่นฆ่าเชื้อบริเวณส่วนกลางอยู่เป็นระยะ มีจุดบริการแอลกอฮอล์ล้างมือ มีแนวปฏิบัติในการนำผู้ติดเชื้อออกจากคอนโดอย่างถูกวิธี และระเบียบและเงื่อนไขการเช่าอยู่อาศัยเหมาะสม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย เนื่องจากปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยมีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 53 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย ข้อเสนอพิเศษ เช่น กู้เต็ม 100% ฟรีค่าโอนกรรมสิทธิ์ ฟรีค่าใช้จ่ายส่วนกลาง กู้ไม่ผ่านคืนเงิน ระยะเวลาในการรับประกันคุณภาพงานก่อสร้างที่เหมาะสม เช่น การรับประกันโครงสร้างอาคาร สิทธิพิเศษหลังการเช่าอยู่อาศัย เช่น ส่วนลดการใช้บริการ ทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ ส่วนลดในการเข้ารับประทานอาหารในร้านดัง และคูปองส่วนลดในการซื้อสินค้า เป็นต้น ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี จำนวนพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ประจำเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ และมีบริการให้คำปรึกษา สามารถติดต่อพนักงานได้สะดวก เช่น บริการถาม-ตอบผ่าน LINE Official Account ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ประกอบด้วย ห้องตัวอย่าง มีการตกแต่งและใช้วัสดุถูกต้องตรงกับห้องจริง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส พื้นที่ใช้งาน อินเทอร์เน็ต Wifi ฟรี และมีพื้นที่จอดรถเพียงพอ

เอกสารอ้างอิง

- คอนโดมิเนียมนิวส์. (2565). รวม 5 คอนโดโคราชที่น่าสนใจ ทำเลเมืองใหญ่ภาคอีสาน. ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.condonewb.com/talk/1024/รวม-5-คอนโดโคราช>
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และ ณรงค์ เทียนสง. (2521). *สารวัตรศาสตร์และสารวัตรศึกษา*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นิตยา รุ่งจัก และ ภัทรวรรณ แท่นทอง. (2561). ความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมของผู้มีรายได้แตกต่างกันในจังหวัดภูเก็ต. *Veridian E Journal*, 11(3), 1376-1398.
- บุษกร หวังดี และ รุ่งระวี วีระเวสส์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ปี 2563. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 22* หน้า 307-318. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- พรรดิ พงษ์ประเสริฐ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้ซื้อคอนโดมิเนียมในแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง : กรณีศึกษาการพัฒนาที่อยู่อาศัยใกล้สถานีขนส่งทางรางในเมืองกรุงเทพมหานคร. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(3), 154-169.
- รุ่งกานต์ ภูหอมเจริญ และ พศพนันท์ ชาญวสุนันท์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมประเภทเช่าระยะยาว: กรณีศึกษา โครงการทริปปี้ด วาย เรสซิเดนซ์. *วารสารสาระศาสตร์*, 1(2564), 139-151.
- วิจัยกรุงศรี. (2565). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566 : ธุรกิจที่อยู่อาศัยต่างจังหวัด (6 จังหวัดหลัก)*. ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Real-Estate/housing-in-upcountry/IO/io-Housing-in-Upcountry-21>
- วรณัน ธัญญวัฒน์ และ ชินโสภณ วิสิษฐนิธิกิจ. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิจัยไร่ไพพรรณี*, 15(3), 15-23.
- วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ อัสฎางค์ ลารินทา. (2561). องค์ประกอบของปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 28(1), 137-149.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2565). *สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยปี 2565*. ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/51698>
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2565). *อีสานฮอต!ผู้ประกอบการอสังหาฯแห่เปิดใหม่พุ่ง*. ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/995597>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : วิสิทธ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2550). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์บิสซิเนสเวิลด์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาธิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงธุรกิจ.
- สกุลกาญจน์ ชัยจริยาเวทย์ บุศรา นิยมเวช รุ่งโรจน์ สงสระบุญ จิตระวีทองเถา และ สัญญา เคนาภูมิ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมท่าพระ กรุงเทพมหานคร. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(7), 356-364.
- สมาคมอสังหาริมทรัพย์. (2565). *แผนการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City) จังหวัดนครราชสีมา*. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2565, จาก <http://korat.mnre.go.th>

- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Best, J. W. (1993). *Research in education*. (3rd ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Cochran, W. G. (1991). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York : John Wiley and Sons.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis*. (3rd ed.). New York : Macmillan.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. (7th ed.). Englewood Cliffs : Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: The Millennium* (14th ed). New Jersey : Prentice-Hall Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (15th ed.). New York : Pearson Education Inc.
- Manktelow, J. (2021). *The marketing mix and the 4Ps*. Retrieved on May 25, 2022 from http://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_94.htm
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York : McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics* (4th ed.). Boston : Allyn & Bacon.

Firms' Debt Covenant and Accruals Based Earnings Management: Empirical Evidence from Thai Listed Companies

Titikarn Suriyasarn*

Received : November 29, 2021 Revised : June 29, 2022 Accepted : June 30, 2022

Abstract

This research aims to investigate firms' debt covenant and accruals-based earnings management through the earnings management discretion in order to maintain the terms of the loan agreement of firms listed in the Stock Exchange of Thailand. The data samples are 1,772 firms collected from 2014 to 2018. Multiple regression is employed to test the hypotheses. The results show that an increasing in debt covenant was a positive relationship to accruals-based earnings management of Thai listed firms. In addition, MAI listed firms have accruals-based earnings management more than Thai-listed firms. Management level has incentives regarding to debt covenants profits, management, posted on an accrual basis of listed firms.

Keywords : Debt Covenant, Accruals, Earnings Management, Thai Listed Companies, MAI

1. Introduction

The source of 'the company's business operation funds comes from two sources; account payable and owner equity. Most companies have almost the same debt and equity ratio. The implementation of short-term debt, such as supply and service credit management, bank overdraft was a working capital that the business makes agreements to incur debts with other banks or financial institutions. The implementation of long-term debt such as bond, debenture, long-term debt. As a result, the business has increased obligations as interest expenses. The obligations arising from the actions of the company, the company must comply with the obligations that implicitly. The terms and conditions of the contract require the borrower to build confidence in the payment of principal and interest at maturity. Onerous contract entities to recognize such obligations. The contract causes costs that cannot be avoided in compliance with debt covenant as maintaining financial ratios: current assets ratio, interest coverage ratio, debt to assets ratio, debt to equity ratio, or long –term debt to assets to maintain the borrower's liquidity and ability to pay the debt. If the borrower fails to comply with the terms of the loan agreement, it may affect. The creditor postpones the debt faster. Creditors can call back the loan and interest immediately or increase loan rates. The borrower will be responsible for all liabilities. The firm's costs do not cause revenue increases. This makes the cost of business that does not generate revenue increase.

Amount of research on Thai firm's earnings management is less than those in China (Kulroop et al., 2019). With research on real earnings management and accrual-based earnings management implications for future profitability (Vilalai, et.al., 2020). Those are on average listed companies in MAI had low earnings quality due to high earnings management, the overall listed companies in MAI are likely to have lower earnings management, leading to higher earnings quality, as they have more debts (Chansarn, 2015). This research thus increasing the literature on earnings management companies in Thailand. The past research found the debt covenant hypothesis some of the rules, terms of the shareholder loan agreement and creditors as dividend, treasury stock, company control, sale of property, and new debt. The more hedges against debt default and reliance. The firm will be able to pay the loan and interest payments punctually. According to management prefers to minimize cash and accrual expenditure during the economic downturn (Ahmed et al., 2021). which these rules are often in the form of the value of the account and financial ratio. The companies have to maintain a working capital ratio, interest coverage ratio, equity, and other variables to the extent that the lender will be able to accept. Therefore, executives often choose the accounting policy that can reduce the likelihood that the company will have a high debt to equity ratio was violated the debt covenant because the effects of the default may be credited (1) refinance will increase the financial cost of the company (2) able to intervene in the administration (Chatwong, 2017). Therefore, the researcher is interested in studying motivation about firms' debt covenant and accruals based earnings management: empirical evidence from Thai listed companies.

2. Literature review and Hypotheses Development

2.1 Positive Accounting Theory

The study found that positive accounting theory by Watts and Zimmerman (1986) cited in Chatwong (2017). The basic concept is to achieve the conditions resulting from contractual obligations that occurred between the company and the stakeholders. Executives often seize the opportunity, through the selection of accounting policies under the circumstances vary. The debt covenant hypothesis is the hypothesis mentioned. Some of the rules, terms of the shareholder loan agreement and creditors as dividend, treasury stock, company control, sale of property and new debt. The more hedges against debt default and reliance. The firm will be able to pay the loan and interest payments punctual. These rules are in the form the value of the transaction and financial ratio. The companies have to maintain a working capital ratio, interest coverage ratio, equity, and other variables to the extent that the lender will be able to accept. Therefore, executives often choose accounting methods that can reduce the likelihood that the company will have a high debt to equity ratio was violated the debt covenant because the effects of the default may be credited (1) refinance will increase the financial cost of the company (2) able to intervene in the administration.

2.2 Contracting Theory

Contracting theory by Lambert (2001), Astami and Tower (2006) cited in Bumrungrat and Sutthachai (2016) describes the relationship between borrower and creditor. The terms and conditions of the loan agreement. One of the incentives that make executives more likely to earn management or accounting policy changes. Due to the conditions of the loan agreement, a requirement was identified to boost the creditor's confidence. This may set a number or financial ratio. A requirement for borrowers to get the results of operations in accordance with the terms of the agreement. If the borrower can maintain the terms of the loan agreement, creditors are confident that the borrower will have the ability to repay the loan and interest on the loan as due. On the other hand, if the borrower operates, the operating results are not in accordance with the terms of the loan agreement. The creditor may believe that the borrower cannot repay the loan and interest has been completed. Therefore, the creditor will hedge the risks that may arise with the acceleration of the repayment of loan and interest or may return the whole amount or set higher interest rates. The financial costs of borrowers increased. Therefore, the failure to maintain the loan agreement terms will result in damage and a direct impact on borrowers. That is why executives are more likely to earn management and avoid the cost incurred from not keeping the terms of the loan agreement.

2.3 Earning Management

Earning Management; It is one of the key indicators for measuring the quality of profit. If the executives have earning management a lot. The company's profit quality is low. On the other hand, If the executives have earning management a less. The company's profit quality is high. Healy and Wahlen (1999) indicate earning management happened when the executive is discretion in handling financial reports or choose an accounting policy to change the financial report. Its purpose is to mislead users of financial statements about the company's performance or the tendency to produce results based on the financial report. However, earning management is related to the increase (or decrease) of income, profit or return per share of the company as a result of choosing to use an accounting policy to manage or change that financial report.

The executive of the company can use discretion in choosing the policy or accrual basis accounting method in recording or recognizing accounting transactions to change or postpone the recognition of profit or loss at a financial report. The objective is to earning management, according to the company's requirements. Therefore, it is one of the key quality indicators of profit. Earning management can be measured in many methods. The method found in the literature is measurement accruals based earnings management caused by discretionary accrual. The total accrual of the business is equal to the difference between net income and cash flow from operating, the conceptual cash flow statement-based approach (Hribar & Collins, 2002).

Total accrual includes accrual transactions in 2 parts such as (1) non-discretionary accrual and (2) discretionary accrual (Jones, 1991). Non-discretionary accrual results from the normal business operations of

the company. While discretionary accrual resulting from the discretion of the management to select an accounting method to manage accounting information and structure of business transactions to select a financial report, that mislead users of the information about company performance, to use accounting that the report convinces to achieve the desired return (Healy & Wahlen, 1999). However, discretionary accrual will be a measure of earning management. If discretionary accrual was positive, show that earning management gives the company a higher profit. On the other hand, the negative discretionary accrual show that earning management to give the company a lower profit. An example of a model used to measure or research discretionary accrual or accrual resulting from the discretion of the executives, such as Modified Jones (Dechow et al., 1995).

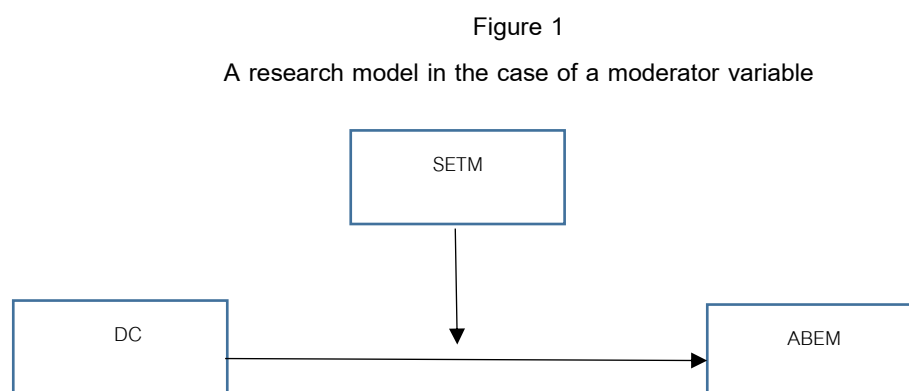
Thai listed firms most of them are earning quality below average. And relationship between auditor reports and earning quality are significant in the opposite with the auditor's report. When the companies have low earning quality high tends will receive the auditor's report unqualified opinion (Bottares et. al., 2018).

When considering cause and effect, it is assumed that debt covenant. It is one of the reasons that contributed to accruals based earning management's operation. Therefore, there is a possibility that debt covenant has relation with accruals based earning management as the following research hypotheses :

H1a : The motivation about increased debt covenant as a result earning management of companies listed on the Stock Exchange of Thailand increased.

H1b : The motivation about increased debt covenant as a result earning management increased more than the companies listed on the Stock Exchange of Thailand without debt covenant.

From such research hypothesis can be used to write a conceptual research framework, including independent variable, moderator, and dependent variable as follows:



The dependent variable was accruals based earning management : (ABEM)

The independent variable was the debt covenant : (DC) and

The moderator variable was the stock exchange of Thailand : SET and market for alternative investment: MAI (SETM)

Acquisition of variables of this research, modeled from “accruals based earning management” of Jenifer J Jones Improved by Dechow et al. (1995). The model is based on the principles of Econometrics. Calculated using ordinary least square from time series which Dechow et al. (1995) have adapted the model of Jones by adding changes in trade accounts receivable as follows

$$\frac{TA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \alpha \frac{1}{A_{i,t-1}} + \beta_1 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \beta_2 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \varepsilon_{i,t} \dots (1)$$

From equation 1

$TA_{i,t}$ = Total Accruals calculated from the change of current not including cashless changes current liability, not including non-current liability that are due in the next accounting period and less depreciation and amortization of intangible assets of i year t

$\Delta REV_{i,t}$ = Changes in the company's sales or revenue. i year t

$\Delta REC_{i,t}$ = Changes in the company's account receivable i year t

$PPE_{i,t}$ = The company's property, plant and equipment i year t

$A_{i,t-1}$ = The company's total assets i year t-1

i = Listed company on the Stock Exchange of Thailand

t = Current fiscal period

When estimated coefficient from equation 1 then calculate total accruals or TA, including all outstanding items which including accruals transaction according to the requirements of the financial reporting standards or generally accepted accounting principles (GAAP). The executive does not have discretion in non-discretionary accrual (NDA) and discretionary accruals (DA) to get the value earning management discretion. The calculation DA therefore starting from calculation NDA from TA as the following equation :

$$NDA_{it} = \hat{\alpha} \frac{1}{A_{i,t-1}} + \hat{\beta}_1 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \hat{\beta}_2 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \varepsilon_{i,t} \dots (2)$$

From equation 2 value $\hat{\alpha}, \hat{\beta}_1, \hat{\beta}_2$ was estimated correlation coefficient of α, β_1, β_2 respectively and when the representative of DA. It contains estimates of the difference between TA and NDA. Thus valuation DA can be calculated from the following equation.

$$DA_{it} = TA_{it} - NDA_{it} \dots (3a)$$

Therefore

$$DA_{it} = TA_{it} - \left[\hat{\alpha} \frac{1}{A_{i,t-1}} + \hat{\beta}_1 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} + \hat{\beta}_2 \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right] \dots\dots\dots (3b)$$

From equation 3 when $TA = NDA + DA$. If Net income (NI) as cash flow from operations (CFO) add TA, so $NI = CFO + NDA + DA$. Therefore, the principle of CFO and NDA was a dependent variable from the discretion of the management. There is DA only the impact of earning management by the discretion of the management posting on an accrual basis, which can measure both the level of earning management and position or direction of earning management.

This research uses the model of Modified Jones (Dechow et al., 1995) to measure DA or discretionary accruals or earning management by the discretion of the management posting on an accrual basis. It was an agent considering that debt covenant. That may increase the earning management. Therefore, believe Absolute DA (AbDA) was a measure of the size of earning management to represent the business performance (Davidson et al., 2006; Krishnan, 2003; Frankel et al., 2002; Becker et al., 1998; Davidson & Neu, 1993)

3. Methodology

This research was collected from secondary data of companies listed on the Stock Exchange of Thailand (SET). It consists of the yearly data (Form 56-1) and annual report (Form 56-2). The key informants were financial and non-financial data consist of preparing quality financial reports. By the data analysed was time series data of cross sectional data otherwise known as "Panel Data". Which stores financial information for each company continuously since 2014 – 2018 total period of 5 years. However missing data and data of listed companies that are financial institutions, which has a structure of financial statements that are different from other industries will not be included in the calculations for the study in this research.

3.1 Data

The sample of this research is a listed company in the Stock Exchange of Thailand since 2014 – 2018. The type of data is called time series data of cross-sectional data or Panel Data, which tracks the financial information of each company each year for a total of no more than 5 years per company and the analysis unit of this sample is called firm year observations. There is a total number of approximately 1,772 years of the company. Acquisition details are shown in table 1.

Table 1 Sample Selection Table

Description	amount	Unit
Total population	790 ¹	Firm
less Missing Data	281	Firm
Data of financial institutions which has a structure of financial statements that are different from that of other industries	84	Firm
Residual population	425	Firm
Total unit of Ananylsis	2,125	Firm year observations
Less outlier and incomplete data	353	Firm year observations
Estimated total number of samples	1,772	Firm year observations

The industry grouping of the sample group is classified according to the industry group structure of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. Therefore, companies that operate similar businesses are in the same category for appropriate comparison and are the basis for used for estimating coefficients for forecasting discrepancies of accruals-based earnings management. The management of the industry is divided into cross-sections or panels as in the table below.

Table 2 Table of classification structure of industrial groups

Panel	Division	amount (%)
Panel A	Agro & Food Industry	136 (7.67%)
Panel B	Consumer Products	155 (8.74%)
Panel C	Industrials	391 (22.06%)
Panel D	Property & Construction	67 (3.78%)
Panel E	Resources	448 (25.28%)
Panel F	Services	420 (23.70%)
Panel G	Technology	155 (8.74%)

¹

Data from the Stock Exchange of Thailand as 12/09/2018 accessible at <https://www.set.or.th/set/commonslookup.do?language=th&country=TH>

Table 2 presents the classification of industry groups of companies listed on the Stock Exchange of Thailand by Panel A was a group of agriculture and food industry for 136 firm year observations, as a percentage 7.67. Panel B was a group of consumer products for 155 firm year observations, as a percentage 8.74. Panel C was a group of industrials for 391 firm year observations, as a percentage 22.06. Panel D was a group of property & construction for 67 firm year observations, as a percentage 3.78. Panel E was a group of resources for 448 firm year observations, as a percentage 25.28. Panel F was a group of services for 420 firm year observations, as a percentage 23.70. Panel G was a group of technology for 155 firm year observations, as a percentage 8.74. However, the data regarding group of finance were not included in the analysis in this research. This is because the data structure is different from the general industry.

This empirical research uses time series data of cross-sectional data or panel data of companies listed on the Stock Exchange of Thailand for 5 years since 2014 – 2018. This will be used to analyze the relationship between the dependent variables to test the hypothesis by using the correlation analysis model of multiple regression analysis from positively analyzed research. This research has been further improved by adding moderator variables and intermediate variables. The research model used to analyze the data to test the hypothesis is written in the form of equations as follows:

Model 1 Equation with a variable

$$ABEM = \alpha_1 + \beta_1 DC + \beta_2 Size + \epsilon_1$$

Model 2 Equation with a moderator variable

$$ABEM = \alpha_2 + \beta_3 DC_MAR + \beta_4 Size + \epsilon_2$$

Where variable descriptions and variable types in the above equation are shown in the following table 3.

Table 3 Table Variable, Variable Types and Descriptions

Variable	Types	Descriptions
ABEM	Dependent	accruals based earnings management measured by the discretion of the management in accruals base earning management's Modified Jones's Model
DC	Independent	The debt cost to the entity is measured by interest expense dividing by total liability
MAR	Moderator	Listed company type measured by 1 was listed on SET and 0 was listed on MAI

Table 3 Table Variable, Variable Types and Descriptions (Cont.)

Variable	Types	Descriptions
DC_MAR	Interact Variable	Interact
Size	Control Variable	The size of the company measured by i in year t Natural log of total asset
Firm i	-	The companies listed on the Stock Exchange of Thailand
Year t	-	Test year 2014 – 2018
ε	Error term	Tolerance value

4. Results and Discussion

Table 4 Descriptive statistical of variables

Variable	Obs	Mean	Std.Dev.	Min	Max
ABEM	1,772	0.0899	0.1098	0.0000	0.9068
DC	1,772	0.0992	1.2469	1.0000	34.7646
Mar	1,772	0.8047	0.3965	0	1
DC_MAR	1,772	0.0932	1.2471	0	34.7646
Size	1,772	8.4100	1.6846	-0.0652	15.2470
Da	1,772	-0.0427	0.1354	-0.9068	0.5422
Small	1,772	0.1849	2.5561	-0.0506	94.2644

Table 4 presents the descriptive statistics of the variables in the research found ABEM or accruals based earnings management, measured from management's discretion in accruals base earning management's modified Jones's model. ABEM of the companies listed on the Stock Exchange of Thailand has the highest value equal to 0.9068, has a minimum 0.00, and has a mean 0.0899. The DC variable or Debt cost calculate interest expense dividing by total liability has the highest value equal to 34.7646, has a minimum 1.000, has a mean 0.0992.

4.1 Inferential Statistical Analysis

In this research, inference statistics were used to test the relationship between debt covenant with accruals based earnings management companies listed on the Stock Exchange of Thailand. This is the third research objective. Data analysis by inferential statistics shows the results as follows:

Table 5 The table shows the Pearson's correlation coefficient

	ABEM	DC	DC_MAR	Size	Small
ABEM	1.0000				
DC	0.1546*	1.0000			
DC_MAR	0.1536*	0.9998*	1.0000		
Size	-0.1644*	-0.0042	-0.0013	1.0000	
small	0.1011*	0.4285*	0.4287*	-0.0963*	1.0000

* significant level at 0.01

Table 5 presents the Pearson's correlation coefficient to test the relationship of independent variables of research showed the coefficients of all independent variables of continuous research have a coefficient not more than 0.75, except for the relationship between variable DC and variable DC_MAR. This is because it is an interaction variable. Therefore, the causal relationship test ensures no problem multicollinearity or problem in which two independent variables have a relatively high but incomplete correlation. This will affect the designation coefficient. The least squared estimate (R square) is high and the t-test is very low. This may cause the results of the independent variables to be inaccurate.

Table 6 Table showing the results of the relationship analysis of the operating results of companies listed on the Stock Exchange of Thailand and debt covenant

Variable	Panel A: q H _{1a}	Panel B: q H _{1c}
	Coefficient est.	Coefficient est.
	(p-value)	(p-value)
INTERCEPT	0.177***	0.177***
DC	0.012***	
DC_MAR		0.012***
Size	-0.010***	-0.010***
F statistic	23.83***	23.75***
n (Obs)	1772	1772
Adj R ²	0.0490	0.0489

*** significant level at 0.01

Table 6 presents the results of the correlation analysis of the performance of companies listed on the Stock Exchange of Thailand (ABEM) and debt covenant (DC) to test the research hypothesis as follows:

H1a: Incentives on increased debt covenant as a result earning management's companies listed on the Stock Exchange of Thailand. The results showed that the coefficient of the correlation test is equal 0.012 and statistically significant at 0.01 accepting the hypothesis. The motivation about increased debt covenant was positively correlated with earning management's companies listed on the Stock Exchange of Thailand.

H1b: Incentives on debt covenant to accruals-based earnings management companies listed on the Stock Exchange of Thailand more than the companies listed on the market for alternative investment. The results showed that the coefficient of the correlation test is equal to 0.012 and statistically significant at 0.01 accepting the hypothesis. The incentives on debt covenant to accruals based earnings management's companies listed on the Stock Exchange of Thailand more than the companies listed on the market for alternative investment.

4.2 Discuss The Research Results

From research results debt covenant positive correlation with accruals based earnings management's companies listed on the Stock Exchange of Thailand. The statistical significance of the research results was in accordance with Chatwong (2017). Terms of the shareholder loan agreement and creditor as dividend, treasury stock, company control, sale of property and new debt. The more hedges against debt default and reliance. The firm will be able to pay the loan and interest payments punctually. These rules are in the form the value of transaction and financial ratio. These rules are often in the form of the value of the account and financial ratio. The companies have to maintain a working capital ratio, interest coverage ratio, equity and other variables to the extent that the lender to accepts. Therefore, management chooses an accounting policy. To reduce the chance that the firm will have a high debt to equity ratio, infracton the debt covenant. Because the impact of the infracton may be credited consider (1) The refinance increases the cost of the firm. (2) The creditor intervened in the administration. By conforming to Bumrunkyat and Sutthachai (2016). Found most companies use cash flow from operating activities to reduce net income and earning management Through cash flow from operations.

When considering the companies listed on market for alternative investment have accruals based earnings management more than companies listed on the Stock Exchange of Thailand conform to Chansarn (2015) that the companies listed on market for alternative investment have the profit quality is relatively low. Out of the relatively high level of earning management. The amount of debt positively influenced on the level of profit quality for both total liabilities, current liabilities and non-current liabilities and liabilities from financial institutions and those that are not from financial institutions. However, the companies has low debt. The management tends to show more than real performance. To give creditors confidence in their potential and ability to pay debts Benefit from reducing the cost of borrowing from creditors. But in incurring additional debt, the company has more chances to violate the terms of the debt covenant. Therefore, management tends to use accounting policies

to manage more profits and thus lower profit quality. According to Truong (2021), this speed varies between groupings of enterprises with different characteristics, underlining the heterogeneity of the adjustment speed even more. Small deviation firms adjust more rapidly than large deviation firms. Large free cash flow (FCF) firms adjust more readily than small FCF firms, and fiscal deficit firms modify more rapidly than firms with a financial surplus.

In addition, executives are motivated by debt covenant to accruals-based earnings management measured by the discretion of the management in accruals base earning management conform to Chiengtung (2010) the relationship between earning management and debt covenant. Firms with debt covenant are likely to manage earning by using discretionary accruals. The empirical evidence also indicates that those firms have statistically significant discretionary accruals and conform to Ketsuwan (2012). Which managers increasingly engaged to manage earning to reach earning benchmarks. The trend of using real activities manipulation is escalating because it is solely under the management's discretion, and it can be done throughout the accounting periods. The real activities manipulation is not under the scrutiny of the regulators since it is not in violations of financial report standards.

5. Conclusion

This findings and knowledge about debt covenant are positively correlated with accrual-based earnings management's companies listed on the Stock Exchange of Thailand. This indicates that the management uses debt covenant to accrual-based earnings management. It is to avoid breaching the loan agreement. This results in knowledge and findings about agreements in debt covenant, supporting theories and concepts, used to form hypotheses and research conceptual frameworks and related factors.

This research also shows that the companies listed on the market for alternative investment have accrual-based earnings management more than companies listed on the Stock Exchange of Thailand. This will be useful for regulators and agencies that are considered and announce relevant accounting standards and auditing standards and benefits for academics, researchers, investors including stakeholders of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. They can understand the real situation of companies listed on the stock exchange and companies listed on market for alternative investment: empirical evidence. In addition, the results of the study can be used as part of the regulator's consideration of additional measures more review of debt covenant.

This research limitation may result from data collection errors because a lot of the financial information contained in the financial statements needs to be systematically collected and must be recorded on the working paper. Therefore, errors may occur in recording data. Moreover, non-monetary information takes time to carefully read and observe. Therefore, errors in reading and recording data codes on working paper may occur.

The research is expected to continue by adding interstitial variables and a schema analysis of debt covenant and business performance. Other environmental factors can be taken into account to obtain the direct relationship and the indirect relationship between these groups of variables.

References

- Ahmed, M. G., Ganesan Y., & Hashim, F. (2021). Antecedents and consequence of governance characteristics, earnings management, and company performance: An empirical study in Iraq. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(8), 57-66.
- Astarmi, E. W., & Tower, G. (2006). Accounting policy choice and firm characteristics in the Asia Pacific region: An international empirical test of costly contracting theory. *The International Journal of Accounting*, 41(1), 1-21.
- Becker, C. L., Defond, M. L., Jiambalvo, J., & Subramanyam, K. R. (1998). The effect of audit quality on earnings management. *Contemporary Accounting Research*, 15(1), 1-24.
- Bottares, J., Ekasingh, E., & Sarapaivanich, N. (2018). Relationship between auditor reports and earning quality of companies listed on the stock exchange of Thailand. *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University*, 10(4), 183-197.
- Bumrunkyat, N., & Sutthachai, S. (2016). A relationship between real activities earnings management and debt covenant maintenance of listed companies in the stock exchange of Thailand. *NIDA Business Journal*, 19, 94-114.
- Chansarn, T. (2015). The relationship between debt and earnings quality of listed companies in market for alternative investment (MAI) of Thailand. *BU Academic Review*, 14(1), 71-87.
- Chatwong, T. (2017). Accounting theory research: from the past to the future. *Journal of Business Administration The Association of Private Education Institutions of Thailand*, 6(2), 203-212.
- Chientong, A. (2010). A study of relationship between earning management and debt covenant maintenance : A case study of listed companies in the stock exchange of Thailand. Master's thesis of Burapha University.
- Davidson, R. A., & Neu, D. (1993). A note on the association between audit firm size and audit quality. *Contemporary Accounting Research*, 9(2), 479-488.
- Davidson, W. N., Jiraporn, P., & DaDalt, P. (2006). Causes and consequences of audit shopping: An analysis of auditor opinions, earnings management, and auditor changes. *Quarterly Journal of Business and Economics*, 45(1/2), 69-87.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting earnings management. *The Accounting Review*, 70(2), 193-225.

- Frankel, R. M., Johnson, M. F., & Nelson, K. K. (2002). The relation between auditors' fees for non audit services and earnings management. *Accounting Review*, 77(1), 71-105.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.
- Hribar, P., & Collins, D. W., (2002). Errors in estimating accruals: implications for empirical research. *Journal of Accounting Research*, 40(1), 105-134.
- Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigation. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193-228.
- Ketsuwan, P. (2012). Real activities manipulation earning target incentive to engage in earning management. *Journal of Federation of Accounting Professions*, 8(22), 89-92.
- Krishnan, G. V. (2003). Does big 6 auditor industry expertise constrain earnings management. *Accounting Horizons*, 17, 1-16.
- Kulroop, D., Xu, Y., Xie, S., Fu, G., & Yang, Y. (2019). Earnings management: A comparative literature review between China and Thailand. *Journal of Modern Management Science*, 12(2), 83-104.
- Lambert, R. A. (2001). Contracting theory and accounting. *Journal of Accounting and Economics*, 32, 3-87.
- The Stock Exchange of Thailand. (2020). Listed on company the stock exchange. Retrieved September 12, 2020, from <https://www.set.or.th/set/commonslookup.do?language=th&country=TH>.
- Truong, K. D. (2021). Firm characteristics and cash holdings speed of adjustment: Evidence from Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(8), 137-148.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no8.0137>
- Vilalai, P., Petchchedchoo, P., & Kumsuprom, S. (2020). Real earnings management and accrual-based earnings management implications for future profitability. *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University*, 12(3), 83-96.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). Positive accounting theory. London : Prentice-hall Inc.

**กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร :
การศึกษาเชิงประจักษ์ของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย**
**Organizational Learning Strategy influencing on Organizational Success:
An Empirical Study of Packaged Foods Businesses in Thailand**

กานธีธีรา นามวงศ์*
Kanthheera Namwong*

Received : October 11, 2022 Revised : January 17, 2023 Accepted : January 18, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร และนวัตกรรมองค์กร เพื่อให้เกิดความสำเร็จขององค์กร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม และใช้ OLS Regression ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านี้ โดยใช้ข้อมูลจากธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย จำนวน 220 บริษัท ผลการศึกษา พบว่าสองในห้ามิติของกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร คือ การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต และการให้ความสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการ จะมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงาน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และความสำเร็จขององค์กร

คำสำคัญ : กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร การเรียนรู้ขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมองค์กร ความสำเร็จขององค์กร

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

* Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

* Corresponding author E-mail: kantheera.nam@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to examine the influence of organizational learning strategy on organizational success through the consequential factors, namely, organizational creativity, organizational flexibility, and organizational innovation in order to achieve organizational success. Data is collected by questionnaires, and OLS regression analysis is use to analyze the relationships among these variables by using data from 220 firms of packaged foods businesses in Thailand. The results indicate that two of five dimensions of organizational learning strategy are dynamic shared-knowledge focus and adaptive system perspective emphasis have a positive relationship with consequential factor, namely, organizational creativity, organizational flexibility, organizational innovation and organizational success.

Keywords : Organizational Learning Strategy, Organizational Learning, Organizational Creativity, Organizational Flexibility, Organizational Innovation, Organizational Success

1. บทนำ

จากสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันในระดับโลก ประกอบกับความซับซ้อนในการแข่งขันที่มีเพิ่มมากขึ้นทั่วโลก องค์กรต้องเผชิญกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกองค์กรอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น องค์กรที่บรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันจะไม่สามารถหยุดการพัฒนาได้เลย องค์กรต้องมีความเป็นพลวัต ไม่หยุดนิ่ง เพื่อที่จะสามารถพัฒนาองค์กรทำให้แข่งขันกับคู่แข่งได้และสามารถอยู่รอดได้ในสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และตลอดเวลา (Palabud, 2020) ผู้บริหารองค์กรจำเป็นต้องศึกษาและกำหนดกลยุทธ์ในการปรับตัวและรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน เพราะพวกเขาต้องต่อสู้กับคู่แข่งที่มีอยู่แล้ว และยังคงต้องต่อสู้กับคู่แข่งใหม่ที่กำลังพยายามที่จะเข้าสู่ตลาด และมีหลายปัจจัยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นวิธีที่ดีที่สุดสำหรับการเจริญเติบโตและความอยู่รอดขององค์กร มักขึ้นอยู่กับการสร้างและพัฒนากลยุทธ์ขององค์กรในการจัดการกับการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร ที่เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และเกิดความอยู่รอดขององค์กร ซึ่งการเรียนรู้ขององค์กรจะแบ่งออกเป็นสองประเภทที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ภายนอก และภายใน ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการเสริมที่มีข้อดี และข้อเสีย แยกกัน การเรียนรู้ภายนอกจะมุ่งเน้นกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมขององค์กร ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่ง เครือข่าย และสถาบัน การเรียนรู้ภายใน ประกอบด้วยการเรียนรู้รายบุคคล ระหว่างหน้าที่ และการเรียนรู้หลายระดับ โดยการเรียนรู้ที่แตกต่างกันกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กร โดยขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมของธุรกิจด้วย (Chun & Evans, 2018)

กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร เป็นความสามารถในเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการอธิบายว่าทำไมองค์กรจึงประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง และอาจเป็นความสามารถขององค์กรในการสร้างมูลค่าของลูกค้านั้นเหนือกว่าในระยะยาว อีกทั้งช่วยปรับตัวอย่างต่อเนื่องให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วกับความต้องการของตลาด จึงถือเป็นความสามารถแบบไดนามิกที่แท้จริง (Palabud, 2020) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ขององค์กร และการเรียนรู้ขององค์กร เป็นการพิจารณาว่า กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรไม่ใช่แค่การออกแบบเชิงกลยุทธ์ที่เป็นความสามารถที่สำคัญขององค์กร แต่ยังรวมถึงการใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ (Sariol & Abebe, 2017) นักวิจัยบางคนอ้างว่า กลยุทธ์การเรียนรู้ของ

องค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในการรับรู้โอกาสในการดำเนินธุรกิจใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง (Wang & Dass, 2017)

ดังนั้น จึงเน้นย้ำว่า กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรเป็นความสามารถแบบไดนามิกที่สามารถทำได้ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (Palabud, 2019) แม้ว่าทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรจะให้ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้อง แต่ก็ยังมีบางแง่มุมที่ยังไม่ได้รับการวิเคราะห์อย่างเพียงพอ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้ทำการศึกษาในมิติใหม่ของกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร โดยทำการศึกษาในแง่มุมของกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร โดยให้ทฤษฎีการเรียนรู้ขององค์กรเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ในงานวิจัยนี้ ซึ่งมุ่งเน้นศึกษากลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร โดยแบ่งออกเป็น 5 มิติ (Dimensions) คือ การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่อง (Continuous Open-mindedness Orientation) การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต (Dynamic Shared-knowledge Focus) ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่น (Flexible Business Experimentation Concern) การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูง (Advanced Managerial Commitment Awareness) และการให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบ (Adaptive System Perspective Emphasis) ซึ่งจะทดสอบการมีความสัมพันธ์ระหว่าง ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Organizational Creativity) ความยืดหยุ่นขององค์กร (Organizational Flexibility) นวัตกรรมขององค์กร (Organizational Innovation) และ ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) โดยทำการศึกษาเชิงประจักษ์จากธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย เนื่องจากตลาดอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทยในปี 2564 ที่ผ่านมามีมูลค่าสูงราว 452,506 ล้านบาท ขยายตัวจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.7 โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากทั้งภาคการผลิตและภาคบริการ กล่าวคือ ธุรกิจอาหารมีการเติบโต และผู้ประกอบการในภาคการผลิตมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ และรสชาติใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างจุดแข็งในการแข่งขันและเพิ่มโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ขนมอบและเบเกอรี่ ขยายตัวร้อยละ 7.5 ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และอาหารทะเลแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 5.7 และผลิตภัณฑ์นมขยายตัวร้อยละ 5.1 ซึ่งเป็นการขยายตัวสูงสุดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยได้รับผลดีจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกและสะดวกสบาย ประกอบกับการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้โดยง่าย (สถาบันอาหาร, 2564) ในปี 2564 – 2566 มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปในประเทศมีทิศทางเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป ด้านตลาดต่างประเทศคาดว่าจะเติบโตในสัดส่วน 15-20% ซึ่งการประกอบอาหารที่ผลิตจากไทยได้รับการยอมรับจากต่างชาติทั้งความสะดวก ปลอดภัย และรสชาติ อีกทั้ง เป็นอาหารเพื่อสุขภาพตามกระแสความนิยมในตลาดโลก ทำให้แนวโน้มความต้องการในตลาดส่งออกยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (วันนา ยงพิสานบุตร, 2564) ตลาดสินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปในตลาดโลกยังสดใส ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหลังโควิด-19 และความนิยมอาหารไทยที่ยังคงเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง ผู้ประกอบการส่งออกพร้อมกันส่งผลิตภัณฑ์ขอรับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT กันเป็นอย่างมากจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลกเพื่อให้เหมาะกับการใช้ชีวิตในวิถีใหม่ ด้านผู้ประกอบการในหลายธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้อย่างทันทั่วถึง โดยสินค้าอาหารเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่มีการปรับตัวอย่างเห็นได้ชัด เพราะผู้คนต่างหันมาปรุงอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น ในหลายประเทศพบว่าแม้ผู้คนจะยังคงต้องการใช้ชีวิตนอกบ้านแต่เรื่องอาหารยังเป็นเรื่องที่สำคัญและเน้นความปลอดภัยเป็นสำคัญ ในทุก ๆ ปี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจะทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปพร้อมปรุงหรือพร้อมรับประทาน เครื่องแกง น้ำจิ้ม หรือขนมไทย เพื่อมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เพื่อให้ผู้บริโภคหรือร้านอาหารไทยในต่างประเทศสามารถเลือกซื้อเพื่อนำไปปรุงอาหารได้อย่างสะดวกและมีรสชาติตามตำรับอาหารไทย โดยนโยบายของรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการ

กระทรวงพาณิชย์ในเรื่องของ “อาหารไทย อาหารโลก” ที่มุ่งเน้นการขยายตลาดอาหารไทยไปตลาดโลกนั้น ทำให้การมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เป็นภารกิจสำคัญที่จะสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคในตลาดสากลได้มากขึ้น ปัจจุบันมีการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปไปแล้วทั้งสิ้นจำนวน 603 ผลิตภัณฑ์ จาก 54 บริษัท ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ไม่ใช้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ แต่เป็นสัญลักษณ์การันตีว่าเป็นเมนูอาหารไทยที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบและเครื่องปรุงอาหารตามแบบวิถีการปรุงอาหารไทย ผ่านกรรมวิธีประกอบอาหารที่ใช้เครื่องปรุงตามแบบอย่างอาหารไทย บ่งบอกเอกลักษณ์ มีรสชาติและรูปลักษณะของอาหารตามมาตรฐานอาหารไทย (ฐานเศรษฐกิจ, 2564) จากแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปซึ่งมีความจำเป็นในการที่จะต้องใช้กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา เพื่อรองรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาจากธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทยที่จดทะเบียนบริษัทกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 775 บริษัท (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2564) วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และความสำเร็จขององค์กร โดยศึกษาเชิงประจักษ์จากธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

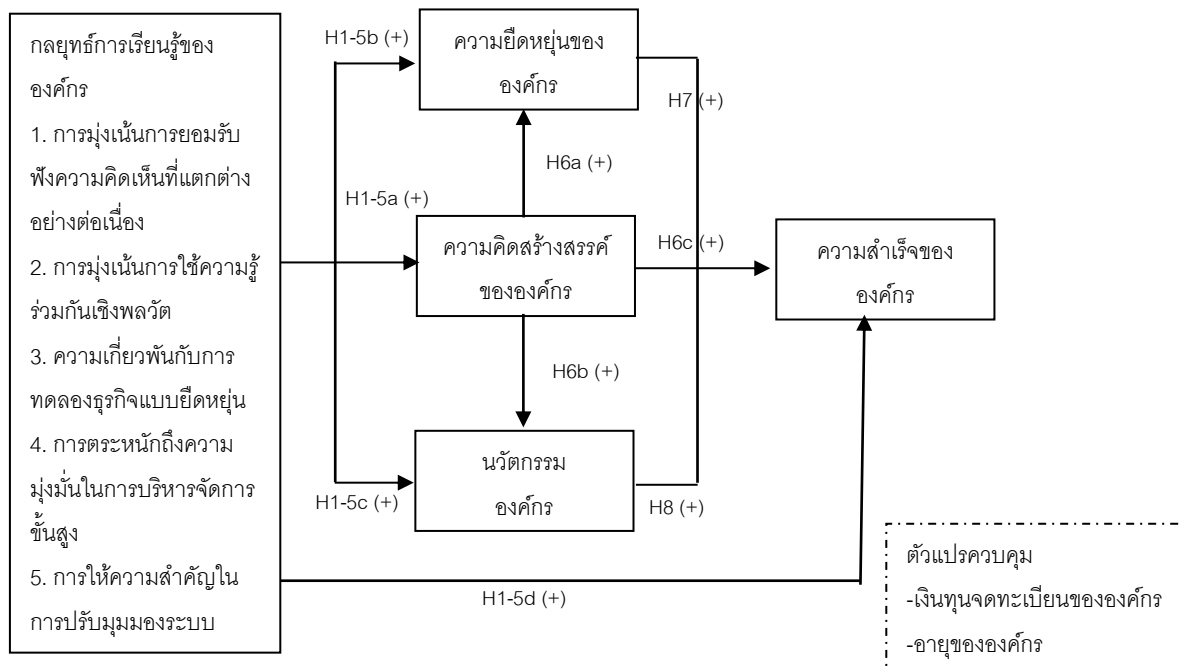
วัตถุประสงค์หลักของการวิจัย (Key Research Objective) ในครั้งนี้เพื่อศึกษา กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยแยกเป็นมิติของกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรได้ 5 มิติ (Dimensions) คือ การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่อง (Continuous Open-mindedness Orientation) การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต (Dynamic Shared Knowledge Focus) ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่น (Flexible Business Experimentation Concern) การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูง (Advanced Managerial Commitment Awareness) และการให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบ (Adaptive System Perspective Emphasis) และมีวัตถุประสงค์เฉพาะ (Specific Research Objective) ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละมิติ ของกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และความสำเร็จขององค์กร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อ ความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และความสำเร็จขององค์กร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความยืดหยุ่นขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของนวัตกรรมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร

การทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน (Literature Reviews and Hypotheses Developments)

รูปแบบการวิจัยในครั้งนี้จะแสดงให้เห็นในรูปภาพประกอบ 1 ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงมิติของกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และความสำเร็จขององค์กร

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



1. กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning Strategy)

กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร มีหลายแง่มุม ทั้งกว้าง และลึก รวมถึงความรวดเร็วของการเรียนรู้ภายในองค์กร โดยกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย การได้มาซึ่งข้อมูล การเผยแพร่ความรู้ การตีความร่วมกัน และหน่วยความจำขององค์กร นอกจากนี้ กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรยังมีการพัฒนาความรู้ หรือข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพในการโน้มน้าวพฤติกรรม และมุ่งเน้นไปที่การค้นพบความรู้ หรือแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ ที่ออกแบบมาเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในองค์กรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร ยังเป็นกระบวนการของการทำความเข้าใจและรับข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ ซึ่งเป็นแกนหลักของการเรียนรู้ขององค์กรและทำให้องค์กรสามารถสร้างขีดความสามารถสำหรับกลยุทธ์การแข่งขัน การดำเนินการร่วมกันที่นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ ขั้นตอน ระบบ หรือกลยุทธ์ใหม่ ๆ (Crossan, Vera, & Pathak, 2021) ดังนั้น กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร จึงเป็นกระบวนการของการถ่ายโอนความรู้ของบุคลากรในองค์กร และสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่อง ยืดหยุ่นและสม่ำเสมอ งานวิจัยที่ศึกษาก่อนหน้านี้ได้ทำการศึกษากับการเรียนรู้ขององค์กรพบว่าการเรียนรู้ขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้องการของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างห่วงโซ่อุปทาน การเรียนรู้ขององค์กรทำให้ธุรกิจได้รับทักษะใหม่ ๆ ความสามารถใหม่ ๆ และเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถนำมาปรับปรุงองค์กรให้ประสบความสำเร็จและอยู่รอดได้ (Crossan, Vera, & Pathak, 2021) การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะพยายามเชื่อมโยงกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรกับผลการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และความสำเร็จขององค์กร ดังที่แสดงในรูปภาพประกอบ 1

1.1 การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่อง (Continuous Open-mindedness Orientation: COM) การยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างเป็นการยอมรับแนวคิด และมุมมองใหม่ ๆ

ทั้งภายในและภายนอก ช่วยให้ความรู้ของแต่ละบุคคลที่ได้รับมาสามารถต่ออายุ ขยาย และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องได้ การยอมรับฟังความคิดเห็นของบุคคลในองค์กร สามารถเรียนรู้ได้หลายด้าน ทั้งด้านกว้างและเชิงลึก และสามารถเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสำเร็จและความอยู่รอดขององค์กร (Harvey, Johnson, & Edmondson, 2019) กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรเป็นกระบวนการเชิงพลวัตที่เผยให้เห็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง การทดลอง การถ่ายทอดความรู้ และการบูรณาการ เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ โดยการสร้างขึ้นในระดับบุคคลที่จะได้รับการถ่ายทอดและบูรณาการเข้ากับองค์กร (Bonafe-Pontes et. al., 2021) ดังนั้น การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นการเปิดกว้าง และยินดีที่จะรับความคิดและมุมมองใหม่ ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งจะช่วยในระดับบุคคลให้ได้รับการปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง เพิ่มขึ้น และดีขึ้น ยินดีที่จะรับความคิดและมุมมองใหม่ ๆ ทั้งภายในและภายนอก บุคลากรในองค์กรจะมีใจเปิดกว้าง สามารถเรียนรู้ได้ในหลาย ๆ ด้าน และสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อความสำเร็จและความอยู่รอดขององค์กร จึงนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 1a-d ดังนี้

H1: การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ a)

ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร b) ความยืดหยุ่นขององค์กร c) นวัตกรรมองค์กร และ d) ความสำเร็จขององค์กร

1.2 การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต (Dynamic Shared Knowledge Focus: DSK)

การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต จะเป็นการแพร่กระจายความรู้ภายในที่ได้รับในระดับบุคคล ผ่านการสนทนา และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคคลทั้งภายใน และระหว่างทีม หน่วยขององค์กร และองค์กร ในการสื่อสารจะอาศัยข้อมูลที่มีอยู่อย่างถูกต้องและพร้อมใช้งาน ซึ่งการมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัตจะมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร และความอยู่รอดขององค์กร รวมถึงการสร้างทักษะใหม่ ๆ ความสามารถใหม่ ๆ ช่วยในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Ganguly, Talukdar, & Chatterjee, 2019) จึงนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 2a-d ดังนี้

H2: การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ a) ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร b)

ความยืดหยุ่นขององค์กร c) นวัตกรรมองค์กร และ d) ความสำเร็จขององค์กร

1.3 ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่น (Flexible Business Experimentation Concern: FBE)

ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเรียนรู้ การค้นหาวិธีแก้ปัญหาที่เป็นนวัตกรรม และยืดหยุ่น สำหรับปัญหาในปัจจุบันและอนาคต โดยอิงจากการใช้วิธีการและขั้นตอนต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ การทดลองธุรกิจต้องมีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความสามารถในการกล้าได้ กล้าเสีย มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความพร้อมในการควบคุมความเสี่ยง สนับสนุนแนวคิดที่สามารถเรียนรู้จากความผิดพลาดของตนเองได้ การทดลองธุรกิจเป็นการเรียนรู้ขององค์กรแบบพลวัต สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน ดังนั้น ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่นจึงถูกกำหนดให้เป็นการค้นหานวัตกรรมเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาทางธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งได้รับการแก้ไขเพื่อให้เหมาะสมกับทุกเวลา ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จ และความอยู่รอดขององค์กร (Bocken, Weissbrod, & Antikainen, 2021) จึงนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 3a-d ดังนี้

H3: ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ a) ความคิดสร้างสรรค์ของ

องค์กร b) ความยืดหยุ่นขององค์กร c) นวัตกรรมองค์กร และ d) ความสำเร็จขององค์กร

1.4 การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูง (Advanced Managerial Commitment Awareness: AMC)

การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูงนั้น ฝ่ายบริหารควรขับเคลื่อนกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้องค์กรสามารถเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ และซัดความเชื่อแบบเก่าที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์

ปัจจุบัน นอกจากนั้น ผู้บริหารควรตระหนักถึงความเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ การพัฒนาวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการสร้างและถ่ายทอดความรู้เป็นค่านิยมพื้นฐาน และมุมมองเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการเรียนรู้เป็นเครื่องมือที่มีคุณค่า และมีอิทธิพลต่อการได้รับผลลัพธ์ในระยะยาว ในขณะที่เดียวกันฝ่ายบริหารควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในความสำเร็จ โดยพิจารณาว่าเป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร (Chiu et al., 2022) การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมและการรักษาพฤติกรรมที่ช่วยให้ผู้อื่นบรรลุเป้าหมาย เป็นจุดแข็งของบุคคลในองค์กรที่จะพยายามในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (Park & Doo, 2020) จึงนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 4a-d ดังนี้

H4: การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ a) ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร b) ความยืดหยุ่นขององค์กร c) นวัตกรรมองค์กร และ d) ความสำเร็จขององค์กร

1.5 การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบ (Adaptive System Perspective Emphasis: ASP)

หมายถึง การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบมุ่งให้องค์กรพิจารณาระบบต่าง ๆ ในองค์กร ที่ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ซึ่งแต่ละส่วนมีหน้าที่ของตนเองและทำงานประสานกัน มุมมองระบบทำให้เกิดการนำสมาชิกขององค์กรมารวมกันโดยมีอัตลักษณ์ร่วมกัน ตระหนักถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยนข้อมูล และการบริการ มีมุมมองที่ชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ขององค์กร และนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ขององค์กร การปรับมุมมองระบบจะเกิดขึ้นภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของคนในองค์กร และกลายเป็นการเรียนรู้ขององค์กร มีความสำคัญต่อการแบ่งปันความรู้ การรับรู้ และความเชื่อ ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ขององค์กรที่เกิดขึ้นมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ความอยู่รอดขององค์กร และการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จ สร้างทักษะและความสามารถใหม่ ๆ ที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Wang & Dass, 2017) จึงนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 5a-d ดังนี้

H5: การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ a) ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร b) ความยืดหยุ่นขององค์กร c) นวัตกรรมองค์กร และ d) ความสำเร็จขององค์กร

2. ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Organizational Creativity: ORC)

ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเป็นการพัฒนาความคิดที่แปลกใหม่และมีประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการทำงาน และกระบวนการในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นในระยะสั้นหรือระยะยาว ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรประกอบด้วยกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บุคคล และสถานการณ์ และแต่ละองค์ประกอบเหล่านี้จะปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นักวิชาการแสดงให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นความคิดที่มีประโยชน์ เหมาะสมในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนขององค์กร และสามารถสร้างนวัตกรรมขององค์กร เพราะเป็นกระบวนการที่สร้างแนวคิดที่แปลกใหม่ มีประโยชน์ต่อองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรจำเป็นต้องเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ ที่เน้นการเรียนรู้ การตัดสินใจแบบมีส่วนร่วม หรือการแบ่งปันอำนาจเพื่อนำเสนอระบบการบริหารใหม่ กระบวนการผลิตที่ทันสมัย องค์กรจำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่การทดลองในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การวิจัยและพัฒนา การพัฒนากระบวนการใหม่ และความเป็นผู้นำทางเทคโนโลยี (Mikalef & Gupta, 2021) ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีส่วนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ เพิ่มความยืดหยุ่นภายในองค์กร และเพื่อการให้บริการที่เป็นมาตรฐานหรือตามความต้องการของลูกค้า ในขณะที่เดียวกันความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรต้องมีความยืดหยุ่นในขณะที่ควบคุมความเสี่ยงขององค์กรแต่ให้อิสระในการค้นหาคำรู้ใหม่ผ่านการเรียนรู้และการทดลอง (Darvishmotevali, Altinay, & Koseoglu, 2020) จึงนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 6a-c ดังนี้

H6: ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ a) ความยืดหยุ่นขององค์กร b) นวัตกรรมขององค์กร และ c) ความสำเร็จขององค์กร

3. ความยืดหยุ่นขององค์กร (Organizational Flexibility : ORF)

ความยืดหยุ่นขององค์กร เป็นการดำเนินการหรือการมีปฏิสัมพันธ์ที่รวดเร็วในสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์กร นอกจากนี้ ยังตอบสนองด้วยกลยุทธ์ใหม่ในลักษณะเชิงรุกต่อภัยคุกคาม และโอกาสทางการตลาดโดยไม่ชักช้า ความยืดหยุ่นขององค์กรเป็นแกนแท้ของการเปลี่ยนแปลง การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์และมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถหลากหลาย มีระบบการจัดการที่ยืดหยุ่น วัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Kocyigit & Akkaya, 2020) การเรียนรู้ขององค์กรช่วยให้มีความยืดหยุ่นขององค์กรเชิงกลยุทธ์มากขึ้นในการต่อต้านภัยคุกคามด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสทางการตลาด และแม้กระทั่งเพื่อกำหนดวิวัฒนาการของตลาด นอกจากนี้ ยังช่วยให้บริษัทสามารถบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการปรับปรุงกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลที่มีความยืดหยุ่น ช่วยให้สามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมและสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพกว่าคู่แข่ง (Anning-Dorson, 2021) จึงนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 7 ดังนี้

H7: ความยืดหยุ่นขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร

4. นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation: ORI)

นวัตกรรมองค์กรเป็นการสร้างกระบวนการ ระบบ โปรแกรม นโยบาย ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่มาจากภายในหรือภายนอกองค์กร มาใช้ในองค์กร นวัตกรรมเป็นผลมาจากการเพิ่มพูนความรู้ที่ตอบสนองและดำเนินการจากความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร นวัตกรรมองค์กรเกี่ยวข้องกับกระบวนการตลาดใหม่และวิธีการให้บริการที่ดีที่สุด ระบุผลิตภัณฑ์ใหม่และวิธีพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้ให้ดีที่สุด ระบุการดำเนินงานภายในใหม่ และวิธีการดำเนินงานเหล่านี้ให้ดีที่สุด นวัตกรรมเป็นกระบวนการที่นำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน และกลายเป็นกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมที่แตกต่างกันสามารถสะท้อนให้เห็นได้จากประสิทธิภาพของนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงผ่านระบบคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Alves, Galina, & Dobelin, 2018) จึงนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 8 ดังนี้

H8: นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร

5. ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success: OSC)

ความสำเร็จขององค์กรเป็นการบรรลุเป้าหมายและผลการปฏิบัติงานขององค์กร มีความสามารถในการรักษาลูกค้า และบรรลุความเป็นเลิศในด้านนวัตกรรม การดำเนินงาน และการเงิน นอกจากนี้ความสำเร็จขององค์กรยังเป็นความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรในแง่ของประสิทธิภาพโดยรวม ซึ่งรวมถึงสี่มุมมองหลัก ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการทางธุรกิจภายใน การเรียนรู้ และการเติบโต (Appelbaum et al., 2018) ส่วนประกอบของความสำเร็จขององค์กรคือข้อมูลที่รวบรวมจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ปริมาณการขาย ส่วนแบ่งตลาด ผลตอบแทนจากการลงทุน การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และความสามารถในการทำกำไร (Englert & Helmig, 2018)

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากตลาดอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทยในปี 2564 ที่ผ่านมามีมูลค่าสูงราว 452,506 ล้านบาท ขยายตัวจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.7 โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากทั้งภาคการผลิตและภาคบริการ กล่าวคือ ธุรกิจอาหาร

มีการเติบโต และผู้ประกอบการในภาคการผลิตมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ และรสชาติใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างจุดแข็งในการแข่งขันและเพิ่มโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ขนมอบและเบเกอรี่ ขยายตัวร้อยละ 7.5 ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และอาหารทะเลแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 5.7 และผลิตภัณฑ์นม ขยายตัวร้อยละ 5.1 ซึ่งเป็นการขยายตัวสูงสุดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยได้รับผลดีจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย ประกอบกับการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้โดยง่าย (สถาบันอาหาร, 2564) ในปี 2564 – 2566 มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปในประเทศมีทิศทางเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป ด้านตลาดต่างประเทศคาดว่าจะเติบโตดี ในสัดส่วน 15-20% ซึ่งการประกอบอาหารที่ผลิตจากไทยได้รับการยอมรับจากต่างชาติ ทั้งความสะดวก ปลอดภัย และรสชาติ อีกทั้ง เป็นอาหารเพื่อสุขภาพตามกระแสความนิยมในตลาดโลก ทำให้แนวโน้มความต้องการในตลาดส่งออกยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (วันนา ยงพิสานบุตร, 2564) โดยนโยบายของรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ในเรื่องของ “อาหารไทย อาหารโลก” ที่มุ่งเน้นการขยายตลาดอาหารไทยไปตลาดโลกนั้น ทำให้การมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เป็นภารกิจสำคัญที่จะสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคในตลาดสากลได้มากขึ้น ปัจจุบันมีการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปไปแล้วทั้งสิ้นจำนวน 603 ผลิตภัณฑ์ จาก 54 บริษัท ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ไม่ใช้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ แต่เป็นสัญลักษณ์การันตีว่าเป็นเมนูอาหารไทยที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบและเครื่องปรุงอาหารตามแบบวิธีการปรุงอาหารไทย ผ่านกรรมวิธีประกอบอาหารที่ใช้เครื่องปรุงตามแบบอย่างอาหารไทย บ่งบอกเอกลักษณ์ มีรสชาติและรูปลักษณ์ของอาหารตามมาตรฐานอาหารไทย (ฐานเศรษฐกิจ, 2564) จากแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปซึ่งมีความจำเป็นในการที่จะต้องใช้กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา เพื่อรองรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาจากธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทยที่จดทะเบียนบริษัทกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 775 บริษัท (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2564) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 775 ชุด และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ กรรมการผู้จัดการหรือหุ้นส่วนผู้จัดการของบริษัท การเก็บข้อมูลจะมีระยะเวลาดำเนินการเก็บข้อมูลประมาณ 6 สัปดาห์ โดยจะแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 สัปดาห์ที่ 1-3 หลังส่งแบบสอบถามแล้วจะรอแบบสอบถามตอบกลับ ใน 3 สัปดาห์นี้มีแบบสอบถามที่ไม่มีผู้รับ ย้ายที่อยู่ และปิดกิจการ กลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 10 ฉบับ และได้แบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 155 ฉบับ ช่วงที่ 2 สัปดาห์ที่ 4-6 จะเริ่มทำการ Follow-up แบบสอบถาม โดยการโทรศัพท์ในส่วนที่มีเบอร์โทร เพื่อขอบคุณและติดตามแบบสอบถามซึ่งทำให้ได้แบบสอบถามกลับคืนมาเพิ่มเติมอีก 67 ฉบับ ดังนั้นจำนวนแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมามีจำนวนทั้งสิ้น 222 ฉบับ แต่ไม่สมบูรณ์จำนวน 2 ฉบับ จึงทำให้มีแบบสอบถามที่ใช้ได้ทั้งสิ้น 220 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบสนอง 28.76% ซึ่งสามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดได้ ตามการอ้างอิงของ Aaker, Kumar, และ Day (2001) ที่ระบุว่าในการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ที่ปราศจากการติดตามหรือมีการติดตามไม่ทั่วถึงสามารถยอมรับได้ที่ 20% ของประชากรทั้งหมด และได้ทำการทดสอบ non-response bias เปรียบเทียบการตอบก่อนและหลัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการทดสอบ t-test พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงต้นและปลาย (Armstrong & Overton, 1979)

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

แต่ละตัวแปรจะถูกวัดโดยมาตราส่วนประมาณค่า (Likert's Scale) ตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ **ความสำเร็จขององค์กร** (Organizational Success: OSC) จะเป็นตัวแปรที่ขึ้นอยู่กับภาระงานที่บรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร มี

ความสามารถในการรักษาลูกค้า และมีความเป็นเลิศในด้านนวัตกรรม การดำเนินงาน และการเงิน จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ ซึ่งเป็นกิจกรรมในองค์กรที่สร้างและใช้ความรู้เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) และลักษณะของพฤติกรรมการเรียนรู้ที่เปิดกว้างสำหรับแนวคิดใหม่ ๆ และการเรียนรู้เชิงรุกที่แตกต่าง

3.3 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

3.3.1 กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning Strategy) จะเป็นตัวแปรสำคัญของการวิจัยนี้ โดยจะประกอบด้วยมิติทั้ง 5 มิติ (Dimensions) ลำดับแรก คือ การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่อง (Continuous Open-mindedness Orientation: COM) จะวัดโดยระดับของผลการเปิดรับและยินดีของพนักงานในองค์กรที่จะยอมรับความคิดใหม่ ๆ มุมมองใหม่ ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โครงสร้างนี้จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ ลำดับที่สอง คือ การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต (Dynamic Shared-knowledge Focus: DSK) จะวัดโดยระดับของผลการแจกจ่าย เผยแพร่ หรือถ่ายทอดความรู้ไปทั่วทั้งองค์กร สำหรับพนักงานผ่านการประชุม การอภิปราย การฝึกอบรม และปฏิสัมพันธ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการระหว่างบุคคลในองค์กร โครงสร้างนี้จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ ลำดับที่สาม คือ ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่น (Flexible Business Experimentation Concern: FBE) จะวัดจากระดับของผลงานด้านนวัตกรรม วิธีการแก้ปัญหาทางธุรกิจของพนักงานในปัจจุบัน และอนาคตที่ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับเวลา โครงสร้างนี้จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ ลำดับที่สี่ คือ การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูง (Advanced Managerial Commitment Awareness: AMC) จะวัดจากระดับของผลของการพัฒนาองค์กรของพนักงานที่จะช่วยให้องค์กรสร้างรูปแบบการทำงานใหม่ด้วยตัวเอง และเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ รวมทั้งการส่งเสริมการพัฒนาทักษะการสร้างและถ่ายทอดความรู้ซึ่งเป็นคุณค่าพื้นฐาน โครงสร้างนี้จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ และลำดับสุดท้าย คือ การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบ (Adaptive System Perspective Emphasis: ASP) จะวัดโดยระดับของผลรวมของสมาชิกทั้งหมดขององค์กร ร่วมกันทำหน้าที่ในลักษณะที่มีการประสานงาน ตระหนักถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ที่อิงกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการบริการของพนักงาน โครงสร้างนี้จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ

3.3.2 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Organizational Creativity: ORC) จะวัดจากระดับของผลการพัฒนาความคิดของพนักงานที่มีทั้งความแปลกใหม่และเป็นประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนและกระบวนการในการทำงาน โครงสร้างนี้จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ

3.3.3 ความยืดหยุ่นขององค์กร (Organizational Flexibility: ORF) จะวัดจากระดับผลการดำเนินงานขององค์กรในการดำเนินการ หรือตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง ตลอดจนตอบสนองกลยุทธ์ใหม่ ๆ ในเชิงรุกต่อภัยคุกคามและโอกาสทางการตลาดโดยไม่มีข้อผูกมัด โครงสร้างนี้จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ

3.3.4 นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation: ORI) จะวัดจากระดับผลการยอมรับอุปกรณ์ ระบบ นโยบาย โครงการ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ ๆ แก่องค์กร และยอมรับวิธีการใหม่ ๆ ขององค์กรในการจัดการธุรกิจในที่ทำงานและในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับตัวแทนภายนอก โครงสร้างนี้จะวัดโดยข้อคำถาม 4 ข้อ

3.4 ตัวแปรควบคุม (Control Variables)

ตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย เงินลงทุนขององค์กร (Organizational Capital: OCP) วัดจากเงินหรือทรัพย์สินที่ลงทุน ซึ่งทุนขององค์กรจะมีผลกระทบอย่างมากต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร หากทุนขององค์กรมีจำนวนจำกัดอาจทำให้องค์กรขาดการเจริญเติบโต ไม่สามารถขยายขนาดขององค์กรได้ (Hasan, Lobo, & Qiu, 2021) ดังนั้น เงินลงทุนขององค์กรเป็นตัวแปรดัมมี่ (Dummy Variable) ประกอบด้วย 0 (เงินลงทุนไม่เกิน 15,000,000 บาท)

และ 1 (เงินลงทุนมากกว่า 15,000,000 บาท) และ **อายุขององค์กร (Organizational Age: OAG)** วัดจากจำนวนปีที่องค์กรดำเนินธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ซึ่งอายุขององค์กรจะมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมขององค์กร โดยองค์กรที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ยาวนานกว่าอาจมีการพัฒนาของนวัตกรรมที่แปลกใหม่มากกว่า ทำให้มีอำนาจทางการตลาดมากกว่าองค์กรที่มีการดำเนินงานที่สั้นกว่า (Kaufman, 2017) ดังนั้น อายุขององค์กรเป็นตัวแปรดัมมี่ (Dummy Variable) ประกอบด้วย 0 (อายุไม่เกิน 15 ปี) และ 1 (อายุมากกว่า 15 ปี)

3.5 ค่าความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรง (Reliability and Validity)

ความเชื่อมั่น (Reliability) จะวัดจากค่า Cronbach Alpha Coefficients โดยจะต้องมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair, Babin, & Anderson, 2010) และในการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลในแบบสอบถามจะใช้ Exploratory Factor Analysis (EFA) ในการวัด โดยค่า Factor Loading ของแต่ละตัวแปรจะต้องมากกว่า 0.50 โดย Cut-off Score จะมากกว่า 0.40 (Nunnally & Bernstein, 1994) ตาราง 1 จะแสดงผลของค่า Factor Loadings และ Cronbach's Alpha Coefficients สำหรับ Multiple-items Scales ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งจากผลการทดสอบพบว่า ค่า Factor Loadings จะอยู่ระหว่าง 0.691 – 0.948 ซึ่งมากกว่า 0.50 (Nunnally & Bernstein, 1994) และค่า Cronbach's Alpha Coefficients จะอยู่ระหว่าง 0.822 – 0.916 ซึ่งมากกว่า 0.70 (Hair, Babin, & Anderson, 2010) จึงทำให้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ

ตาราง 1 ผลของการวัดค่าความเที่ยงตรงของตัวแปร (Validation) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

Constructs	Factor Loadings	Cronbach's Alpha Coefficient
Continuous Open-mindedness Orientation (COM)	0.691-0.879	0.822
Dynamic Shared-knowledge Focus (DSK)	0.775-0.90	0.863
Flexible Business Experimentation Concern (FBE)	0.763-0.893	0.856
Advanced Managerial Commitment Awareness (AMC)	0.704-0.898	0.840
Adaptive System Perspective Emphasis (ASP)	0.843-0.909	0.895
Organizational Creativity (ORC)	0.735-0.913	0.870
Organizational Flexibility (ORF)	0.875-0.938	0.922
Organizational Innovation (ORI)	0.841-0.948	0.916
Organizational Success (OSC)	0.817-0.896	0.885

3.6 สถิติที่ใช้ (Statistical Techniques)

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ Ordinary Least Squares (OLS) Regression ในการทดสอบสมมติฐาน โดย OLS Regression จะเหมาะสมต่อการใช้ตรวจสอบความสัมพันธ์ของสมมติฐานที่ตั้งไว้ (Hair, Babin, & Anderson, 2010) ในการศึกษานี้จะมีรูปแบบความสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

$$\text{Equation 1: } \text{ORC} = \alpha_1 + \beta_1 \text{COM} + \beta_2 \text{DSK} + \beta_3 \text{FBE} + \beta_4 \text{AMC} + \beta_5 \text{ASP} + \beta_6 \text{OCP} + \beta_7 \text{OAG} + \varepsilon_1$$

$$\text{Equation 2: ORF} = \alpha_2 + \beta_8 \text{COM} + \beta_9 \text{DSK} + \beta_{10} \text{FBE} + \beta_{11} \text{AMC} + \beta_{12} \text{ASP} + \beta_{13} \text{OCP} + \beta_{14} \text{OAG} + \epsilon_2$$

$$\text{Equation 3: ORI} = \alpha_3 + \beta_{15} \text{COM} + \beta_{16} \text{DSK} + \beta_{17} \text{FBE} + \beta_{18} \text{AMC} + \beta_{19} \text{ASP} + \beta_{20} \text{OCP} + \beta_{21} \text{OAG} + \epsilon_3$$

$$\text{Equation 4: OSC} = \alpha_4 + \beta_{22} \text{COM} + \beta_{23} \text{DSK} + \beta_{24} \text{FBE} + \beta_{25} \text{AMC} + \beta_{26} \text{ASP} + \beta_{27} \text{OCP} + \beta_{28} \text{OAG} + \epsilon_4$$

$$\text{Equation 5: ORF} = \alpha_5 + \beta_{29} \text{ORC} + \beta_{30} \text{OCP} + \beta_{31} \text{OAG} + \epsilon_5$$

$$\text{Equation 6: ORF} = \alpha_6 + \beta_{32} \text{ORC} + \beta_{33} \text{OCP} + \beta_{34} \text{OAG} + \epsilon_5$$

$$\text{Equation 7: OSC} = \alpha_7 + \beta_{35} \text{ORC} + \beta_{36} \text{ORF} + \beta_{37} \text{ORI} + \beta_{38} \text{OCP} + \beta_{39} \text{OAG} + \epsilon_7$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 2 จะแสดงค่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเมทริกซ์ความสัมพันธ์สำหรับตัวแปรทั้งหมด โดยจะดูว่ามีปัญหา ภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง (multicollinearity) หรือไม่ ซึ่งจากผลการศึกษา ตัวแปรทั้งหมดจะมีค่าความสัมพันธ์ (Correlation coefficients) น้อยกว่า 0.80 และค่า VIF (Variance Inflation Factors) น้อยกว่า 10 จึงทำให้ไม่เกิดปัญหา ภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง (Multicollinearity) ของตัวแปรอิสระในโมเดลนี้ (Hair, Babin, & Anderson, 2010) ค่า VIF ที่ใช้ในการตรวจสอบปัญหา ภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง (Multicollinearity) ระหว่างตัวแปรอิสระจะมีค่าอยู่ระหว่าง 1.786-2.077 ต่ำ 10 ดังนั้น จึงไม่เกิดปัญหา ภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง (Multicollinearity) ในการศึกษาครั้งนี้

ตาราง 2 ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร (Correlation Matrix)

Variables	COM	DSK	FBE	AMC	ASP	ORC	ORF	ORI	OSC	OCP	OAG
Mean	4.062	3.943	3.833	3.985	3.988	3.792	3.692	3.698	3.690	-	-
S.D.	0.499	0.610	0.619	0.564	0.592	0.601	0.637	0.715	0.689	-	-
COM	1										
DSK	.714***	1									
FBE	.756***	.759***	1								
AMC	.741***	.728***	.716***	1							
ASP	.703***	.695***	.645***	.749***	1						
ORC	.616***	.679***	.559***	.572***	.689***	1					
ORF	.435***	.503***	.466***	.490***	.584***	.760***	1				
ORI	.578***	.649***	.620***	.540***	.625***	.787***	.685***	1			
OSC	.456***	.557***	.484***	.500***	.447***	.617***	.617***	.705***	1		
OCP	.012	.018	.061	.053	.011	.050	.093	.007	.063	1	
OAG	.051	.109	.069	.111	.026	.051	.035	.017	.056	.068	1

*P<0.10, **P<0.05, ***P<0.01

ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์โดย การวิเคราะห์ถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Regression) ของความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละตัวแปร สามารถสรุปได้ ดังนี้ การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่อง (COM) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (ORC) ($\beta_1 = 0.168$, $p < 0.05$) แต่ไม่มีอิทธิพลต่อ ความยืดหยุ่นขององค์กร (ORF) ($\beta_8 = 0.095$, $p > 0.10$) นวัตกรรมองค์กร (ORI) ($\beta_{15} = 0.052$, $p > 0.10$) และความสำเร็จขององค์กร (OSC) ($\beta_{22} = 0.008$, $p > 0.10$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1a และปฏิเสธสมมติฐานที่ 1b-1d

การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต (DSK) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (ORC) ($\beta_2 = 0.404$, $p < 0.01$) ความยืดหยุ่นขององค์กร (ORF) ($\beta_9 = 0.175$, $p < 0.10$) นวัตกรรมองค์กร (ORI) ($\beta_{16} = 0.307$, $p < 0.01$) และความสำเร็จขององค์กร (OSC) ($\beta_{23} = 0.378$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2a-2d

ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่น (FBE) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับนวัตกรรมองค์กร (ORI) ($\beta_{17} = 0.233$, $p < 0.01$) แต่ไม่มีอิทธิพลต่อ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (ORC) ($\beta_3 = 0.068$, $p > 0.10$) ความยืดหยุ่นขององค์กร (ORF) ($\beta_{10} = 0.084$, $p > 0.10$) และความสำเร็จขององค์กร (OSC) ($\beta_{24} = 0.060$, $p > 0.10$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3c และปฏิเสธสมมติฐานที่ 3a, 3b และ 3d

การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูง (AMC) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ความสำเร็จขององค์กร (OSC) ($\beta_{25} = 0.165$, $p < 0.10$) แต่ไม่มีอิทธิพลต่อ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (ORC) ($\beta_4 = 0.112$, $p > 0.10$) ความยืดหยุ่นขององค์กร (ORF) ($\beta_{11} = 0.038$, $p > 0.10$) และนวัตกรรมองค์กร (ORI) ($\beta_{18} = 0.124$, $p > 0.10$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4d และปฏิเสธสมมติฐานที่ 4a-4c

การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบ (ASP) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (ORC) ($\beta_5 = 0.420$, $p < 0.01$) ความยืดหยุ่นขององค์กร (ORF) ($\beta_{12} = 0.452$, $p < 0.01$) และ นวัตกรรมองค์กร (ORI) ($\beta_{19} = 0.319$, $p < 0.01$) แต่ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร (OSC) ($\beta_{26} = 0.019$, $p > 0.10$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5a-5c และปฏิเสธสมมติฐานที่ 5d

ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (ORC) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ความยืดหยุ่นขององค์กร (ORF) ($\beta_{29} = 0.759$, $p < 0.01$) และนวัตกรรมองค์กร (ORI) ($\beta_{32} = 0.789$, $p < 0.01$) แต่ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร (OSC) ($\beta_{35} = 0.013$, $p > 0.10$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6a-6b และปฏิเสธสมมติฐานที่ 6c

ความยืดหยุ่นขององค์กร (ORF) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ความสำเร็จขององค์กร (OSC) ($\beta_{36} = 0.140$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 7 และนวัตกรรมองค์กร (ORI) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสำเร็จขององค์กร (OSC) ($\beta_{37} = 0.286$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 8

หลายๆ องค์กรต้องเผชิญกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง รวมถึงมีความเป็นพลวัตไม่หยุดนิ่ง ดังนั้น เพื่อให้องค์กรสามารถแข่งขันในทางธุรกิจได้ องค์กรมีความจำเป็นต้องพัฒนาในด้านของกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อให้สามารถปรับตัวและรับมือกับการแข่งขันที่มีความรุนแรงในปัจจุบันได้ เพราะนอกจากต้องเผชิญกับคู่แข่งที่มีอยู่แล้วองค์กรยังต้องเผชิญกับคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้นในตลาดตลอดเวลา ซึ่งกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Chun & Evans, 2018) กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรเป็นความสามารถเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง สามารถสร้างมูลค่าของลูกค้านั้นเกินกว่าในระยะยาว ปรับตัวอย่างต่อเนื่องให้เข้า

กับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วกับความต้องการของตลาด ซึ่งถือเป็นความสามารถเชิงพลวัตอย่างแท้จริง (Palabud, 2020) วัตถุประสงค์หลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษากลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยใช้ข้อมูลจากธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทยจำนวน 220 แห่ง ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต (DSK) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทุกตัวแปร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และความสำเร็จขององค์กร ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทำให้สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัตนั้นทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่นำมาซึ่งความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมใหม่ ๆ ขององค์กรและทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในที่สุด โดยการมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัต เป็นการกระจาย การเผยแพร่ หรือการถ่ายโอนความรู้ทั่วทั้งองค์กร ผ่านทางการประชุม การอภิปราย การฝึกอบรม และการปฏิสัมพันธ์กันของบุคคลในองค์กรทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยการใช้ความรู้ร่วมกันนี้เป็นการเรียนรู้ขององค์กรที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรและความอยู่รอดขององค์กร รวมทั้งการที่จะสามารถสร้างทักษะใหม่ ๆ ความสามารถใหม่ ๆ ช่วยในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Ganguly, Talukdar, & Chatteriee, 2019) อีกหนึ่งตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรคือ การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบ (ASP) มีอิทธิพลอย่างมากต่อ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร และนวัตกรรมองค์กร ซึ่งการให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบ เป็นการรวมสมาชิกขององค์กรเข้าด้วยกัน กระทำในลักษณะการประสานงาน ตระหนักถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ที่อยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการบริการ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาความคิด ทักษะใหม่ ๆ รวมถึงการพัฒนา นวัตกรรมที่โดดเด่นภายในองค์กร ทำให้บุคคลในองค์กรมีมุมมองที่ชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ขององค์กร ช่วยสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ภายในองค์กรของบุคลากร และกลายเป็นการเรียนรู้ขององค์กร ทำให้เกิดทักษะ ความคิดและวิธีการใหม่ ๆ นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร (Wang & Dass, 2017) นอกจากนี้พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรทำให้เกิดความยืดหยุ่นขององค์กร ซึ่งเป็นการกระทำหรือการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ในสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงขององค์กร และยังตอบสนองกับกลยุทธ์ใหม่ในลักษณะเชิงรุกต่อภัยคุกคาม และโอกาสทางการตลาดโดยปราศจากข้อผูกมัด พร้อมทั้งยังสนับสนุนการปรับปรุงกระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรและเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ขึ้นการดำเนินการขององค์กรที่มีประสิทธิภาพในระยะยาวและประสบความสำเร็จ (Darvishmotevali, Altinay, & Koseoglu, 2020) ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรยังก่อให้เกิดนวัตกรรมองค์กร ซึ่งเป็นกระบวนการ ระบบ โปรแกรม ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ ๆ ที่สร้างหรือซื้อมาใช้ในองค์กร และเป็นวิธีการใหม่ ๆ ขององค์กร นวัตกรรมเป็นผลของการตอบสนองของการเพิ่มขึ้นของความรู้และการดำเนินงาน นวัตกรรมองค์กรเป็นกระบวนการที่สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขัน และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในที่สุด (Alves, Galina, & Dobelin, 2018) ท้ายที่สุด ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า เงินลงทุนขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญต่อ ความยืดหยุ่นขององค์กร โดยเงินลงทุนจะวัดจากเงินหรือทรัพย์สินที่นำมาลงทุน ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตจึงควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับเงินลงทุนขององค์กรที่มีส่วนในผลกรดำเนินงานขององค์กร

ตาราง 3 ผลของการวิเคราะห์ถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Results of OLS Regression Analysis)

Independent Variables	Dependent Variables						
	ORC (Eq1)	ORF (Eq2)	ORI (Eq3)	OSC (Eq4)	ORF (Eq5)	ORI (Eq6)	OSC (Eq7)
COM	0.168** (0.080)	0.095 (0.096)	0.052 (0.086)	0.008 (0.099)			
DSK	0.404*** (0.080)	0.175* (0.096)	0.307*** (0.085)	0.378*** (0.099)			
FBE	0.068 (0.080)	0.084 (0.096)	0.233*** (0.086)	0.060 (0.100)			
AMC	0.112 (0.082)	0.038 (0.098)	0.124 (0.087)	0.165* (0.101)			
ASP	0.420*** (0.075)	0.452*** (0.089)	0.319*** (0.080)	0.019 (0.093)			
ORC					0.759*** (0.044)	0.789*** (0.042)	0.013 (0.082)
ORF							0.140** (0.072)
ORI							0.286*** (0.085)
OCP	0.196 (0.128)	0.336** (0.153)	0.010 (0.136)	0.188 (0.158)	0.217* (0.123)	0.115 (0.117)	0.078 (0.124)
OAG	0.119 (0.125)	0.222 (0.150)	0.068 (0.134)	0.140 (0.155)	0.149 (0.120)	0.027 (0.114)	0.033 (0.120)
Adjusted R ²	0.553	0.359	0.489	0.314	0.578	0.616	0.580
Maximum VIF	3.279	3.279	3.279	3.279	1.808	1.808	3.791

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01

ตาราง 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์ของสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1a	การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร	ยอมรับ
H1b	การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยืดหยุ่นขององค์กร	ปฏิเสธ
H1c	การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์กร	ปฏิเสธ
H1d	การมุ่งเน้นการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างต่อเนื่องมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร	ปฏิเสธ
H2a	การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร	ยอมรับ
H2b	การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยืดหยุ่นขององค์กร	ยอมรับ
H2c	การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์กร	ยอมรับ
H2d	การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิงพลวัตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร	ยอมรับ
H3a	ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร	ปฏิเสธ
H3b	ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยืดหยุ่นขององค์กร	ปฏิเสธ
H3c	ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์กร	ยอมรับ
H3d	ความเกี่ยวข้องกับการทดลองธุรกิจแบบยืดหยุ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร	ปฏิเสธ
H4a	การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร	ปฏิเสธ
H4b	การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยืดหยุ่นขององค์กร	ปฏิเสธ
H4c	การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์กร	ปฏิเสธ
H4d	การตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขั้นสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร	ยอมรับ
H5a	การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร	ยอมรับ

ตาราง 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์ของสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H5b	การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยืดหยุ่นขององค์กร	ยอมรับ
H5c	การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กร	ยอมรับ
H5d	การให้ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร	ปฏิเสธ
H6a	ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยืดหยุ่นขององค์กร	ยอมรับ
H6b	ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กร	ยอมรับ
H6c	ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร	ปฏิเสธ
H7	ความยืดหยุ่นขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร	ยอมรับ
H8	นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร	ยอมรับ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษานี้ เป็นประโยชน์ทั้งในภาคธุรกิจ และภาครัฐบาลในการใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจของผู้บริหาร รัฐบาล กรรมการผู้จัดการหรือหุ้นส่วนผู้จัดการ ในการพัฒนากลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรด้วยการบังคับใช้ปัจจัยภายในที่มี ความสำคัญต่อการดำเนินงาน ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันระดับโลก กลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร ถือเป็นกุญแจ สำคัญในการสนับสนุนให้องค์กรต่าง ๆ ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน และทำให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า มิติของกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กรที่ส่งผลให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ของ องค์กร ความยืดหยุ่นขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และความสำเร็จขององค์กร คือ การมุ่งเน้นการใช้ความรู้ร่วมกันเชิง พลวัต เนื่องจากการแชร์ความรู้ ใช้ความรู้ร่วมกัน ช่วยทำให้องค์กรเกิดความรู้ใหม่ ๆ ทักษะใหม่ ๆ นำไปสู่การมีความคิด สร้างสรรค์ มีความยืดหยุ่น มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในที่สุด นอกจากนี้ยังมีการให้ ความสำคัญในการปรับมุมมองระบบ ที่เป็นอีกหนึ่งมิติที่มีความสำคัญต่อกลยุทธ์การเรียนรู้ขององค์กร ที่จะช่วยให้ องค์กรเกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดความยืดหยุ่น และเกิดนวัตกรรมองค์กรที่แปลกใหม่ ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดเดิมและตลาดใหม่ งานวิจัยในอนาคตควรให้ความสำคัญในการศึกษาในบริบทที่ แตกต่าง ในอุตสาหกรรมที่แตกต่าง เพื่อจะได้มีกลยุทธ์ใหม่ ๆ ในบริบทใหม่ ๆ ในการที่จะนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อ องค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2564). *ธุรกิจอาหารในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.dip.go.th>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2564). *อาหารไทยสำเร็จรูปในตลาดโลกยังมีอนาคตไกล*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2564, จาก <http://www.thansettakij.com>
- วันนา ยงพิสานบุตร. (2564). *แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2564 – 2566: อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.krungsri.com>
- สถาบันอาหาร. (2564). *ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.fic.nfi.or.th>

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. 7th ed. New York : John Wiley and Sons.
- Alves, M. F. R., Galina, S. V. R., & Dobelin, S. (2018). Literature on Organizational Innovation: Past and Future. *Innovation & Management Review*, 15(1), 2-19.
- Anning-Dorson, T. (2021). Organizational Culture and Leadership as Antecedents to Organizational Flexibility: Implications for SMEs Competitiveness. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economics*, 13(5), 112-120.
- Appelbaum, S. H., Profka, E., Depta, A. M., & Petrynski, B. (2018). Impact of Business Model Change on Organizational Success. *Industrial and Commercial Training*, 50(2), 41-54.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1979). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Bocken, N., Weissbrod, I., & Antikainen, M. (2021). Business Experimentation for Sustainability: Emerging Perspectives. *Journal of Cleaner Production*, 12, 1-14.
- Bonafe-Pontes, A., Couto, C., Kakinohana, R., Travain, M., Schmidt, L., & Pilati, R. (2021). COVID-19 as Infodemic: The Impact of Political Orientation and Open-mindedness on the Discernment Making, *Cambridge University Press*, 16(6), 1575-1596.
- Chiu, S. S., Pathak, S., Hoskisson, R. E., & Johnson, R. A. (2022). Managerial Commitment to the Status Quo and Corporate Divestiture: Can Power Motivate Openness to Change? *The Leadership Quarterly*, 33(3).
- Chun, E., & Evans, A. (2018). Leading a Diversity Culture Shift in Higher Education: Comprehensive Organizational Learning Strategies. *New York: Education Social Sciences*. 250.
- Crossan, M., Vera, D., & Pathak, S. (2021). Organizational Learning. *Strategic Management Journal*, 467 – 477.
- Darvishmotevali, M., Altinay, L., & Koseoglu, M. A. (2020). The Link between Environmental Uncertainty, Organizational Agility, and Organizational Creativity in the Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 151-159.
- Englert, B., & Helmig, B. (2018). Volunteer Performance in the Light of Organizational Success: A Systematic Literature Review. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organization*, 29, 1-28.
- Ganguly, A., Talukdar, A., & Chatteriee, D. (2019). Evaluating the Role of Social Capital, Tacit Knowledge Sharing, Knowledge Quality and Reciprocity in Determining Innovation Capability or an Organization. *Journal of Knowledge Management*, 23(6), 1105-1135.
- Hair, Jr. J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis : A global perspective* (7th Ed). New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Harvey, J. F., Johnson, K., & Edmondson, A. C. (2019). From Orientation to Behavior: The Interplay between Learning Orientation, Open-mindedness, and Psychological Safety in Team Learning. *Academy of Management Review*, 39(4), 423-438.

- Hasan, M. M., Lobo, G. J., & Qiu, B. (2021). Organizational Capital, Corporate Tax Avoidance, and Firm Value. *Journal of Corporate Finance*, 70, 89-99.
- Kaufman, H. (2017). *The Limits of Organizational Change*. (2nd ed.). New York : Routledge.
- Kocyigit, Y., & Akkaya, B. (2020). The Role of Organizational Flexibility in Organizational Agility: A Research on SMEs. *Business Management and Strategy*, 11(1), 1-15.
- Mikalef, P., & Gupta, M. (2021). Artificial Intelligence Capability: Conceptualization, Measurement Calibration, and Empirical Study on Its Impact on Organizational Creativity and Firm Performance. *Information & Management*, 58(3), 108-116.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. (3th ed). New York : McGraw-Hill.
- Palabud, K. (2019). Risk Management Strategy Influencing on Organizational Survival: An Empirical Study of Community Enterprises in Loei province. *Journal of Accountancy and Management*, 11(4), 61–80.
- Palabud, K. (2020). Strategic Innovation Capability Influencing on Organizational Sustainability: An Empirical Study of Automobile Businesses in Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 12(3), 109-125.
- Park, S., & Doo, M. Y. (2020). The Effect of Organizational Culture and HR Practices on Female Managers' Commitment and Job Satisfaction. *European Journal of Training and Development*, 44(2/3), 105-120.
- Sariol, A. M., & Abebe, M. A. (2017). The Influence of CEO Power on Explorative and Exploitative Organizational Innovation. *Journal of Business Research*, 73, 38-45.
- Wang, X., & Dass, M. (2017). Building Innovation Capability: The Role of Top Management Innovativeness and Relative-exploration Orientation. *Journal of Business Research*, 76, 127-135.

ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง
และการบริหารพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
ของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

Effects of Organizational Management Strategy and Governmental Supply
Procurement and Management Efficiency on Performance Efficiency of
Supplier Executive in Higher Education Institutions of Thailand

ปาวริศา แสงคำ*

Pawarisa Saengkham*

Received : March 16, 2020 Revised : June 17, 2022 Accepted : June 23, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 125 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ด้านระบบการปฏิบัติงาน และด้านค่านิยมร่วม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม และ 2) ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ดังนั้นกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีบทบาทและความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง ซึ่งจะช่วยสร้างคุณภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุในเชิงบวก เพราะการบริหารพัสดุเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการบริหารงานขององค์กร มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งประสิทธิภาพการปฏิบัติในองค์กรถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน และองค์กรใดที่มีการสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรทางด้านพัสดุให้มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถทางด้านพัสดุอย่างต่อเนื่อง ย่อมจะส่งผลที่ดีต่อตัวองค์กรและตัวของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุ ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ : กลยุทธ์การจัดการองค์กร ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

* นักวิชาการพัสดุ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Supply Analyst, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

* Corresponding author E-mail: pawarisa.s@acc.msu.ac.th

Abstract

This research aimed to examine the effects of organizational management strategy and governmental supply procurement and management efficiency on performance efficiency of supplier executive in higher education institutions of Thailand. The Data were obtained from 125 supplier executives in higher education institutions of Thailand by using a questionnaire. For the analyzing methods, multiple correlation analysis and multiple regression analysis were used as the statistical approach to investigate the proposed relationships.

The result showed that 1) Organizational management strategy in aspect of strategy, system, and shared value have significantly positive relationships and effect on performance efficiency, and 2) Governmental supply procurement and management efficiency in aspect of efficiency and effectiveness, and information technology have significantly positive relationships and effect on performance efficiency. In conclusion, this study revealed that the Organizational Management Strategy, Procurement Efficiency and Governmental Supply Management are crucial to every public organization's operation. These relationships enhance the positive working quality of related personnel as supply procurement is the key to success in any organization. Furthermore, organizations that continuously support the procurement personnel for knowledge and ability in relating to the procurement tasks would gain lots of benefits for the organizations as a whole and especially for procurement personnel so that they could perform the task more effectively under regulations.

Keywords : Organizational Management Strategy, Governmental Supply Procurement and Management, Efficiency Performance Efficiency

1. บทนำ

ตามที่กระทรวงการคลัง ได้ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา และมีผลบังคับให้ทุกหน่วยงานของภาครัฐใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐมีเกณฑ์มาตรฐานกลางเป็นที่ยอมรับและมีกรอบการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ โดยมุ่งเน้นการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนให้เกิดความโปร่งใสและเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม การจัดซื้อจัดจ้างของรัฐต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการทำงานและเกิดความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงินงบประมาณเป็นสำคัญ และต้องมีการวางแผนดำเนินงานและการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งเพื่อให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลภาครัฐ ดังนั้นกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง จึงได้กำหนดระบบและแนวคิดในการบริหารจัดการพัสดุของหน่วยงานภาครัฐ คือ ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจร (Thai Government Procurement : e-GP) โดยแต่ละขั้นตอนในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุดำเนินการในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง เริ่มตั้งแต่การจัดหาพัสดุไปจนถึงการบริหารพัสดุและการจำหน่ายพัสดุ ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรซึ่งถือเป็นบุคคลที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อนกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างต่าง ๆ จำเป็นต้องทำความเข้าใจในบริบทที่เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบและประกาศที่เกี่ยวข้อง และเป็นไปตามรูปแบบที่

กรมบัญชีกลางกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด หากผู้บริหารองค์กร ขาดความรู้ความสามารถและความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 หรือระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของหน่วยงาน รวมถึงอาจส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องต้องรับผิดชอบละเมิดอีกด้วย (กระทรวงการคลัง, 2560ก : 5)

จากบริบทสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้การบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐในปัจจุบันได้รับอิทธิพลอย่างมีอาจหลีกเลี่ยงได้ จึงส่งผลทำให้หน่วยงานภาครัฐต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน อาทิเช่น ด้านระบบการบริหารงานขององค์กร ด้านระบบการบริหารงบประมาณและการเงิน ระบบการบริหารจัดการพัสดุ ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งบทบาทและหน้าที่ของบุคลากรภายในองค์กร ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับอิทธิพลการเปลี่ยนแปลง เพื่อองค์กรจะอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน สิ่งสำคัญที่ต้องตระหนัก คือ การปรับตัวและการพัฒนาความสามารถในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพที่จะใช้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันให้ได้นั้น จะต้องมีการวางกรอบการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่และมีกลยุทธ์การจัดการองค์กร (Organizational Management Strategy : 7s McKinsey's) ได้แก่ ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านระบบการปฏิบัติงาน ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากร ด้านทักษะ ความสามารถ และด้านค่านิยมร่วม ซึ่งถือเป็นความสามารถในการบริหารจัดการองค์กร การบริหารจัดการโครงสร้างองค์กร รวมไปถึงการบริหารจัดการ ระบบงานที่ดี เพื่อเป็นเครื่องมือใช้ทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่จะช่วยให้สามารถประหยัดได้ทั้งต้นทุนและเวลาที่ใช้และกำลังความพยายามทุ่มเทไป (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2560 : 10) ซึ่งกลยุทธ์องค์กรจะเป็นตัวส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ให้สามารถจัดโครงสร้างองค์กร จัดระบบและรูปแบบการปฏิบัติที่เป็นเลิศ จัดแผนการพัฒนาบุคลากร อันจะส่งผลให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพในการจัดซื้อจัดจ้างและประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุได้อย่างสูงสุด

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (Government Supply Procurement and Management) มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานทุกแห่ง ถือเป็นความสามารถของหน่วยงานภาครัฐที่ใช้ในการดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น เป็นตัวที่ช่วยผลักดันให้มีการใช้ทรัพยากรของภาครัฐทั้งในรูปตัวเงินและวัสดุ ใช้ทรัพยากรและอุปกรณ์ให้คุ้มค่า โดยคำนึงถึงพัสดุที่มีราคาต่ำที่สุด ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบถ้วน คำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์ในระยะยาว ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานภาครัฐหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์ แนวทาง วิธีการ และขบวนการในการบริหารงาน ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ความเป็นโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐเกิดการพัฒนาดังกล่าวมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนต่อไป (กระทรวงการคลัง, 2560ข : 17) โดยประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีองค์ประกอบอยู่ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความคุ้มค่า ด้านความโปร่งใส ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้านการตรวจสอบได้ ด้านความถูกต้อง และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวถือเป็นหัวใจสำคัญในการบริหารจัดการเงินงบประมาณให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเกิดความคุ้มค่าต่อการกิจของรัฐ และเป็นป้องกันปัญหาการทุจริตของหน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Performance Efficiency) คือ ผลจากการปฏิบัติงานที่ครบถ้วนถูกต้องตามกระบวนการที่วางไว้ โดยการนำบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถที่จะปฏิบัติงานนั้น ๆ ให้บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร เพื่อส่งเสริมให้องค์กรมีความเจริญเติบโตและยั่งยืน และทันระยะเวลาที่กำหนด ผลงานที่ได้มีคุณภาพและความถูกต้อง มีวิธีการทำงานหรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงานและลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยที่ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่าสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่ายได้ และตัวชี้วัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสามารถที่จะพิจารณาได้จาก 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ด้านการจัดหาและ

ใช้ปัจจัยทรัพยากร ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านความพอใจของทุกฝ่าย (สมใจ ลักษณะ, 2552 : 235) ดังนั้น หากองค์กรใดสามารถสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะและความคิดสร้างสรรค์ที่มีออกมาได้ จะทำให้ผลการปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้

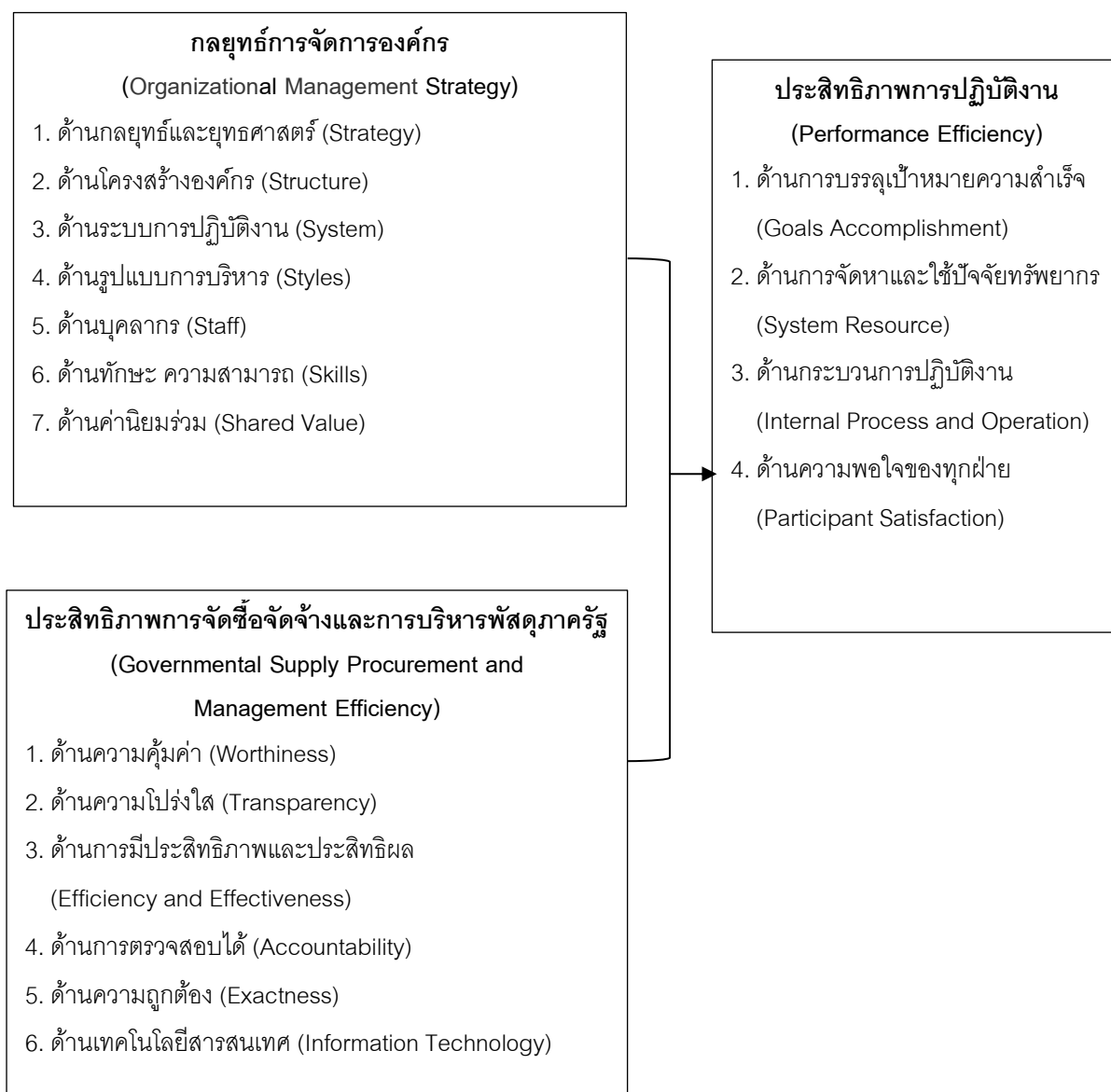
สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (Higher Education Institutions of Thailand) เป็นองค์กรของรัฐที่มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตและผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพและพัฒนาองค์ความรู้ต่าง ๆ ให้กับสังคม มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้กับบ้านเมือง และเป็นสถาบันที่สังคมทั่วไปให้การยอมรับ และยังรักษาความเชื่อมั่นศรัทธาของสังคมตลอดมา ถือเป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จที่มีสมรรถนะสูง และมีความเป็นเลิศในการบริหารองค์กร (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2562 : เว็บไซต์) ดังนั้น หากองค์กรใดที่ต้องการมุ่งเน้นสู่ความเป็นเลิศในการบริหารหรือเป็นองค์กรระดับโลก ควรยึดถือเป็นแบบอย่างและใช้แนวทางการบริหารงานของสถาบันอุดมศึกษาเป็นต้นแบบในการเตรียมความพร้อมขององค์กร เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จสามารถยืนอยู่ได้ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์อย่างมั่นคงและยั่งยืน

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย หรือไม่ อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง กลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารงานพัสดุภาครัฐ ให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น และเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารด้านพัสดุที่จะนำความรู้ด้านการบริหารงานพัสดุภาครัฐไปยึดถือปฏิบัติได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางปฏิบัติให้การดำเนินงานด้านพัสดุขององค์กรสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยครั้งนี้ จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
โมเดลของกลยุทธ์การจัดการองค์กร ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน



2.1. กลยุทธ์การจัดการองค์กร (Organizational Management Strategy) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการนินงาน การบริหารจัดการองค์กรและการพัฒนาองค์กร รวมไปถึงโครงสร้างองค์กร ระบบงานการปฏิบัติงานที่ดีเพื่อเป็นเครื่องมือสู่ความสำเร็จลุกลงไปได้ด้วยดี การปฏิบัติงานที่ดีมีประสิทธิภาพ และช่วยให้สามารถประหยัดได้ทั้งต้นทุน เวลาที่ใช้และกำลังความพยายามที่ทุ่มเทไป มีองค์ประกอบอยู่ 7 ด้าน ประกอบด้วย (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2560)

2.1.1 ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ (Strategy) หมายถึง การวางแผนกลยุทธ์องค์กรและการวางแผนกิจกรรมภายในองค์กร ซึ่งแผนที่วางขึ้นมานั้นต้องสอดคล้องและเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร และวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนให้องค์กรมีขีดความสามารถเหนือคู่แข่งขึ้น และกลยุทธ์ต้องมีความชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติตามกลยุทธ์ได้จริง

2.1.2 ด้านโครงสร้างองค์กร (Structure) หมายถึง ลักษณะโครงสร้างองค์กรที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมถึงขนาดการควบคุม การรวมอำนาจหน้าที่ และการกระจายหน้าที่ของผู้บริหาร การแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบให้มีความคล่องตัวในการรองรับลูกค้าและเผชิญกับการแข่งขัน เช่น แบ่งตามผลิตภัณฑ์ ตามลูกค้า หรือตามภูมิภาคอย่างเหมาะสม

2.1.3 ด้านระบบการปฏิบัติงาน (System) หมายถึง การจัดระบบการทำงานต่าง ๆ กระบวนการและลำดับขั้นในการทำงานที่ต้องเป็นระบบที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันในทุก ๆ ด้าน โดยระบบต้องมีความทันสมัยสามารถตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ ในระดับเท่าเทียมกับมาตรฐานสากล ได้แก่ ระบบการวางแผน ระบบงบประมาณ ระบบการบริหารจัดการ ระบบการปฏิบัติงาน ระบบสารสนเทศ ระบบการควบคุม ระบบการจัดซื้อจัดจ้าง ระบบในการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน ระบบการฝึกอบรม ระบบการจ่ายค่าตอบแทน และอื่น ๆ

2.1.4 ด้านรูปแบบการบริหาร (Styles) หมายถึง รูปแบบการบริหารหรือสไตล์ในการบริหารจัดการของผู้บริหาร ความเป็นผู้นำของผู้บริหาร ซึ่งจะมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของพนักงานภายในองค์กร ผู้นำจะต้องเป็นต้นแบบให้กับพนักงาน รวมถึงผู้นำจะต้องมีการพัฒนาทักษะตนเองให้ก้าวหน้าทันสมัยทันการเปลี่ยนแปลง

2.1.5 ด้านบุคลากร (Staff) หมายถึง การบริหารจัดการบุคคลให้เกิดความพร้อมในด้านคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ ที่จะให้เป็นปัจจัยยุทธศาสตร์ในการสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดี เช่น การคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ การจัดคนเข้าทำงานให้เหมาะสมกับกระบวนการและลำดับขั้นการปฏิบัติงาน รวมถึงการวางระบบงาน การพัฒนามูลค่าอย่างต่อเนื่อง การจ่ายค่าตอบแทน การลงโทษ

2.1.6 ด้านทักษะ ความสามารถ (Skills) หมายถึง ทักษะการปฏิบัติงานของคนในองค์กร ความโดดเด่น ความเชี่ยวชาญในด้านวิชาชีพ เป็นทักษะที่จะทำให้คนสามารถปฏิบัติงานตามตำแหน่งหน้าที่และลักษณะงานที่รับผิดชอบ และทักษะความถนัด หรือความสามารถพิเศษ เป็นความสามารถที่ทำให้พนักงานโดดเด่น ส่งผลให้มีผลงานที่ดีและแตกต่าง องค์กรมุ่งเน้นทั้งสองความสามารถควบคู่กัน ยังรวมไปถึงความรู้ที่ทันสมัยสามารถปรับตัวตามทัน และนำเอาความรู้ใหม่ ๆ มาใช้รองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

2.1.7 ด้านค่านิยมร่วม (Shared Value) หมายถึง ค่านิยมร่วมในองค์กร วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งถือเป็นหัวใจขององค์กร เพราะเป็นสิ่งที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในองค์กร ค่านิยมร่วมต้องสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร มีจุดมุ่งหมายร่วมมีการประสานงานยึดมั่นในอุดมการณ์ร่วมอันเดียวกัน และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

2.2. ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (Governmental Supply Procurement and Management Efficiency) หมายถึง ประสิทธิภาพของความรู้ ความสามารถของหน่วยงานภาครัฐ ที่ใช้ในการดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานภาครัฐประหยัดค่าใช้จ่ายและทรัพยากรอย่างคุ้มค่าที่สุด และเกิดการสูญเปล่าน้อยที่สุด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการบริหารงานพัสดุภาครัฐโดยมีการจัดซื้อจัดจ้างให้บรรลุผลสำเร็จ ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบถ้วน มีองค์ประกอบอยู่ 6 ด้าน ประกอบด้วย (กระทรวงการคลัง, 2560 : 17)

2.2.1 ด้านความคุ้มค่า (Worthiness) หมายถึง การดำเนินงานด้านจัดหาพัสดุที่ดี มีคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ตอบสนองตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานของหน่วยงานของรัฐ มีราคาที่เหมาะสม ใช้งานได้นานคุ้มค่า มีระบบการดูแลพัสดุที่ดี และมีแผนการบริหารพัสดุที่เหมาะสมและชัดเจน

2.2.2 ด้านความโปร่งใส (Transparency) หมายถึง การดำเนินการจัดหาพัสดุและการบริหารพัสดุต้องกระทำโดยเปิดเผย เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการปฏิบัติต่อผู้ประกอบการทุกรายโดยเท่าเทียมกัน

มีระยะเวลาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการยื่นข้อเสนอมิมีหลักฐานการดำเนินงานอย่างชัดเจน และมีการเปิดเผยข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุในทุกขั้นตอน มีภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติงานด้านพัสดุได้ตามกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2.3 ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) หมายถึง การดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุที่ต้องมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุล่วงหน้าเพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีกำหนดเวลาที่เหมาะสม โดยมีการประเมินและเปิดเผยผลสัมฤทธิ์ของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ

2.2.4 ด้านการตรวจสอบได้ (Accountability) หมายถึง การดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุที่มีการเก็บข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุได้อย่างมีระบบเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบ

2.2.5 ด้านความถูกต้อง (Exactness) หมายถึง การดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

2.2.6 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หมายถึง ประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศที่มีการประมวลผลที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ อุปกรณ์มีความทันสมัยและโปรแกรมที่สอดคล้องกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ และสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

2.3. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Performance Efficiency) หมายถึง ความรู้ความสามารถและความเข้าใจขององค์กรที่จะดำเนินงานนั้น ๆ ให้บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กรและทันระยะเวลาที่กำหนด ผลงานที่ได้มีคุณภาพและความถูกต้อง มีวิธีการทำงานหรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงานและลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยที่ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่าสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่ายได้ มีองค์ประกอบอยู่ 4 ด้าน ประกอบด้วย (สมใจ ลักษณะ, 2552 : 20)

2.3.1 ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Goal Accomplishment) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ และมีความถูกต้องสมบูรณ์ตรงตามความต้องการขององค์กร

2.3.2 ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (System Resource) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดและคุ้มค่า เช่น ใช้ทุนน้อย ใช้คนน้อย ใช้พลังงานน้อย และใช้วัสดุอุปกรณ์น้อย เป็นต้น สำหรับการทำงานตามแผนปฏิบัติที่ได้กำหนด และได้ผลงานตรงตามหรือมากกว่าเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้

2.3.3 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Internal Process and Operation) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการนำวิธีการหรือประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เหมาะสมมาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร โดยใช้เวลาน้อยที่สุดและคุ้มค่าที่สุด

2.3.4 ด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) หมายถึง ผลสำเร็จขององค์กรในการปฏิบัติงานที่บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร โดยได้ปริมาณและคุณภาพตรงตามความต้องการที่วางไว้ นำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น บุคลากรภายในองค์กรและประชาชนผู้มาใช้บริการ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น หากสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทย มีกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐย่อมจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ดังนั้นการศึกษานี้จึงมีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

- สมมติฐานการวิจัย H1 : กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H2 : กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H3 : กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านระบบปฏิบัติการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H4 : กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านรูปแบบการบริหาร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H5 : กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H6 : กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านทักษะ ความสามารถ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H7 : กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านค่านิยมร่วม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H8 : ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านความคุ้มค่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H9 : ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านความโปร่งใส มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H10 : ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H11 : ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านการตรวจสอบได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H12 : ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านความถูกต้อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)
- สมมติฐานการวิจัย H13 : ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยจำนวน 156 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561 : เว็บไซต์) ซึ่งจำแนกประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับฯ ของรัฐ มหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 156 คน

ซึ่งได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 125 ชุด และเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องครบถ้วนทั้งสิ้นคิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 80.13 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, และ Day (2005) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถาม

ทางไปรษณีย์ต้องมีอัตราตอบกลับมาอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีความเหมาะสมและเพียงพอที่ใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

กลยุทธ์การจัดการองค์กร เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงการวางแผนกลยุทธ์องค์กรและการวางแผนกิจกรรมที่สอดคล้องและเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอก-ภายในองค์กร เพื่อสนับสนุนให้องค์กรมีขีดความสามารถเหนือคู่แข่ง และกลยุทธ์ต้องมีความชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติตามกลยุทธ์ได้จริง 2) ด้านโครงสร้างองค์กร จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงลักษณะโครงสร้างองค์กร การรวมอำนาจหน้าที่และการกระจายหน้าที่ของผู้บริหาร การแบ่งโครงสร้างงานและการแบ่งความรับผิดชอบภายในองค์กร ให้มีความคล่องตัวในการรองรับลูกค้าและเผชิญกับการแข่งขัน 3) ด้านระบบการปฏิบัติงาน จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงการจัดระบบการทำงาน กระบวนการและลำดับขั้นตอนในการทำงานขององค์กรให้เป็นระบบที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันในทุก ๆ ด้าน โดยระบบต้องมีความทันสมัยสามารถตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ ในระดับเท่าเทียมกับมาตรฐานสากล 4) ด้านรูปแบบการบริหาร จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงรูปแบบการบริหารหรือสไตล์ในการบริหารจัดการของผู้บริหาร ความเป็นผู้นำของผู้บริหารซึ่งจะมีความสำคัญอย่างยิ่งโดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของพนักงานภายในองค์กร ผู้นำจะต้องเป็นต้นแบบให้กับพนักงาน รวมถึงผู้นำจะต้องมีการพัฒนาทักษะตนเองให้ก้าวหน้าทันสมัยทันการเปลี่ยนแปลง 5) ด้านบุคลากร จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการบุคคลให้เกิดความพร้อมในด้านคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ เป็นปัจจัยยุทธศาสตร์ในการสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดี 6) ด้านทักษะ ความสามารถ จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงทักษะการปฏิบัติงานของคนในองค์กรมีความโดดเด่นความเชี่ยวชาญในด้านวิชาชีพ เป็นทักษะที่จะทำให้คนสามารถปฏิบัติงานตามตำแหน่งหน้าที่และลักษณะงานที่รับผิดชอบ และทักษะความถนัด หรือความสามารถพิเศษ เป็นความสามารถที่ทำให้พนักงานโดดเด่นส่งผลให้มีผลงานที่ดีและแตกต่าง องค์กรมุ่งเน้นทั้งสองความสามารถควบคู่กัน ยังรวมไปถึงความรู้ที่ทันสมัยสามารถปรับตัวตามทัน และนำเอาความรู้ใหม่ ๆ มาใช้รองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และ 7) ด้านค่านิยมร่วม จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงค่านิยมร่วมในองค์กร วัฒนธรรมองค์กร ที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในองค์กร ค่านิยมร่วมต้องสอดคล้องกับโครงสร้างองค์กรมีจุดมุ่งหมายร่วมมีการประสานงานยึดมั่นในอุดมการณ์ร่วมอันเดียวกัน และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความคุ้มค่า ข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ครอบคลุมถึงการดำเนินงานด้านจัดหาพัสดุที่มีคุณภาพดี มีคุณลักษณะที่ตอบสนองตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน มีราคาที่เหมาะสม ใช้งานได้นานคุ้มค่า มีระบบการดูแลพัสดุที่ดี และมีแผนการบริหารพัสดุที่เหมาะสมและชัดเจน 2) ด้านความโปร่งใส จำนวน 4 ข้อ ครอบคลุมถึงการดำเนินการที่ต้องกระทำโดยเปิดเผย เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม เท่าเทียมกัน มีระยะเวลาที่เหมาะสม มีหลักฐานการดำเนินงานอย่างชัดเจน และมีการเปิดเผยข้อมูลในทุกขั้นตอน มีการปฏิบัติงานได้ตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงการดำเนินงานที่ต้องมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุล่วงหน้า เพื่อให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีกำหนดเวลาที่เหมาะสม โดยมีการประเมินและเปิดเผยผลสัมฤทธิ์ของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ 4) ด้านการตรวจสอบได้ จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมถึงการดำเนินงานที่มีการเก็บข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุได้อย่างมีระบบเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบ 5) ด้านความถูกต้อง จำนวน 4 ข้อ ครอบคลุมถึงการดำเนินงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และ 6) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 4 ข้อ ครอบคลุมถึงประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศที่มี

การประมวผลผลที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ อุปกรณ์มีความทันสมัยและโปรแกรม ที่สอดคล้องกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ และสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ครอบคลุมถึงผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ และมีความถูกต้องสมบูรณ์ตรงตามความต้องการขององค์กร 2) ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร จำนวน 5 ข้อ ครอบคลุมถึงความสามารถขององค์กรในการใช้ทรัพยากรการปฏิบัติงานอย่างประหยัดและคุ้มค่า สำหรับการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติที่ได้กำหนด และได้ผลงานตรงตามหรือมากกว่าเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ 3) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน จำนวน 5 ข้อ ครอบคลุมถึงความสามารถขององค์กรในการนำวิธีการหรือประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เหมาะสมมาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร โดยใช้เวลาน้อยที่สุดและคุ้มค่าที่สุด และ 4) ด้านความพอใจของทุกฝ่าย จำนวน 5 ข้อ ครอบคลุมถึงผลสำเร็จขององค์กรในการปฏิบัติงานที่บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร โดยได้ปริมาณและคุณภาพตรงตามความต้องการที่วางไว้ นำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น บุคลากรภายในองค์กรและประชาชนผู้มาใช้บริการ

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง (Validity Test) ของเนื้อหา (Content Validity) โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ในระดับ +1 เมื่อข้อคำถามผ่านเงื่อนไขของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว จึงได้นำไปเก็บข้อมูล และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item Total Correlation ซึ่งกลยุทธ์การจัดการองค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.638 – 0.815 ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.599 – 0.787 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.699 – 0.776 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การจัดการองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.800 – 0.866 ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.733 – 0.846 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.819 – 0.855 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair และคณะ (2006) ได้นำเสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์เป็นค่าที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.7 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการที่ 1 Performance Efficiency} = \beta_0 + \beta_1 \text{STT} + \beta_2 \text{STU} + \beta_3 \text{SYS} + \beta_4 \text{STY} + \beta_5 \text{STA} + \beta_6 \text{SKI} + \beta_7 \text{SVI} + \epsilon_1$$

$$\text{สมการที่ 2 Performance Efficiency} = \beta_0 + \beta_8 \text{MGW} + \beta_9 \text{MGT} + \beta_{10} \text{MGE} + \beta_{11} \text{MGA} + \beta_{12} \text{MEX} + \beta_{13} \text{MIF} + \epsilon_2$$

เมื่อ สมการที่ 1 แทน กลยุทธ์การจัดการองค์กร (Organizational Management Strategy)

$\beta_1 \text{STT}$ แทน ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์

$\beta_2 \text{STU}$ แทน ด้านโครงสร้างองค์กร

β_3 SYS แทน ด้านระบบปฏิบัติการ

β_4 STY แทน ด้านรูปแบบการบริหาร

β_5 STA แทน ด้านบุคลากร

β_6 SKI แทน ด้านทักษะ ความสามารถ

β_7 SVI แทน ด้านค่านิยมร่วม

สมการที่ 2 แทน ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (Governmental Supply Procurement and Management Efficiency)

β_8 MGW แทน ด้านความคุ้มค่า

β_9 MGT แทน ด้านความโปร่งใส

β_{10} MGE แทน ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

β_{11} MGA แทน ด้านการตรวจสอบได้

β_{12} MEX แทน ด้านความถูกต้อง

β_{13} MIF แทน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการองค์กรโดยรวมและเป็นรายด้านของผู้บริหารด้านพัสดุ
ในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

กลยุทธ์การจัดการองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์	4.22	0.58	มาก
2. ด้านโครงสร้างองค์กร	4.30	0.62	มาก
3. ด้านระบบการปฏิบัติงาน	4.24	0.54	มาก
4. ด้านรูปแบบการบริหาร	4.22	0.60	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.16	0.60	มาก
6. ด้านทักษะ ความสามารถ	4.18	0.63	มาก
7. ด้านค่านิยมร่วม	4.23	0.59	มาก
โดยรวม	4.22	0.54	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการองค์กรโดยรวม อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก สถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่และมีการจัดโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน เช่น ด้านนโยบายกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน การบริหารจัดการอำนาจหน้าที่ หรือ ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจน รวมทั้งสำนักงานอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มีคุณภาพมาตรฐานการศึกษาและความเป็นเลิศทางวิชาการ เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป ดังนั้นผู้บริหารองค์กรจะต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการกลยุทธ์องค์กร สามารถดำเนินงานและการพัฒนาองค์กรไปในทิศทางที่เหมาะสมเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิรัช สงวนวงษ์วาน (2560 : 5) กล่าวว่า ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยขั้นเชิงในการบริหารองค์กรที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้การบริหารกำหนดทิศทางขององค์กร วิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร ที่จะช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อไปประยุกต์ปฏิบัติและควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรได้

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวมและ
เป็นรายด้านของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความคุ้มค่า	4.44	0.48	มาก
2. ด้านความโปร่งใส	4.56	0.49	มากที่สุด
3. ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	4.44	0.51	มาก
4. ด้านการตรวจสอบได้	4.38	0.54	มาก
5. ด้านความถูกต้อง	4.52	0.48	มากที่สุด
6. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	4.41	0.52	มาก
โดยรวม	4.46	0.45	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมี
ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเป็น
หน่วยงานของรัฐ ซึ่งผู้บริหารองค์กรต้องยึดถือปฏิบัติตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ เพื่อใช้
การดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับที่กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง (2560ฯ : 46) ได้กำหนดไว้ว่า
แนวคิดการบริหารจัดการพัสดุภาครัฐนำมาใช้ในการปฏิรูประบบราชการ เพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร
พัสดุภาครัฐเป็นมาตรฐานกลางเดียวกันทั่วประเทศ หน่วยงานของรัฐทุกแห่งต้องนำไปใช้เป็นหลักปฏิบัติเพื่อให้เกิด
ความโปร่งใส เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการใช้งานเป็นสำคัญ และก่อให้เกิด
ความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงิน มีการวางแผนการดำเนินงานและการประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้การจัดซื้อจัดจ้าง
มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งเพื่อให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล มีการส่งเสริมให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมใน
การตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อป้องกันปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบในการจัดซื้อ
จัดจ้างภาครัฐ สร้างความเชื่อมั่นให้กับสาธารณชนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปต่อไป ดังนั้น การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร
พัสดุของสถาบันอุดมศึกษา จึงถือว่าการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเป็นไปตามหลักการได้แก่ ความคุ้มค่า
พัสดุที่จัดซื้อหรือจ้างต้องมีคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ตอบสนองของวัตถุประสงค์ในการใช้งาน มีแผนการบริหารพัสดุที่
เหมาะสมและชัดเจนมีการกำหนดราคาคูณภาพที่เหมาะสม ความโปร่งใส การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุต้อง
กระทำโดยเปิดเผยเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการปฏิบัติต่อผู้ประกอบการทุกรายโดยเท่าเทียมกัน
ระยะเวลาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการยื่นข้อเสนอ มีหลักฐานการดำเนินงานชัดเจน และมีการเปิดเผยข้อมูลในทุกขั้นตอน
มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยต้องมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุล่วงหน้า เพื่อให้เป็นไปอย่าง
ต่อเนื่องและมีกำหนดเวลาที่เหมาะสม และมีการประเมินและเปิดเผยผลสัมฤทธิ์ของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ
อย่างต่อเนื่อง และการตรวจสอบได้ โดยมีการเก็บข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างการบริหารพัสดุอย่างเป็นระบบเพื่อประโยชน์ใน
การตรวจสอบ

ตาราง 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้านของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ	4.44	0.50	มาก
2. ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร	4.31	0.48	มาก
3. ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	4.34	0.53	มาก
4. ด้านความพอใจของทุกฝ่าย	4.43	0.47	มาก
โดยรวม	4.34	0.47	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรหลักที่ได้รับการยอมรับในผลการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาการศึกษาของไทย เป็นองค์กรที่สร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพการศึกษาให้อยู่ในระดับสูงมาโดยตลอด ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรซึ่งถือเป็นผู้นำพ่วงองค์กรให้ก้าวไปในทิศทางสูงสุดและเพื่อรักษาระดับความเชื่อมั่นในองค์กร จึงต้องเป็นบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและเข้าใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้และผลงานที่ได้ต้องมีคุณภาพและถูกต้อง มีวิธีการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงานและลดระยะเวลาในการปฏิบัติงานโดยที่ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่าและสร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่ายได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมใจ ลักษณะ (2552 : 7) กล่าวว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเกิดที่ตัวบุคคลตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ใช้กลวิธีหรือเทคนิคการทำงานสามารถสร้างผลงานได้เป็นอย่างดี มีผลงานที่ดี มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ ใช้ทุนค่าใช้จ่ายน้อย มีความสนใจจะเพิ่มพูนคุณภาพและปริมาณของผลงาน คิดค้น ดัดแปลงวิธีการทำงานให้ได้ผลดียิ่งขึ้น มีความตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรโดยสิ้นเปลืองทรัพยากรและค่าใช้จ่ายน้อย มีลักษณะของการดำเนินงานไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี

ตาราง 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การจัดการองค์กรกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ตัวแปร	PTEF	STT	STU	SYS	STY	STA	SKI	SVI	VIFs
$\bar{X}$	4.34	4.22	4.30	4.22	4.24	4.16	4.18	4.23	
S.D	0.47	0.58	0.62	0.60	0.54	0.60	0.63	0.59	
PTEF	-	0.691*	0.624*	0.679*	0.720*	0.692*	0.714*	0.747*	
STT		-	0.733*	0.766*	0.733*	0.709*	0.730*	0.739*	2.871
STU			-	0.854*	0.827*	0.762*	0.710*	0.760*	4.941
SYS				-	0.818*	0.803*	0.808*	0.806*	5.597
STY					-	0.833*	0.801*	0.819*	5.017
STA						-	0.910*	0.859*	7.482
SKI							-	0.877*	8.043
SVI								-	8.153

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทดสอบปัญหา Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การจัดการองค์กร มีค่าตั้งแต่ 2.871 – 8.153 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ตัวแปร	PTEF	MGW	MGT	MGE	MGA	MEX	MIF	VIFs
$\bar{X}$	4.34	4.44	4.56	4.44	4.38	4.52	4.41	
S.D	0.47	0.48	0.49	0.51	0.54	0.48	0.52	
PTEF	-	0.673*	0.576*	0.706*	0.664*	0.661*	0.696*	
MGW		-	0.833*	0.843*	0.759*	0.783*	0.742*	5.180
MGT			-	0.784*	0.669*	0.798*	0.690*	4.062
MGE				-	0.785*	0.799*	0.742*	4.814
MGA					-	0.714*	0.747*	3.227
MEX						-	0.764*	4.036
MIF							-	3.126

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 5 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทดสอบปัญหา Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีค่าตั้งแต่ 3.126 – 5.180 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 6 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

กลยุทธ์การจัดการองค์กร (ORMS)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.424	0.219	6.504	0.000*
ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ (STT)	0.200	0.078	2.583	0.011*
ด้านโครงสร้างองค์กร (STU)	0.098	0.095	1.033	0.304
ด้านระบบการปฏิบัติงาน (SYS)	0.245	0.110	2.232	0.028*
ด้านรูปแบบการบริหาร (STY)	1.035	0.104	0.337	0.736

ตาราง 6 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม
ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (ต่อ)

กลยุทธ์การจัดการองค์กร (ORMS)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ด้านบุคลากร (STA)	0.030	1.121	0.248	0.805
ด้านทักษะ ความสามารถ (SKI)	0.068	0.120	0.569	0.571
ด้านค่านิยมร่วม (SVI)	0.272	0.106	2.568	0.011*
F = 27.669 p = 0.000 Adj R ² = 0.601				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 6 พบว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF) และตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF) ได้แก่ กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ (STT) ด้านระบบการปฏิบัติงาน (SYS) และด้านค่านิยมร่วม (SVI) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 3 และ 7

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม
ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

กลยุทธ์การจัดการองค์กร (ORMS)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.412	0.216	6.535	0.000*
ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ (STT)	0.200	0.078	2.583	0.011*
ด้านระบบการปฏิบัติงาน (SYS)	0.203	0.090	2.267	0.025*
ด้านค่านิยมร่วม (SVI)	0.297	0.082	3.600	0.000*
F = 65.117 p = 0.000 Adj R ² = 0.608				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF) ได้ดังนี้
PTEF = 1.412 + 0.200STT + 0.203SYS + 0.297SVI

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก สถาบันอุดมศึกษาของไทย มีการวางแผนกลยุทธ์และการวางแผนกิจกรรมภายในองค์กรไว้อย่างชัดเจน และวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์ สามารถสนับสนุนให้องค์กรมีขีดความสามารถเหนือคู่แข่ง ดังนั้นจึงส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กรและผลงานที่ได้มีคุณภาพและความถูกต้อง มีวิธีการทำงานหรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงานและลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

เป็นไปตามมาตรฐานด้านธรรมาภิบาลของการบริหารอุดมศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2561 : เว็บไซต์) กล่าวคือ สถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทย มีการบริหารจัดการการอุดมศึกษา โดยคำนึงถึงความหลากหลายและความเป็นอิสระทางวิชาการ ได้แก่ มีการบริหารจัดการบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความยืดหยุ่น มีการบริหารจัดการทรัพยากร เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความคล่องตัว โปร่งใส และตรวจสอบได้ มีการจัดการศึกษาผ่านระบบและวิธีการต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและคุ้มค่า และมีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพเพื่อนำไปสู่มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านระบบการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก ระบบและรูปแบบการปฏิบัติงานเป็นตัววิเคราะห์ถึงระบบการบริหารหรือระบบ การปฏิบัติงานขององค์กร เช่น ระบบสารสนเทศ การวางแผน การควบคุม งบประมาณ บัญชี จัดซื้อ คัดเลือก เป็นต้น หากองค์กรมีระบบงานที่ดีก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างชัดเจนและถูกต้องเป็นไปตามระบบที่ถูกต้องเอาไว้ และที่สำคัญระบบขององค์กรต้องมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและโครงสร้างองค์กร จึงจะส่งผลกับประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรให้บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กรและทันระยะเวลาที่กำหนด ผลงานที่ได้มี คุณภาพและความถูกต้อง มีวิธีการทำงานหรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงานใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่าสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่ายได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ อำนาจ วัดจินดา (2553 : เว็บไซต์) กล่าวว่า ระบบการปฏิบัติงานต้องเป็นไปตามกลยุทธ์องค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้ นอกจากการจัด โครงสร้างที่เหมาะสมและมีกลยุทธ์ที่ดีแล้ว การจัดระบบการทำงาน อาทิ ระบบการวางแผน งบประมาณ บัญชีการเงิน การจัดซื้อพัสดุ การบริหารจัดการ เทคโนโลยีสารสนเทศ การควบคุม การปฏิบัติงาน การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน และอื่น ๆ ต้องมีประสิทธิภาพอีกด้วย ดังนั้นหากองค์กรใดสามารถจัดระบบการทำงานจัดกระบวนการหรือลำดับขั้น ในการทำงานให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันในทุก ๆ ด้าน และระบบนั้นต้องมีความทันสมัยสามารถตอบสนอง ความต้องการใหม่ ๆ ในระดับเท่าเทียมกับมาตรฐานสากล การบริหารงานขององค์กรจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

กลยุทธ์การจัดการองค์กร ด้านค่านิยมร่วม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน โดยรวม เนื่องจาก ค่านิยมร่วม เป็นหัวใจหลักที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของบุคลากรภายในองค์กร เป็นการยึดมั่นในอุดมการณ์ร่วมกันและบุคลากรจะปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกัน จะกลายเป็นรากฐาน ของระบบการบริหารและวิธีการปฏิบัติของคนในองค์กร องค์กรที่มีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ส่งผลให้เกิดการปฏิบัติงานที่เป็นไป ตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้และมีความถูกต้องสมบูรณ์ ตรงตามความต้องการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จขององค์กร และยังส่งผลไปยังกระบวนการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ วิรัช สงวนวงศ์ วาน (2560 : 20) กล่าวว่า สำหรับหน่วยงานราชการถือเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง เป็นองค์กรที่มีการตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย และแสวงหาแนวทางในการบรรลุเป้าหมาย เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นที่ยุทธศาสตร์ และการทำให้ทั่วทั้งองค์กรดำเนินงานไปใน ทิศทางเดียวกันเป็นองค์กรที่มีการแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่สิ่งที่สามารถเข้าใจและปฏิบัติได้จริง เป็นองค์กรที่มีค่านิยมร่วมกัน ทั่วทั้งองค์กรและเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น

ตาราง 8 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (MGPS)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.046	0.281	3.718	0.000*
ด้านความคุ้มค่า (MGW)	0.159	0.131	1.215	0.227
ด้านความโปร่งใส (MGT)	0.166	0.155	1.444	0.151
ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (MGE)	0.266	0.119	2.240	0.027*
ด้านการตรวจสอบได้ (MGA)	0.097	0.093	1.049	0.296
ด้านความถูกต้อง (MEX)	0.132	0.116	1.139	0.257
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (MIF)	0.259	0.094	2.752	0.007*
F = 27.488 p = 0.000 Adj R ² = 0.562				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 8 พบว่า ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF) และตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF) ได้แก่ ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (MGE) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (MIF) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 10 และ 13

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (MGPS)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.046	0.284	3.719	0.000*
ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (MGE)	0.266	0.123	2.244	0.000*
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (MIF)	0.259	0.098	2.753	0.000*
F = 27.488 p = 0.000 Adj R ² = 0.562				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 9 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (PTEF) ได้ดังนี้

$$PTEF = 1.046 + 0.266MGE + 0.259MIF$$

สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นผลมาจากหน่วยงานภาครัฐมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร

พัสดุไว้ล่วงหน้า มีความต่อเนื่องและมีกำหนดเวลาที่เหมาะสม อีกทั้งหน่วยงานมีกระบวนการปฏิบัติงานที่ดี มีการนำวิธีการหรือใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เหมาะสมมาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งความสามารถในการใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดและคุ้มค่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวริศา แสงคำ (2561 : บทคัดย่อ) พบว่า การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐแนวใหม่ มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานทุกแห่ง มีบทบาทและความสำคัญในการช่วยสร้างคุณภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุในเชิงบวก ทั้งนี้เพราะงานบริหารพัสดุเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงาน และองค์กรใดที่มีการสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรทางด้านพัสดุมีการพัฒนาความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง ย่อมจะส่งผลที่ดีต่อตัวองค์กรและตัวของผู้ปฏิบัติงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐ ต้องดำเนินการจัดหาพัสดุโดยผ่านระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง จึงต้องอาศัยประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีที่ดี มีคุณภาพในการประมวลผลที่รวดเร็ว มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย และสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด จึงจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ดังนั้น บุคลากรต้องมีความรู้ความสามารถและความเข้าใจที่จะปฏิบัติงานนั้น ๆ ให้บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กรและทันระยะเวลาที่กำหนด ผลงานที่ได้มีคุณภาพและความถูกต้องมีวิธีการทำงาน หรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงานและลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่าย ผลการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้และมีความถูกต้องสมบูรณ์ตรงตามความต้องการ และยังรวมไปถึงกระบวนการปฏิบัติงาน คือการที่องค์กรสามารถนำวิธีการ นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เหมาะสมมาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูปการบริหารราชการ (2562 : เว็บไซต์) กล่าวว่า การบริหารพัสดุและการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดและรัดกุม สามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน ดังนั้น ภาครัฐจึงได้กำหนดแนวทางการบริหารพัสดุและการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐสมัยใหม่ให้ครบวงจรขึ้นมา โดยมีการพัฒนาให้เป็นระบบมาตรฐานสากล เป็นระบบการบริหารงานที่ทันสมัย ยืดหยุ่น ลดความยุ่งยากซับซ้อน มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุ โดยคาดว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะส่งผลให้การใช้จ่ายเงินงบประมาณภาครัฐมีการใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นหากหน่วยงานภาครัฐใดสามารถบริหารพัสดุและการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ส่วนราชการนั้นประหยัดเวลาในการดำเนินงานประหยัดและใช้เงินงบประมาณแผ่นดินที่มาจากภาษีประชาชนได้อย่างคุ้มค่า การบริหารพัสดุและการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐจึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการผลักดันให้มีการใช้ทรัพยากรของแผ่นดินทั้งในรูปตัวเงินและวัสดุ ใช้ทรัพยากรและอุปกรณ์ให้คุ้มค่าโดยคำนึงถึงพัสดุที่มีราคาต่ำที่สุด คำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์ในระยะยาว

5. สรุปผลการวิจัย

กลยุทธ์การจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ดังนั้นผู้บริหารด้านพัสดุสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และยุทธศาสตร์องค์กร ระบบการปฏิบัติงานและค่านิยมร่วมองค์กร ให้มีความเหมาะสมชัดเจน และมุ่งเน้นที่จะกำหนดโครงสร้างองค์กร รูปแบบการบริหารและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้ชัดเจน เพื่อให้เกิดการคล่องตัวในการบริหารองค์กร และสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้ในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

รวมทั้งสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เพราะประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงาน และองค์กรใดที่มีการสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรทางด้านพัสดุให้มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถทางด้านพัสดุอย่างต่อเนื่อง ย่อมจะส่งผลที่ดีต่อตัวองค์กรและตัวของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุ ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

6. ประโยชน์และข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 6.1 ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์องค์กร การจัดโครงสร้างองค์กรให้มีความเหมาะสม ชัดเจน และยืดหยุ่น เพราะกลยุทธ์การจัดการองค์กร เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี
- 6.2 ผู้บริหารองค์กรควรตระหนักและให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ เช่น ความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ การตรวจสอบ และนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้กับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้การบริหารงานด้านพัสดุเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด
- 6.3 ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ โดยมุ่งเน้นกระบวนการจัดหาพัสดุอย่างเคร่งครัด และเป็นไปตามขั้นตอนกำหนด ตระหนักถึงปัญหา และการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการจัดหาพัสดุ ด้วยการปฏิบัติตามวิธีปฏิบัติที่ได้มีการกำหนดให้ปฏิบัติอย่างระมัดระวังรอบคอบ

7. ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 7.1 ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นควบคู่ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์ หรือการสนทนาแบบกลุ่ม และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด
- 7.2 ควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบและความสัมพันธ์ของการกำกับดูแลที่ดีของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารพัสดุภาครัฐ เพราะการกำกับดูแลที่ดีเป็นกระบวนการและแนวปฏิบัติที่ดี มีกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้องค์กร และมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้
- 7.3 ควรมีการศึกษาตัวแปรต้น เช่น การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ หรือกระบวนการการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีผลกระทบต่อบัณฑิตอื่นหรือไม่ อย่างไร เพราะการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุหรือกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ จะเป็นตัวที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กร
- 7.4 ควรมีการศึกษาปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ เช่น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือสภาพแวดล้อมการทำงาน เพื่อนำมาเป็นแนวทางการปรับปรุงแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการคลัง กรมบัญชีกลาง. (2560ก). พระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการคลัง กรมบัญชีกลาง. (2560ข). ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560. กรุงเทพฯ.

- ปวริศา แสงคำ. (2561). ผลกระทบของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐแนวใหม่ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางด้านพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารการบัญชีและการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(3), 116-128
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2560). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ท็อป.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูปการบริหารการ. (2562). *กลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาและการปฏิรูปการบริหารการ*. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2562, จาก <http://www.parliament.go.th>.
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2561). *ประวัติและความเป็นมาของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2562, จาก <http://www.mua.go.th/index2.html>.
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2562). *รายงานประจำปี 2560, สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา*. ค้นเมื่อ 8 เมษายน 2562, จาก <http://www.mua.go.th/index2.html>.
- สมใจ ลักษณะ. (2552). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน*. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- อำนาจ วัดจินดา. (2553). *การประเมินองค์กรด้วย McKinsey 7s*. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2562, จาก http://www.hrcenter.co.th/index.php?module=columns_detail&ColumnID=647.
- Aaker, D. V., Kumar, V., & Day, G. S. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics: for contemporary decision making* (4th ed.). New York : John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babine B. J., & Anderson, R. E. (2006). *Multivariate data analysis*. (6th ed.). New Jersey : Prentice Hall.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. (3rd ed.). New York : McGraw-Hill.

ผลกระทบของการบริหารงานแบบมืออาชีพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน
ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย

Effects of Professionalism Management on Operational Success
of Area Revenue Branch Offices in Thailand

สุวิทย์ มันทะ^{*} และขจิต ฅ กาฬสินธุ์²

Suwit Munta^{*} and Khajit Na Kalasindhu²

Received : December 25, 2021 Revised : May 27, 2022 Accepted : May 30, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารงานแบบมืออาชีพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย จำนวน 587 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่าการบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับใช้กับกระบวนการที่รับผิดชอบ ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรม ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม และด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ผลลัพธ์จากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ควรให้ความสำคัญกับการบริหารงานแบบมืออาชีพ เพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรควรตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องของการปรับเปลี่ยนการบริหารงานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารงานแบบมืออาชีพ โดยการสร้างความรู้และความเข้าใจกับบุคลากรในองค์กร รวมถึงพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป อันจะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การบริหารงานแบบมืออาชีพ ความสำเร็จในการดำเนินงาน

^{*} นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

^{*} Master of Accounting, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhonphanom University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

² Assistant Professor, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhonphanom University

*Corresponding author E-mail: baramestno.1@npu.ac.th

Abstract

The objective of this study is to investigate the effect of professionalism management on operational success of area revenue branch offices in Thailand. Data was gathered from 587 heads of area revenue branch offices using mailed-questionnaire as data collection instrument. The statistical techniques assigned in this research are multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results of this research show that professionalism management in digital Transformation, innovation, values, and efficiency aspects positively relate and impact operational success. The results also indicate that area revenue branch offices in Thailand should take into account in professionalism management to improve the operational success. Especially, the enhancement of knowledge and understanding of organization's officers. In addition, the development of organizational operations that consisted of turbulent environments leads to the sustainable operational success.

Keywords : Professionalism Management, Operational Success

1. บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมรวมไปถึงเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไป ผสมผสานกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโคโรนาไวรัส หรือโควิด-19 (COVID-19) ทำให้มนุษย์ต้องหาวิธีป้องกันตนเอง รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำรงชีวิต ทั้งในเรื่องการบริโภค การศึกษา การขนส่ง และการประกอบธุรกิจ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งเรียกว่า วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นได้ส่งผลกระทบต่อประกอบธุรกิจของภาคเอกชน จากการประกอบธุรกิจแบบเดิมไปสู่การขายสินค้าหรือให้บริการออนไลน์ไม่มีหน้าร้าน ลดการจัดเก็บสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ การบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐยังต้องพบกับความยุ่งยากและประสบปัญหามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของกรมสรรพากรที่มีหน้าที่จัดเก็บภาษี จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ ดังนั้น สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา จึงมีความจำเป็นต้องมีการปรับปรุงกลยุทธการบริหารและกระบวนการปฏิบัติงานให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือแก่องค์กร อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรต่อไป (รัฐกรณ์ พงษ์ประเสริฐ, 2557)

การบริหารงานแบบมืออาชีพ (Professionalism Management) เป็นการทำงานด้วยความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในงานที่ได้ปฏิบัติ มีความเป็นอิสระ เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด ยึดถือในจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับกระบวนการงานที่รับผิดชอบ (Digital Transformation) ด้านการจัดการและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในงานที่รับผิดชอบ (Data Analytics) ด้านกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเก็บภาษีให้เป็นไปตามเป้าหมาย (Revenue Collection) ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม (Values) และด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพงาน (Efficiency) การที่องค์กรมีการบริหารงานแบบมืออาชีพย่อมส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานได้ (กรมสรรพากร, 2563ก)

ความสำเร็จในการดำเนินงาน (Operational Success) เป็นผลลัพธ์ขององค์กรในการดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ ตามภารกิจหรือเป้าหมายขององค์กรที่ได้ตั้งไว้และได้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ซึ่งการบริหารงานแบบมืออาชีพ จะช่วยให้องค์กรทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมถึงรัฐวิสาหกิจ ได้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรค ตลอดจน แนวทางในการแก้ไขหรือปรับปรุงการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สมคิด บางโม, 2562)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย เป็นประชากรและกลุ่ม ตัวอย่าง เนื่องจากสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทยเป็นหน่วยงานภาครัฐ สังกัดกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง มีภารกิจหลักในการจัดเก็บภาษีอากรประเภทต่าง ๆ เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ และภาษีการรับมรดก เป็นต้น เพื่อนำเงินรายได้ภาษีอากรส่งให้รัฐบาลใช้บริหารและพัฒนา ประเทศ อย่างไรก็ตามการบริหารงานภายใต้สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบสถานการณ์ การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 ยังคงระบาดอย่างต่อเนื่อง การบริหารงานจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ สาขาเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและเพียงพอต่องบประมาณรายจ่ายของรัฐบาล ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องมีการ บริหารงานแบบมืออาชีพเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารงานแบบมือ อาชีพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้บริหารสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลหรือแนวปฏิบัติ ที่ดีในการบริหารงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หรือผู้ที่สนใจใช้ เป็นแนวทางในการทางพัฒนา การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับความเป็นมือ อาชีพเพื่อสร้างความสำเร็จ

2. วัตถุประสงค์

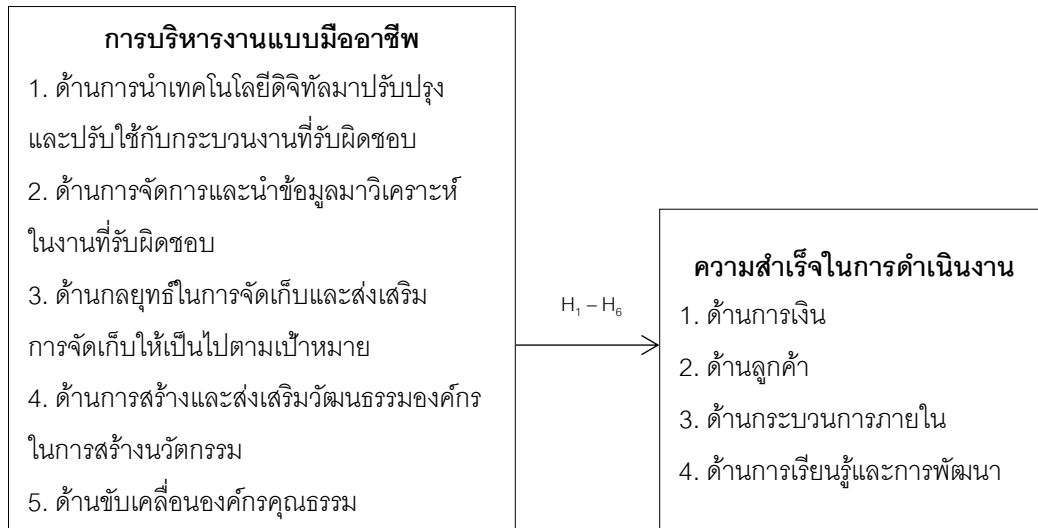
2.1 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานแบบมืออาชีพ กับความสำเร็จในการดำเนินงาน ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย

2.2 เพื่อทดสอบผลกระทบระหว่างการบริหารงานแบบมืออาชีพ ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย

3. กรอบแนวคิด

รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดการบริหารงานแบบมืออาชีพกับความสำเร็จในการดำเนินงาน



จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น ได้กำหนดให้การบริหารงานแบบมืออาชีพ เป็นตัวแปรอิสระ และ ความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นตัวแปรตาม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 การบริหารงานแบบมืออาชีพ (Professionalism Management: PRM)

การบริหารงานแบบมืออาชีพ หมายถึง กระบวนการปฏิบัติงาน การอำนวยความสะดวก การวางแผน และการควบคุม ด้วยความรู้ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในงานที่ปฏิบัติ มีความเป็นอิสระ เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด และยึดมั่นจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งการบริหารงานแบบมืออาชีพมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ที่ต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจตลอดจนการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถจัดเก็บภาษีได้ตามแผนงานและเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการนำการบริหารงานแบบมืออาชีพ มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน เนื่องจาก การบริหารงานแบบมืออาชีพช่วยให้องค์กรส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผลลัพธ์ในงานวิจัยในอดีต พบว่าการบริหารความเป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร (พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล, 2562) นอกจากนี้การจัดการความเป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร (ดวงหทัย ใจภักดี, 2560) อีกทั้งการบริหารผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน (สุมลรัตน์ คงแสนคำ, 2560)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การบริหารงานแบบมืออาชีพ (Professionalism Management) ประกอบด้วย 6 ด้าน โดยประยุกต์จากแนวคิดพันธกิจจัดเก็บภาษีตรงเป้า นโยบายตรงกลุ่มและบริการตรงใจของ กรมสรรพากร (2563) ดังนี้ 1) ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับใช้กับกระบวนการงานที่ได้รับผิดชอบ (Digital Transformation) เป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการเพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม เพื่อให้พร้อมต่อการก้าวกระโดดของเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงในเชิงกระบวนการทางธุรกิจ การพัฒนาระบบการกรอกแบบล่วงหน้า (Prefill) เพื่ออำนวยความสะดวก

การยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 2) ด้านการจัดการและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในงานที่รับผิดชอบ (Data Analytics) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สนับสนุนให้มีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการจัดเก็บภาษี เช่น การเชื่อมโยงข้อมูล (Data Integration) เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกผู้เสียภาษีและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การวิเคราะห์จัดกลุ่มผู้เสียภาษีเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการบริหารจัดการเก็บภาษี 3) ด้านกลยุทธ์ในการจัดเก็บและส่งเสริมการจัดเก็บ ให้เป็นไปตามเป้าหมาย (Revenue Collection) เป็นการจัดเก็บภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และเป็นธรรม ได้แก่ การควบคุมและติดตามแผนงานสำรวจผู้เสียภาษีรายใหม่ การพัฒนางานด้านกฎหมาย งานอุทธรณ์ภาษีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บภาษีและประสิทธิภาพการทำงาน 4) ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การส่งเสริมให้บุคลากรร่วมกันสร้างนวัตกรรม ส่งเสริมให้มีการเสนอแนวความคิด วิถีปฏิบัติงานใหม่ ๆ เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงาน เช่น จัดทำโครงการ RD Sandbox เพื่อรองรับการนำนวัตกรรมต่าง ๆ ที่ได้จากการทำ Design Thinking และการประกวด Hackathon มาทดสอบในสภาพแวดล้อมจริง 5) ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม (Values) เป็นการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรคุณธรรมโดยขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม 3 ประการ ได้แก่ ซื่อสัตย์ (Honesty) รับผิดชอบต่อ (Accountability) และมอบใจบริการ (Service Mind) และ 6) ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพ งาน (Efficiency) เป็นการยกระดับประสิทธิภาพของคนและงาน มีศูนย์อบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรทุกระดับ มีการสร้าง เอกลักษณ์ (Branding) และสร้างการรับรู้คุณค่าและประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้มาติดต่อกับองค์กร ประชาสัมพันธ์ภายใน และภายนอกเพื่อให้เรื่องภาษีเป็นเรื่องง่าย คนไทยตระหนักถึงหน้าที่การเสียภาษี การสร้างองค์กรอัจฉริยะ (Smart Office) เพื่อพัฒนาการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3.2 ความสำเร็จในการดำเนินงาน (Operational Success : OPS)

ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ขององค์กรในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามภารกิจหรือ เป้าหมายขององค์กรที่ได้ตั้งไว้และได้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ วัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ ซึ่งใน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ภาพพจน์องค์กรประกอบด้วย 4 ด้าน โดยประยุกต์จากแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ ของ สมคิด บางโม (2562) ดังนี้ 1) ด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นผลการดำเนินงานที่วัดได้จากการเพิ่มขึ้น ของรายได้จากการจัดเก็บภาษี ประสิทธิภาพในการบริหารงานที่มีต้นทุนต่ำ ประสิทธิภาพของบุคลากรในการจัดเก็บภาษี โดยเฉลี่ยต่อคน และประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ ความคุ้มค่าในการใช้ประโยชน์ 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) เป็นผลการดำเนินงานที่วัดได้จากการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้เสียภาษี การเปรียบเทียบการให้บริการกับ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาอื่นหรือหน่วยงานราชการอื่น การที่ผู้เสียภาษีกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง การขยายฐานภาษี เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เสียภาษีรายใหม่ และนำเสนอการให้บริการได้ตรงกับความต้องการของผู้เสียภาษี 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) เป็นผลการดำเนินงานที่วัดได้จากกระบวนการทำงานภายในองค์กร เช่น มีการคิดค้น นวัตกรรมใหม่ ๆ และนำนวัตกรรมนั้นมาประยุกต์ใช้กับองค์กร การลดขั้นตอนการให้บริการ รวมถึงคุณภาพการให้บริการ ไม่มีการร้องเรียนจากผู้เสียภาษี เป็นต้น และ 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง ผลการดำเนินงานที่วัดได้จากการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร ความพึงพอใจของบุคลากร การจูงใจ บุคลากรเพื่อลดการลาออกจากงาน การทำงานเป็นทีม

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่าการบริหารงานแบบมืออาชีพ มีแนวโน้มและความไปได้ที่จะส่งผล ให้ความสำเร็จขององค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรต่อไปในอนาคต ดังนั้น องค์กร ทุกภาคส่วนจึงให้ความสำคัญกับความสำเร็จในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น จึงตั้งเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

H₁: การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับใช้กับกระบวนการงานที่ รับผิดชอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

H₂: การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการจัดการและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในงานที่รับผิดชอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

H₃: การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านกลยุทธ์ในการจัดเก็บและส่งเสริมการจัดเก็บให้เป็นไปตามเป้าหมาย มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

H₄: การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

H₅: การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

H₆: การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

4. วิธีกรวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย จำนวน 850 คน (กรมสรรพากร, 2563ข) ซึ่งผู้บริหารสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาเป็นผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยนี้ โดยผู้วิจัยทำการส่งแบบสอบถาม จำนวน 850 ฉบับ และในการวิจัยครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวนทั้งสิ้น 587 ฉบับ เป็นแบบสอบถามถูกต้องและสมบูรณ์ จำนวน 587 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 69.06 ซึ่งเป็นอัตราการตอบกลับอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้สอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2001)

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทสำนักงานสรรพากรภาค จำนวนผู้เสียภาษี รายได้จากการจัดเก็บภาษี และจำนวนบุคลากร

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานแบบมืออาชีพ มาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 24 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการบริหารงานแบบมืออาชีพ 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับใช้กับกระบวนการงานที่รับผิดชอบ จำนวน 4 ข้อ ด้านการจัดการและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในงานที่รับผิดชอบ จำนวน 4 ข้อ ด้านกลยุทธ์ในการจัดเก็บและส่งเสริมการจัดเก็บให้เป็นไปตามเป้าหมาย จำนวน 4 ข้อ ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรม จำนวน 4 ข้อ ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม จำนวน 4 ข้อ และด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพงาน จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาความสำเร็จในการดำเนินงาน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จำนวน 4 ข้อ

4.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item total Correlation ซึ่งการบริหารงานแบบมืออาชีพ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.652 – 0.907 และความสำเร็จในการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.421 – 0.894 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2553) ได้เสนอเกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.40 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามมีคุณภาพสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารงานแบบมืออาชีพ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.850 - 0.934 และความสำเร็จในการดำเนินงาน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.701 – 0.918 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair และคณะ (2006) ได้เสนอว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่มีค่าเกิน 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพนำมาใช้เก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยได้

4.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยการใช้ Variance Inflation Factors (VIFs) และสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบสมมุติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

$$OPS = \beta_0 + \beta_1 DIT + \beta_2 DAA + \beta_3 REC + \beta_4 INN + \beta_5 VAL + \beta_6 EFF + \varepsilon$$

เมื่อ	OPS	แทน	ความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม
	DIT	แทน	การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับใช้กับกระบวนการที่รับผิดชอบ
	DAA	แทน	การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการจัดการและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในงานที่รับผิดชอบ
	REC	แทน	การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านกลยุทธ์ในการจัดเก็บและส่งเสริมการจัดเก็บให้เป็นไปตามเป้าหมาย
	INN	แทน	การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรม
	VAL	แทน	การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม
	EFF	แทน	การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพงาน
	ε	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารงานแบบมืออาชีพกับความสำเร็จในการดำเนินงาน จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระการบริหารงานแบบมืออาชีพ แต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารงานแบบมืออาชีพ มีค่าตั้งแต่ 2.130 – 2.909 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีความสำคัญ (Black, 2006)

5. ผลลัพธ์จากการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารงานแบบมืออาชีพกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

ตัวแปร	OPS	DIT	DAA	REC	INN	VAL	EFF	VIFs
$\bar{X}$	4.11	4.47	4.48	4.50	4.25	4.33	4.35	
s.d.	0.53	0.50	0.49	0.51	0.59	0.58	0.56	
OPS	-	0.587*	0.586*	0.617*	0.666*	0.690*	0.621*	
DIT		-	0.676*	0.653*	0.616*	0.530*	0.508*	2.130
DAA			-	0.721*	0.674*	0.578*	0.584*	2.676
REC				-	0.725*	0.632*	0.594*	2.909
INN					-	0.680*	0.637*	2.844
VAL						-	0.686*	2.421
EFF							-	2.202

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับการทดสอบผลกระทบของการบริหารงานแบบมืออาชีพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจากตาราง 2 พบว่า 1) การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับใช้กับกระบวนการที่รับผิดชอบ (DIT) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.177 ($p < 0.05$) เนื่องจาก การบริหารงานแบบมืออาชีพ เป็นกระบวนการปฏิบัติงาน การอำนวยความสะดวก การวางแผน และการควบคุม ด้วยความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในงานที่ได้ปฏิบัติเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล (2562) พบว่า การบริหารความเป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ทำให้องค์กรภาครัฐและเอกชน ได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อการพัฒนาระบบสารสนเทศให้มีคุณภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงหทัย ใจภักดี (2560) พบว่า การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้องค์กรมีศักยภาพที่เหนือกว่าในการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ รวมทั้งมีการเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปได้ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H_1

2) การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรม (INN) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.171 ($p < 0.05$) เนื่องจาก สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา มีการสร้างสรค์นวัตกรรมและนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กร ซึ่งมีส่วนช่วยให้บรรลุเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังสนับสนุนให้บุคลากรเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถคิดค้นสิ่งแปลกใหม่ ส่งผลให้องค์กรสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เสียภาษีได้ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กรมสรรพากร (2563) กล่าวว่า การส่งเสริมให้บุคลากรร่วมกันสร้างนวัตกรรมส่งเสริมให้เสนอแนวความคิดวิธีปฏิบัติงานใหม่ ๆ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร และ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alipour และ Karimi (2011) พบว่า บทบาทของการถ่ายโอนความรู้และนวัตกรรมในความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ขององค์กรและประสิทธิภาพองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้และพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตผ่านการวางแผนระบบโครงสร้างภายใน ซึ่งสามารถสร้างนวัตกรรมจากการถ่ายโอนความรู้ภายในองค์กรและสร้างความเชี่ยวชาญให้กับบุคลากรได้ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₄

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย

การบริหารงานแบบมืออาชีพ (PRM)	ความสำเร็จในการดำเนินงาน (OPS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.294	0.148	1.993	0.047*
ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับใช้ กับกระบวนการที่รับผิดชอบ (DIT)	0.177	0.041	4.308	0.000*
ด้านการจัดการและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ในงานที่รับผิดชอบ (DAA)	0.040	0.048	0.844	0.399
ด้านกลยุทธ์ในการจัดเก็บและส่งเสริม การจัดเก็บให้เป็นไปตามเป้าหมาย (REC)	0.062	0.048	1.307	0.192
ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร ในการสร้างนวัตกรรม (INN)	0.171	0.040	4.219	0.000*
ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม (VAL)	0.289	0.038	7.654	0.000*
ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพงาน (EFF)	0.134	0.038	3.554	0.000*
F = 138.290 p = 0.000 Adj R ² = 0.584				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม (VAL) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.289 ($p < 0.05$) เนื่องจาก สำนักงานมุ่งมั่นให้บุคลากรจัดกิจกรรมหรือเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม เช่น ปฏิบัติธรรม จิตอาสา เป็นต้น รวมถึงองค์กรมุ่งเน้นกำหนดมาตรฐานและตัวชี้วัดคุณธรรมจริยธรรมอย่างชัดเจนภายในองค์กรและให้ความสำคัญกับการส่งเสริม ยกย่องบุคลากรที่มีคุณธรรม จริยธรรม ปฏิบัติงานตามระเบียบ และจรรยาบรรณขององค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) (2564) กล่าวว่า องค์กรคุณธรรมเป็นองค์กรคนดี เพื่อสังคมดี ที่แสดงเจตนารมณ์และมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมคุณธรรมของบุคลากรในองค์กร และเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมคุณธรรม โดยมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรมีคุณธรรม เป็นฐานในการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพวรรณ ทวีพย์สุวรรณ (2556) พบว่า จริยธรรมธุรกิจมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรและความสำเร็จขององค์กร ด้านความซื่อสัตย์และด้านความรับผิดชอบต่อ เนื่องจาก การดำเนินงานให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ความซื่อสัตย์เป็นคุณธรรม

ประการแรกที่ต้องคัดกรองตระหนักรและสร้างให้เกิดกับลูกค้า นอกจากนี้องค์กรยังมีการส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานบริการลูกค้าอย่างเต็มศักยภาพ โดยใช้หลักความระมัดระวังในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของกฎหมาย อันก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₅

4) การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพงาน (EFF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.134 ($p < 0.05$) เนื่องจากสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาที่มีการส่งเสริมให้บุคลากรอบรมศึกษาดูงานภายนอกองค์กร และนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพคน และการเพิ่มประสิทธิภาพงาน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของสมูลรัตน์ คงแสนคำ (2560) พบว่า การบริหารผลการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาคน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากกระบวนการพัฒนางานของสำนักงานเป็นการให้ความสำคัญในการปรับปรุงพัฒนาทั้งระบบงานและปฏิบัติงานควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับต่อผู้เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินดาพร รุ่งโรจน์ (2562) พบว่า การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการมีศักยภาพทางการแข่งขัน ซึ่งผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการวางแผนเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร ให้บุคลากรมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานในด้านความคิดและความสามารถจากงานประจำที่ทำอยู่ ทำให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี อันจะนำพาองค์กรให้ประสบผลสำเร็จและมีศักยภาพในการแข่งขันต่อไป ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₆

5) การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการจัดการและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในงานที่รับผิดชอบ (DAA) และด้านกลยุทธ์ในการจัดเก็บและส่งเสริมการจัดเก็บให้เป็นไปตามเป้าหมาย (REC) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจาก บริบทของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาต้องดำเนินงานตามนโยบายจากกรมสรรพากรส่วนกลาง ส่งผลให้ไม่สามารถประมวลผลข้อมูลเพื่อนำมาใช้วางแผนการจัดเก็บภาษี จึงก่อให้เกิดความล่าช้าในการนำสารสนเทศมาใช้ในการตัดสินใจ อีกทั้งยังไม่สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารการจัดเก็บภาษีให้สอดคล้องกับพื้นที่ที่รับผิดชอบเองได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านระเบียบและข้อบังคับทางกฎหมาย จึงส่งผลให้องค์ประกอบเหล่านี้ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H₂ และ H₃

6. สรุปผลการวิจัย

การบริหารงานแบบมืออาชีพ มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีการพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารงานแบบมืออาชีพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย พบว่า การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงและปรับใช้กับกระบวนการที่รับผิดชอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรมมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน การบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านขับเคลื่อนองค์กรคุณธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน และการบริหารงานแบบมืออาชีพ ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพคนและประสิทธิภาพงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนั้น การบริหารงานแบบมืออาชีพ จึงเป็นเรื่อง

ที่สำคัญที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการนำผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานขององค์กรให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

7.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตและผลลัพธ์ของการวิจัยครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการบริหารงานแบบมืออาชีพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด จึงได้มีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย ไว้ดังนี้

1) ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์หรือผลกระทบระหว่างการบริหารงานแบบมืออาชีพกับความสำเร็จในการดำเนินงานในรูปแบบธุรกิจหรือหน่วยงานอื่น เช่น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นต้น ซึ่งอาจมีรูปแบบในการบริหารงานเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จที่แตกต่างกันไป

2) ควรมีการศึกษาการบริหารงานแบบมืออาชีพด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการระดมความคิด ด้านการเพิ่มคุณค่าแรงงานของบุคลากร เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในมุมมองต่าง ๆ ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานให้ประสบความสำเร็จ

3) ควรศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และตัวแปรแทรกซ้อนอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลสัมพันธ์และผลกระทบในการบริหารแบบมืออาชีพกับความสำเร็จในการดำเนินงาน เช่น องค์กรแห่งการเรียนรู้ นโยบายองค์กร และทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน เป็นต้น

4) ควรมีการศึกษาโดยใช้สถิติอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น SEM, PATH Analysis เป็นต้น

7.2 ประโยชน์ของการวิจัย

จากผลลัพธ์ของการวิจัยในครั้งนี้ ช่วยในการยืนยันและสนับสนุนการวิจัยในอดีตที่เกี่ยวกับการบริหารงานแบบมืออาชีพส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ประโยชน์ทางทฤษฎี การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาตัวแปรอิสระจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในมุมมองใหม่ ๆ และผลลัพธ์ของการวิจัยครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการบริหารงานแบบมืออาชีพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนั้น เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

2) ประโยชน์ในการนำไปใช้ในการบริหาร ผู้บริหารองค์กรควรตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องของการปรับเปลี่ยนการบริหารงานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารงานแบบมืออาชีพ อันจะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจกับผู้กับบุคลากรในองค์กร โดยผ่านกระบวนการอบรมพัฒนาแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องของการบริหารงานแบบมืออาชีพ ซึ่งจะทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ ๆ ส่งผลให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการในประเด็นการบริหารงานแบบมืออาชีพ ทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติ

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2563ก). แผนยุทธศาสตร์กรมสรรพากร. ค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2563, จาก

<https://www.rd.go.th/fileadmin/download/plan/rdplan2020-2022.pdf>.

กรมสรรพากร. (2563ข). กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง พ.ศ. 2560.

ค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.rd.go.th/324.html> 2563.

จินดาพร รุ่งโรจน์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเชิงกลยุทธ์กับศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เจนวิภา หลีชาติ. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจของธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ทิพวรรณ ทรัพย์สุวรรณ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมธุรกิจ ภาพลักษณ์องค์กรและความสำเร็จขององค์กรสำนักงานบัญชีในเขตภาคกลาง. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ดวงหทัย ใจภักดี. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ปณญพรรณ คณแก้ว โสพิศพิไล ทองใส และ อรทัย ชำนาญกิจ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจห้างหุ้นส่วน ในตำบลปากแพรก อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 10(1), 160-169.

พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล. (2562). ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ กจ.ม. มหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

รัฐกรณ พงษ์ประเสริฐ. (2557). ผลกระทบของการบริหารแบบมืออาชีพที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วิดา พินทร. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการจัดเก็บภาษีที่ดีกับความสำเร็จขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศุวิชาดา อุ่นเจริญ และ ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์. (2558). การจัดการเชิงรุกในการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2564, จาก <https://mba.kku.ac.th/hcbmi/proceeding/2015/national/files/767.pdf>

ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน). (2564). แนวทางการส่งเสริมองค์กรคุณธรรม. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2564, จาก <http://www.stopcorruption.moph.go.th/application/editors/userfiles/files/แนวทางการส่งเสริมองค์กรคุณธรรม.pdf>

สมคิด บางโม. (2562). องค์กรและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สมบัติ ห้ายเรือคำ. (2553) ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุทธาทิพย์ บุญเรือง ปรีชญา ชุมศรี และ มัทนชัย สุทธิพันธุ์. (2562). คุณภาพข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดสงขลา. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 11(1), 77-94.

สุมลรัตน์ คงแสนคำ. (2560). *ผลกระทบของการบริหารผลการปฏิบัติงานที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

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

Alipour, F., & Karimi, R. (2011). Mediation Role of Innovation and Knowledge Transfer in the Relationship between Learning Organization and Organization Performance. *International Journal of Business & Social Science*, 2(19), 144-147.

Black, K. (2006). *Business Statistics: for Contemporary Decision Making*. 4th ed.. USA : Leh Publishing.

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

ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อความภักดี
ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม
Satisfaction Factor Affecting Thai Tourists' Loyalty towards
Cultural Tourism in Nakhon Phanom Province

พุทธรัตน์ บรรจง* และ เลิศพร ภาวระสกุล²

Phutcharat Banchong* and Lertporn Parasakul²

Received: October 16, 2021 Revised: March 21, 2022 Accepted: May 6, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และศึกษาอิทธิพลของปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม การวิจัยเชิงปริมาณเรื่องนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมาทำการวิเคราะห์ห้วงรวม 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยว 8 อำเภอ ของจังหวัดนครพนม ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึกและที่จอดรถ ด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ด้านความสวยงามของหมู่บ้านและการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน และความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากที่สุดต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับประเด็นนี้เพื่อสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม นครพนม ความพึงพอใจ ความจงรักภักดี

* นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยบูรพา

* Master Student, Tourism and Hotel Management, Dhurakij Pundit University

² รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยบูรพา

² Associate Professor, Tourism and Hotel Management, Dhurakij Pundit University

* Corresponding author E-mail: taapaeo@gmail.com

Abstract

The purposes of this research paper are to identify the underlying dimensions of the satisfaction attributes relating to cultural tourism in Nakhon Phanom province and to determine the impact of the satisfaction dimension impact of the satisfaction dimension on loyalty toward cultural tourism in the province. The convenience sampling method was used. Data was collected through a questionnaire. A total of 400 questionnaires were selected as a final valid sample. Five dimensions of satisfaction were extracted: tourism safety; souvenir shopping and parking convenience; cultural Learning and management; attractive environment and cultural conservation, and accessibility. Results of Multiple regression analysis revealed that all the five dimensions of satisfaction remained significant in the equation. In order of importance the main factor affecting Thai tourists' loyalty was the dimension of cultural learning and management. Suggestion was given to focus on this particular dimension of satisfaction to enhance loyalty of visitors.

Keywords : Cultural tourism, Nakhon Phanom, satisfaction, loyalty

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดนครพนมมีความโดดเด่นในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งวัฒนธรรมด้านวัตถุและที่ไม่ใช่วัตถุ มรดกทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเรื่องเป็นที่รู้จัก ได้แก่ พระธาตุพนม ที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวไทยในภาคอีสาน และประชาชนชาวลาว นอกจากนี้ จังหวัดนครพนมยังมีประชากรที่เป็นชนเผ่า อีก 8 ชนเผ่า ซึ่งมีวัฒนธรรมด้านภาษา การแต่งกาย ความเชื่อและขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างกัน หลายฝ่ายในจังหวัดนครพนมจึงมีนโยบายที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในการใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีนโยบายที่จะใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมชนเผ่ามาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมของชนเผ่าก็เป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมกัน ในนานาชาติ (Yang, Ryan, & Lingyun, 2016) ทางรัฐบาลท้องถิ่นก็ได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัด เช่น การสร้างลานพญาศรีสัตตนาคราช เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และห่างออกไปประมาณ 2 กิโลเมตร มีการจัดสร้างบ้านวัฒนธรรมโบราณของชนเผ่าต่าง ๆ ในจังหวัดนครพนมอีก 12 หลัง ในพื้นที่สาธารณประโยชน์ชายฝั่งแม่น้ำโขงเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่งของจังหวัด และเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางจังหวัดมีการจัดงานชมบ้านวัฒนธรรมและกิจกรรมของชนเผ่าไทนคร 8 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ในส่วนของชนเผ่าต่าง ๆ ที่มีอยู่กระจัดกระจายกันออกไปตามอำเภอต่าง ๆ ก็มีความพยายามที่จะสนองตอบต่อนโยบายของ จังหวัดและของรัฐบาลด้วยการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้วัฒนธรรมชนเผ่าที่มีอยู่มาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และมีนักท่องเที่ยวจากภายในจังหวัดนครพนมเอง และจากต่างจังหวัดเริ่มเข้ามาท่องเที่ยว (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2563; Travelista, 2018)

จากการสำรวจเบื้องต้น และจากการสอบถามผู้นำชุมชนพบว่า ยังไม่เคยมีการติดตามผลการดำเนินการ ด้านการจัดการการท่องเที่ยว แม้แต่การเก็บสถิตินักท่องเที่ยวก็ยังไม่มีการดำเนินการใด ๆ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจ ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม โดยการพิจารณาถึงความพึงพอใจเป็น รายประเด็น โดยยึดหลักการการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่านักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์อะไร

จากผลิตภัณฑ์หลัก และสิ่งใดที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์เสริม หรือผลิตภัณฑ์รอง เพื่อผลที่ได้จะเป็น การให้ข้อมูลย้อนกลับไปยังฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว และ วิธีการที่นำเสนอในรายงานการวิจัยเรื่องนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เนื่องจากคณะผู้วิจัยได้เคยนำเสนอผลการวิจัย เรื่องนี้ในส่วนของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไปแล้ว ในการประชุมทางวิชาการ บทความเรื่องนี้จึงนำเสนอเฉพาะใน ส่วนของปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และประเด็นความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของ การวิจัยดังต่อไปนี้

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อจำแนกปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมใน จังหวัดนครพนม
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

นักวิชาการและองค์กรทางด้านวัฒนธรรมหลายแห่ง ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมไปตามความเข้าใจและความต้องการของตนเองจึงทำให้คำจำกัดความเหล่านั้นมีทั้งที่กว้างเกินไปหรือไม่ก็ แคบเกินไป เช่น

McIntosh และ Goeldner (1990) และ Zeppel (1992) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ รูปแบบ หนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ซึ่งมีวัฒนธรรมเป็นตัวดึงดูดหรือเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยว ในขณะที่ยังคงบางแห่ง กล่าวว่า ผู้ที่เป็นนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจาก นักท่องเที่ยวทั่วไป

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมว่า หมายถึง การเดินทางของผู้คนที่เกิดจากแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม เช่น การเดินทางเพื่อการศึกษาหา ความรู้ หรือเพื่อชมการแสดงวัฒนธรรม หรือเดินทางไปร่วมงานเทศกาลหรืองานมหกรรม การไปเยี่ยมชมแหล่งที่ตั้ง ของสถานที่หรืออนุสาวรีย์ ไปศึกษารัชมชาติ ศึกษาตำนานงานศิลปะ และการเดินทางเพื่อแสวงบุญ (Richards, 1996)

คำจำกัดความขององค์การการท่องเที่ยวโลกเน้นที่แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีแรงจูงใจ ต้องการเรียนรู้ และสัมผัสวัฒนธรรมเป็นสำคัญแต่ในความเป็นจริงยังมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมเพียงเพื่อให้ได้ภาพถ่าย หรือได้ชื่อว่าไปท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมนั้นมาแล้ว จากปัญหาเกี่ยวกับความซับซ้อน ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้เอง (WTO, 1985)

McKercher และ du Cros (2002) แนะนำให้ผู้ที่ศึกษาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทำความเข้าใจ ธรรมชาติของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนี้ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ไม่ใช่เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดึงดูดความสนใจ ทั้งนักท่องเที่ยว หรือคนในท้องถิ่นที่ไม่ใช่ นักท่องเที่ยว ถ้าถือว่ากิจกรรมที่นำเสนอเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แล้ว จะต้องไม่คิดว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งเป็นคนที่มีความรู้ หรือความเข้าใจในวัฒนธรรมนั้นมาก่อน

มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage) ประกอบไปด้วยสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้มีทั้งสิ่งที่อยู่เองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สถานที่ ทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับวรรณคดีหรือตำนาน ความเชื่อเกี่ยวกับแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

อาคารสิ่งปลูกสร้างที่มีความสำคัญในส่วนของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้รวมถึง ความคิด ความเชื่อ ความรู้ มรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณีและแนวทางการปฏิบัติต่าง ๆ ที่มีสืบต่อกันมาจากการอดีตถึงปัจจุบัน มรดกทางวัฒนธรรมทั้งหลายมีผู้ใช้ประโยชน์หลายกลุ่ม ทั้งนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นมีผู้ดูแลหรือเจ้าของแตกต่างกัน ดังนั้น ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มผลประโยชน์จึงเกิดขึ้นบ่อย ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ผู้ที่เป็นนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมหรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า ต้องการบริโภคประสบการณ์ ดังนั้น ผู้ที่ดูแลมรดกทางวัฒนธรรมหรือเจ้าของแหล่งมรดกวัฒนธรรม จะต้องทำการแปรรูปแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อให้ง่ายต่อการบริโภคของนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งโบราณสถาน จะต้องมีการสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ จะต้องมีการจัดรอบการแสดง หรือด้วยวิธีการอื่น ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีหลายประเภท นักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพียงบางคนเท่านั้น ที่จะเดินทางมาเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง นักท่องเที่ยววัฒนธรรมส่วนใหญ่ต้องการเพียงแค่เห็นสิ่งที่แปลกใหม่ และความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยวเท่านั้น หากจะประยุกต์แนวคิดนี้กับนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครพนมก็มีความเป็นไปได้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวประเภทหลังเป็นส่วนใหญ่

2.2 ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม

จังหวัดนครพนมมีประชากรหลายเผ่าพันธุ์ มีวัฒนธรรมทางภาษา การแต่งกาย และประเพณีที่แตกต่างกัน มีถิ่นกำเนิดในอดีตจากดินแดนที่แตกต่างกันก่อนที่จะอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในดินแดนแห่งนี้ จากนโยบายของรัฐบาลทุกยุคทุกสมัย ที่ต้องการให้การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ จึงกำหนดให้ทุกจังหวัดใช้ทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มาพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยววิถีชนเผ่าขึ้นหลายแห่งในจังหวัดนครพนม เช่น การเยี่ยมชมหมู่บ้านวิถีชีวิตดั้งเดิมของเผ่าไทลาว การชมบ้านไทลาวแบบโบราณ ชาวไทญ้ออำเภอนาทม มีการจัดตั้งศูนย์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านกลาง มีศิลปะการแสดงไทญ้อ ทอผ้าครามและศิลปะการรำแห่งพระเวสสันดร (Thailand Tourism Directory กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2018)

ชาวผู้ไทอาศัยอยู่กระจ่ายกันในเขตอำเภอรณนคร อำเภอนาแก และอำเภอนาหว้า ชาวผู้ไทมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คือ ป่าประวัติศาสตร์ 200 ปี เป็นปารักษ์ที่จัดให้เป็นฐานความรู้เหตุการณ์บ้านเสียงปืนแตก กิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่ การเยี่ยมชมหมู่บ้านวิถีชีวิตดั้งเดิม ประเพณีฟ้อนรำแบบดั้งเดิม ฟ้อนรำภูไท ประเพณีบายศรีสู่ขวัญสำหรับนักท่องเที่ยว ประเพณีชนช้าง ต้มเหล้าอุเรณูนคร ชาวไทกะเลิง มีศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มีกลุ่มทอผ้า การทำผ้าย้อมคราม ผ้าย้อมสมุนไพร และกลุ่มจักสานไม้ไผ่ ชาวไทแสกมีศูนย์วัฒนธรรมชนเผ่าไทแสก มีการแสดงแสงเต็นสาก ชนเผ่าไทไส้ บ้านโพนจาน อำเภโพนสวรรค์ มีหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ คือ พระพุทธรูปใหญ่วัดศรีสว่าง บ้านกลางจาน พระธาตุจำปา และพระธาตุโพนสวรรค์ มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ที่เป็นอัตลักษณ์ ของชาวไทไส้ คือ การประกอบพิธีกรรมแซงชะนาค ที่จัดขึ้นในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน ชาวไทขามมีการก่อตั้งศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมไทข่า ที่วัดโคกสว่าง มีการสอนภาษาถิ่นที่โรงเรียนโสกเมว มีการจัดกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตชนเผ่าด้วยกิจกรรมนั่งรถอีแต๊ก ชาวไททวนจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชมการตีเหล็ก ชมป่าชุมชน บ่อเกลือสินเธาว์ ชมป่าตาสง ไหว้พระจักรพรรดิวัดศรีมงคล เยี่ยมชมชุมชนเงินวัดแก้วเสด็จ ชมใบเสมาวัดโพธิ์ลานช้าง (Thailand Tourism Directory กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2018)

วัฒนธรรมชนเผ่าทั้ง 8 จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ที่ถูกนำจัดทำเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้บริโภคเป็นประสบการณ์ ในรูปของการจัดการแสดง

การพื่อนำ ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ หรือการจัดแสดงมรดกทางวัฒนธรรมทางวัตถุที่รวบรวมจากที่ต่าง ๆ มาจัดแสดงอยู่ในอาคารพิพิธภัณฑ์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2020)

2.3 ความพึงพอใจและความภักดี

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค หรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจ ในประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะความพึงพอใจของผู้บริโภคจะส่งผลดีในแง่ของภาพลักษณ์ด้านบวก ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาด และเกิดผลกำไรให้แก่องค์กร ผู้ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์โดยตรงจาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคือการกลับมาซื้อซ้ำ หรือกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือไม่มีการบอกต่อประสบการณ์ด้านบวก แก่ผู้อื่น และความภักดีต่อตราสินค้ามีเพิ่มขึ้น (Anderson, Fornell, & Lehmann, 1994; Fornell, 1992) อีกทัศนะหนึ่ง นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเห็นว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือเป้าหมายหลักของการจัดการท่องเที่ยวเพราะการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวจะทำให้ได้ข้อมูลหลายอย่างเพื่อให้เราเข้าใจถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการ ของแหล่งท่องเที่ยว และช่วยให้เราสามารถคาดการณ์ได้ถึงความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนซ้ำ เพื่อที่จะทราบ ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม คณะผู้วิจัยใช้ หลักการวัดความพึงพอใจจากประเด็น หรือปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสในขณะที่ท่องเที่ยว (Deerop, 2000; Reisinger & Turner, 2000) นักวิชาการอีกคนหนึ่ง คือ Oliver (1993) ได้อธิบายถึงประเด็น หรือ ปัจจัยต่าง ๆ ของ ความพึงพอใจ (Attribute Satisfaction) ว่าหมายถึงการตัดสินใจด้วยตัวของตัวเอง ซึ่งเป็นผลมาจากการสังเกตประเด็น ต่าง ๆ ของการบริการ และถือได้ว่าเป็นการตอบสนองทางจิตวิทยา ด้วยความรู้สึกอิ่มเอม (Fulfilment) ที่ผู้บริโภค หรือ นักท่องเที่ยวแสดงออกมาในขณะที่ประเมินผลของการบริการ หรือประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งได้แก่ การบริการ หรือ คุณลักษณะต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้ หรือ ได้มีปฏิสัมพันธ์ด้วย ขณะที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว (Kozak, 2002) ถึงแม้ว่า การบริการหรือคุณลักษณะต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้จะมีความแตกต่างกันไปตามบริบทของสถานที่ เช่น ที่พักแรม หรือ แหล่งท่องเที่ยว แต่สิ่งที่นักวิชาการต่าง ๆ มักให้ความสนใจ ก็มักจะเป็นในด้านของสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ความเป็นมิตร ค่าใช้จ่าย สิ่งบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา หรือกิจกรรมต่าง ๆ สภาพลมฟ้า อากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการของสถานที่พักแรม อาหาร ความปลอดภัย ภาษาที่ผู้ให้บริการใช้สื่อสารกับผู้รับบริการ และความสะอาดของ สถานที่ (Kozak, Bigne, & Andreu 2004; Kozak, 2002; Yuksel, 2001; Reisinger & Turner, 2000) การวิจัยเรื่องนี้จึง ใช้แนวคิดเรื่องปัจจัยความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในด้านของการจัดการการท่องเที่ยวในด้านการให้ ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ความสวยงาม ความปลอดภัยการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเป็นแนว ทางการพิจารณาว่าปัจจัยด้านใดจะส่งผลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

ความภักดี (Loyalty) หมายถึง การตกลงปลงใจอย่างแน่วแน่ที่จะซื้อซ้ำหรือกลับมาอุดหนุนใหม่ในอนาคต (Oliver, 1999) ในการศึกษาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้บริโภคมีความภักดีต่อสินค้าหรือการบริการ สิ่งตามมา คือ การเกิดความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ และการบอกเล่าประสบการณ์ที่ตนได้รับมาต่อผู้อื่น (Bosnjak et al., 2011 ; Oppermann, 2000) ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวมักจะวัดจากความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนซ้ำและการแนะนำหรือบอกให้ผู้อื่นมา ท่องเที่ยว (Yoon & Uysal, 2005 ; Oppermann, 2000) การทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อสินค้าการท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นเป้าประสงค์หลักของนักการตลาดการท่องเที่ยว เพราะการรักษาลูกค้าเก่าทำได้ง่ายกว่าและใช้ ต้นทุนน้อยกว่าที่จะหาตลาดใหม่หรือจูงใจลูกค้าใหม่ (Loureiro & Gonzalez, 2008; Shoemaker & Lewis, 1999) นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความภักดีสูงจึงเป็นส่วนตลาดที่มีความสำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่ง เพราะตลาดกลุ่มนี้มัก จะพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนานขึ้น และมักจะบอกต่อประสบการณ์ด้านบวกให้กับผู้อื่น และมักจะมีส่วนร่วมในกิจกรรม บริโภคอื่น ๆ มากกว่า (Zhang et al., 2014; Li et al., 2010)

จากการศึกษาของ Chi และ Qu (2008) ซึ่งได้ศึกษา ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว กับคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจโดยรวม และ ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ได้พบว่า ทั้งความพึงพอใจโดยรวม และปัจจัยความพึงพอใจต่าง ๆ ส่งผลต่อความภักดี

Heung (2000) ได้ศึกษา ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการบริการของโรงแรมในฮ่องกง ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ต่อประเด็น 8 ประเด็น คือคุณภาพการบริการและราคา ประเด็นด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่ม ประเด็นด้านคุณภาพของบริการเสริม ประเด็นด้านความเชื่อถือ ประเด็นด้านคุณภาพการบริการหลัก เป็นด้านการจัดให้มีบริการเพิ่มเติม ประเด็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่ม และประเด็นด้านความสะดวก ผลของการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงซ้อน พบว่า ประเด็นคุณภาพการบริการและราคา กับประเด็นด้านคุณภาพของบริการเสริม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

Xu, Li, & Weaver (2010) ได้ศึกษา ปัจจัยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ประเทศสหรัฐอเมริกาด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจำแนกออกเป็น 6 ชนิด คือ แรงจูงใจ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจและการหลีกหนี แรงจูงใจเกียรติภูมิ แรงจูงใจด้านการแสวงหาความรู้ แรงจูงใจด้านความสำเร็จ ในด้านการทำงาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง และแรงจูงใจแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ และพบว่าปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มที่มีแรงจูงใจต้องการพักผ่อนหย่อนใจ กับกลุ่มที่มีแรงจูงใจต้องการ เรียนรู้หรือแสวงหาความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอเมริกัน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน เลือกตามเกณฑ์ของ Yamane เมื่อไม่ทราบจำนวนของ ประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แน่นอน โดยสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอนาหว้า อำเภอโพธิ์สรวรค์ อำเภอท่าอุเทน อำเภอนาแก อำเภอเรณู อำเภอปลาปาก อำเภอธาตุพนม และอำเภอเมืองนครพนม โดยแบ่งเป็นจำนวนตัวอย่างได้ดังนี้

เขตอำเภอนาหว้า	จำนวน 12 คน
เขตอำเภอโพธิ์สรวรค์	จำนวน 8 คน
เขตอำเภอท่าอุเทน	จำนวน 16 คน
เขตอำเภอนาแก	จำนวน 19 คน
เขตอำเภอเรณู	จำนวน 99 คน
เขตอำเภอปลาปาก	จำนวน 24 คน
เขตอำเภอธาตุพนม	จำนวน 52 คน
เขตอำเภอเมืองนครพนม	จำนวน 170 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามภาษาไทย ที่ประกอบด้วย 3 ตอน คือ คำถาม เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเดินทาง เป็นคำถามปลายเปิด คำถามเกี่ยวกับประเด็นความพึงพอใจต่อ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครพนม ประกอบด้วย 28 ข้อความ เป็นข้อความที่ให้นักท่องเที่ยว ระบุความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพแต่ละอย่าง เป็น 5 ระดับ ตั้งแต่พอใจมากที่สุด (5) ถึงพอใจพบน้อยที่สุด (1) (Likert Scale) คำถามตอนสุดท้ายเป็นการวัดความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อความ เพื่อให้ผู้ตอบระบุ

ความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนซ้ำ การเล่าประสบการณ์ให้คนอื่นฟัง และการแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยว ผู้ที่มีความตั้งใจจะกลับมาหรือจะบอกต่อผู้อื่นจะได้คะแนน 5 ส่วนผู้ที่ระดับความตั้งใจในระดับต่ำสุดจะได้คะแนน 1 ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของสเกลที่ใช้ในการวัดปัจจัยความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของภาษาและความน่าเชื่อถือของสเกลที่ใช้วัดความพึงพอใจ พบว่าค่า Cronbach's Alpha Reliability เท่ากับ 0.950 ซึ่งสูงกว่า 0.7 หมายความว่าความสอดคล้องภายในสเกลที่วัดปัจจัยความพึงพอใจมีความเหมาะสม

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยจำแนกกลุ่มตัวแปรด้วย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression)

4. ผลการศึกษา/ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

จากกลุ่มตัวอย่างชาวไทยจำนวน 400 คน ร้อยละ 59 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุไม่เกิน 40 ปี โดยแบ่งเป็นกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 26.50 กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 22 และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 20.75 เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบมีสถานภาพโสด (ร้อยละ 49.75) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 47.75) รองลงมา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 45.50) ในด้านของอาชีพร้อยละ 27.50 กำลังเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 14.75 รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจ อีกร้อยละ 13.25 ประกอบอาชีพอิสระ ในด้านของรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 45.25 มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท รองลงมาหรือร้อยละ 37.75 มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือร้อยละ 35.75 เป็นชาวจังหวัดนครพนมเอง รองลงมาเป็นชาวจังหวัดอื่น ๆ ในภาคอีสาน (ร้อยละ 29.75) ชาวจังหวัดภาคกลางร้อยละ 13.25 ชาวกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 12.50

ในด้านของพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.50 ไม่พักค้างคืนหรือท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ ส่วนที่เหลือพักค้างคืน 1 คืน และ 2 คืนขึ้นไปตามลำดับ ร้อยละ 38 เดินทางมากับญาติพี่น้อง ร้อยละ 26 เดินทางมากับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน ส่วนใหญ่ร้อยละ 78.25 เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประเด็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

ตาราง 1 การวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม

ประเด็นความพึงพอใจและปัจจัย	Factor Loadings	Variance Explained	Cronbach's Alpha	Mean Values
ปัจจัยที่ 1 ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว (EV 12.663)		45.225	.916	4.07
ความปลอดภัยของสถานที่พักผ่อน	.789			4.10
ความปลอดภัยในการจราจร	.771			4.12
ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	.741			4.14
โรงแรมที่ได้มาตรฐาน	.731			4.08
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว / ที่พักผ่อน	.706			4.09
ความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	.656			4.08

ตาราง 1 การวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม (ต่อ)

ประเด็นความพึงพอใจและปัจจัย	Factor Loadings	Variance Explained	Cronbach's Alpha	Mean Values
ปัจจัยที่ 2 สินค้าของที่ระลึกและที่จอดรถ (EV 1.960)		6.999	.900	4.07
สินค้าพื้นเมืองมีราคาเหมาะสม	.737			4.06
สินค้าพื้นเมืองมีคุณภาพ	.733			4.12
มีที่จอดรถ ที่กว้างขวาง	.684			4.00
ที่จอดรถใกล้แหล่งท่องเที่ยว	.661			3.98
สินค้าพื้นเมืองมีความหลากหลาย	.627			4.12
สินค้าพื้นเมืองผลิตขึ้นอย่างประณีต	.623			4.04
มีร้านอาหารหลากหลายประเภท	.575			4.03
ความเป็นมิตรและมีน้ำใจของผู้คน	.407			4.22
ปัจจัยที่ 3 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (EV 1.539)		5.495	.886	4.00
การถ่ายทอดเรื่องราวให้นักท่องเที่ยว	.782			3.95
การให้ความรู้ด้านวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว	.758			4.00
การนำชมแหล่งท่องเที่ยว	.752			3.96
การอนุรักษ์การแต่งกายของชาวบ้าน	.674			4.02
การจัดการแสดงวัฒนธรรม (ห้องแสดงทางวัฒนธรรม)	.673			3.98
การอนุรักษ์สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในท้องถิ่น	.464			4.13
ปัจจัยที่ 4 ความสวยงามของหมู่บ้านและการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน (EV 1.299)		4.639	.826	4.17
ความสวยงามของหมู่บ้าน	.799			4.23
ความสะอาดของหมู่บ้าน	.765			4.26
สิ่งปลูกสร้างของบ้านเรือนมีความแปลกตาจากที่เห็นอยู่ทั่วไป	.693			4.08
การอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน	.614			4.14
ปัจจัยที่ 5 การเข้าถึง (EV 1.104)		3.942	.838	4.12
มีถนนเข้าถึงได้	.767			4.13
มียานพาหนะเข้าถึงได้	.725			4.13

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization

KMO .934 Sig .000

ประเด็นความพึงพอใจทั้ง 28 ประเด็นถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยตัวแปรทั้ง 28 ที่อยู่ในรูปของ Likert – scale ให้เหลือเป็นกลุ่มปัจจัยใหญ่ ที่สามารถจะแปลความหมายให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยการใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) ด้วยวิธีการหมุนแบบ Varimax เพื่อให้แน่ใจว่าตัวแปรทั้ง 28 ข้อ มีความเหมาะสมที่จะนำมาทำการวิเคราะห์ปัจจัย คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบก่อนด้วย Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) และ Bartlett's test of Sphericity (Wong, Cheung, & Wan, 2013; Nunnally & Bernstein, 1994) ผลทดสอบพบว่า ค่าสถิติ KMO เท่ากับ .934 ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.000 หมายความว่า ตัวแปรทั้ง 28 ข้อ มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ปัจจัย กลุ่มปัจจัย (Factor) ที่จะถูกเก็บไว้เพื่อนำมาพิจารณาจะต้องมีค่า Eigenvalue มากกว่า 1.00 และถ้ากลุ่มปัจจัยมีค่า Eigenvalue ต่ำกว่า 1.00 กลุ่มปัจจัยนั้นจะถูกตัดออก เพราะถือว่าไม่มีนัยสำคัญ ข้อความที่ใช้วัดความพึงพอใจจะต้องอยู่ในกลุ่มปัจจัยเดียว และไม่อยู่เหลื่อมกัน (Hou et al., 2010; Yoon & Uysal, 2005) จุดตัดของค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ของแต่ละตัวแปรในแต่ละกลุ่มปัจจัยควรสูงกว่า 0.5 (Nunnally & Bernstein, 1994)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่แสดงอยู่ในตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ประเด็นความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครพนมสามารถจำแนกออกเป็น 5 ปัจจัย แต่อย่างไรก็ตามมีประเด็นความเป็นมิตรและมีน้ำใจของผู้คน และ ประเด็นการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติและสิ่งปลูกสร้างในท้องถิ่นที่มีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งคณะผู้วิจัยไม่ได้ตัดออก และยังคงเก็บไว้ ในด้านของความน่าเชื่อถือของตัวแปรในแต่ละกลุ่มปัจจัย มีค่า Cronbach's Alpha สูงกว่า 0.7 ในทั้ง 5 กลุ่มปัจจัย หมายความว่า ข้อความทั้งหมดในแต่ละกลุ่มปัจจัย มีความน่าเชื่อถือสูงกว่าเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับ (Hair et al., 1998) ปัจจัยทั้ง 5 กลุ่ม ถูกนำมากำหนดชื่อใหม่ให้สอดคล้องกับตัวแปรย่อยในแต่ละกลุ่ม

ปัจจัยที่ 1 ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยที่ 4.07 แต่มีค่าความแปรปรวนสูงที่สุด อยู่ที่ 45.225 และค่าความน่าเชื่อถือ ที่ 0.916 เหตุที่กลุ่มปัจจัยที่ 1 ได้รับการตั้งชื่อ ว่าความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจาก ประกอบไปด้วย ประเด็นของความปลอดภัยเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ ความปลอดภัยของสถานที่พักผ่อน ความปลอดภัยในการจราจร ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ 2 สินค้าของที่ระลึกและที่จอดรถ เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ 3 เท่า ๆ กับปัจจัยที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.07) ค่าความน่าเชื่อถือของปัจจัยนี้อยู่ที่ 0.900 องค์ประกอบหลักของปัจจัยที่ 2 เป็นเรื่องของความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกในแง่ของราคาของที่ระลึกที่เหมาะสม สินค้าพื้นเมืองมีคุณภาพ สินค้ามีความหลากหลาย และผลิตขึ้นอย่างประณีต ความพึงพอใจเกี่ยวกับร้านอาหารถูกจัดอยู่ในกลุ่มปัจจัยนี้ด้วย เนื่องจากอาหารเป็นสินค้าบริโภคชนิดหนึ่ง

ปัจจัยที่ 3 ได้รับการตั้งชื่อว่า การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะ ประกอบไปด้วยประเด็นความพึงพอใจเกี่ยวกับการถ่ายทอดเรื่องราวให้นักท่องเที่ยว การให้ความรู้ด้านวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว การนำชมแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์การแต่งกายของชาวบ้าน การจัดแสดงวัฒนธรรม และการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติและสิ่งปลูกสร้างในท้องถิ่น ปัจจัยที่ 3 นี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยกว่าด้านอื่น ที่ค่าเฉลี่ย 4.00

ปัจจัยที่ 4 ความพึงพอใจด้านความสวยงามของหมู่บ้านและการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน เป็นประเด็นที่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากกว่าความพึงพอใจต่อประเด็นอื่น อีก 4 ประเด็น โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 4.17 องค์ประกอบหลักของปัจจัยนี้ ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความสวยงามของหมู่บ้านและความสวยงามของหมู่บ้าน ซึ่ง 2 ประเด็นนี้ นักท่องเที่ยวพอใจในระดับมากที่สุด อีก 2 องค์ประกอบของปัจจัยกลุ่มที่ 4 คือ ความพึงพอใจต่อความสวยงามแปลกตาของสิ่งปลูกสร้างของบ้านเรือนและการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน

ปัจจัยที่ 5 การเข้าถึง เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับที่ 2 ด้วยค่าเฉลี่ย 4.12 ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ นักท่องเที่ยวพึงพอใจเกี่ยวกับการมีถนนเข้าถึงชุมชนได้ และยานพาหนะสามารถเข้าถึงชุมชนได้

ต่อไปเป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครพนม ซึ่งวัดจาก ค่าเฉลี่ยของตัวแปร 3 ตัวได้แก่ ตัวแปรที่ 1 ได้แก่ ความเป็นไปได้ที่นักท่องเที่ยวจะเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ผู้อื่นฟัง ตัวแปรที่ 2 คือ ความเป็นไปได้ที่จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และตัวแปรที่ 3 คือ ความเป็นไปได้ที่จะกลับมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซ้ำ

ตาราง 2 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยตัวแปรองค์ประกอบความภักดีของนักท่องเที่ยว

ความเป็นไปได้ที่จะเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ผู้อื่นฟัง	ความถี่	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
อาจจะไม่เล่า	2	0.5	4.65
ไม่แน่ใจ	13	3.3	
อาจจะเล่า	106	26.5	
เล่าให้ฟังแน่นอน	279	69.8	
รวม	400	100.0	
ความเป็นไปได้ที่จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
จะไม่แนะนำ	1	0.3	3.81
อาจจะไม่แนะนำ	5	1.3	
ไม่แน่ใจ	97	24.3	
เป็นไปได้ที่จะแนะนำ	260	65.0	
จะแนะนำแน่นอน	37	9.3	
รวม	400	100.0	
ความเป็นไปได้ที่จะกลับมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซ้ำ	ความถี่	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
จะไม่กลับมา	1	0.3	3.39
อาจจะไม่กลับมา	28	7.0	
ไม่แน่ใจ	198	49.5	
มีความเป็นไปได้มากที่จะกลับมา	160	40.0	
กลับมาแน่นอน	13	3.3	
รวม	400	100.0	
ค่าเฉลี่ยความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม			3.95

ค่าเฉลี่ยความเป็นไปได้ที่นักท่องเที่ยวจะเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ผู้อื่นฟัง คือ 4.65 หมายความว่า นักท่องเที่ยวจะเล่าประสบการณ์ที่ได้รับให้ผู้อื่นฟังอย่างแน่นอน ค่าเฉลี่ยของตัวแปรความเป็นไปได้ที่จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวเท่ากับ 3.81 หมายความว่า มีความเป็นไปได้ที่นักท่องเที่ยวจะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยว สำหรับค่าเฉลี่ยของตัวแปรความเป็นไปได้ที่จะกลับมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซ้ำ เท่ากับ 3.39 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยังไม่แน่ใจว่าจะกลับมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จังหวัดนครพนมอีกหรือไม่ ค่าเฉลี่ยของตัวแปรความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทาง

วัฒนธรรมเท่ากับ 3.95 หมายความว่า เมื่อพิจารณาจากความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน ร่วมกัน นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนมในระดับมาก ตัวแปรความภักดีจะนำมาใช้เป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังต่อไปนี้

ตาราง 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม			
ตัวแปรต้น (Independent Variables)	ปัจจัยที่ 1 ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ,ปัจจัยที่ 2 สินค้าของที่ระลึกและที่จอดรถ, ปัจจัยที่ 3 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, ปัจจัยที่ 4 ความสวยงามของหมู่บ้านและการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน, ปัจจัยที่ 5 การเข้าถึง			
Prediction: Goodness of Fit				
Multiple R	.850			
R Square	.723			
Adjusted R Square	.720			
Standard Error	.272			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Squares	Mean Square	
Regression	5	76.437	15.287	
Residual	394	29.278	.074	
F = 205.723	Sig F = .000			
Durbin-Watson	1.711			
Explanation: Variables in the Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficient (B)	Standardized Coefficient (Beta)	t-value	Sig.
ปัจจัยที่ 2 สินค้าของที่ระลึกและที่จอดรถ	.176	.230	5.082	.000
ปัจจัยที่ 3 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	.183	.240	5.995	.000
ปัจจัยที่ 5 การเข้าถึง	.147	.212	6.165	.000
ปัจจัยที่ 4 ความสวยงามของหมู่บ้านและการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน	.153	.179	5.230	.000
ปัจจัยที่ 1 ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	.136	.180	4.371	.000
Constant	.704		6.623	.000

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) ใช้เพื่อตรวจสอบผลกระทบและความสำคัญของตัวแปรต้น ทั้ง 5 ตัวแปร ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ปัจจัย ที่มีต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม (ตัวแปรตาม) จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนที่แสดงอยู่ในตารางที่ 5 การแปลผลการทดสอบ Goodness-of-fit ของโมเดลการถดถอยสรุปผลดังนี้ ค่า Multiple R ของปัจจัยความพึงพอใจ ปัจจัยที่ 1 – ปัจจัยที่ 5 ที่มีต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเท่ากับ 0.850 หมายความว่าตัวแปรทั้ง 5 ตัวแปร มีสหสัมพันธ์สูงมากกับตัวแปรตาม (ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม)

ประการที่ 2 ค่าสัมพันธการถดถอย (R Squared) เท่ากับ 0.723 หมายความว่า ประมาณร้อยละ 72 ของความแปรปรวนของความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนมสามารถที่จะถูกทำนายได้ด้วยปัจจัยความพึงพอใจทั้ง 5 ปัจจัย

ประการสุดท้าย F-Ratio ที่ 205.723 มีนัยสำคัญที่ 0.000 หมายความว่าผลของโมเดลการถดถอยที่ได้มานี้ ไม่ได้เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญ ข้อมูลทั้งหมดมีความเหมาะสมที่จะใช้ทำนายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความพึงพอใจทั้ง 5 ปัจจัย กับความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดนครพนม

เพื่อที่จะอธิบายความสำคัญของปัจจัยความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน ที่มีต่อความแปรปรวนของความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม คณะผู้วิจัยพิจารณาจากค่า Standardized Coefficients (Beta) จากผลการวิเคราะห์ที่แสดงอยู่ในตาราง 5 จะเห็นได้ว่าปัจจัยความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว แต่ ทั่วด้วยน้ำหนักหรือขนาดอิทธิพลที่แตกต่างกันซึ่งแสดงให้เห็นด้วยค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (Beta coefficients) ที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวมีค่าเบต้า 0.24 หมายความว่า ถ้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้ความรู้และต่อการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมจังหวัดนครพนมเพิ่มขึ้น 0.240 หน่วย หรือเท่ากับความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 ในขณะที่ตัวแปรอื่นคงที่

ปัจจัยด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีค่า Beta = 0.240 หมายความว่าความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวในด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครพนม ปัจจัยที่มีความสำคัญ รองลงมาที่จะส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึกและที่จอดรถ มีค่า Beta = 0.230 ตามมาด้วยปัจจัยด้านการเข้าถึง มีค่า Beta = 0.212 ปัจจัยด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Beta = 0.180 และปัจจัยสุดท้าย ปัจจัยด้านความสวยงามของหมู่บ้านและการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน มีค่า Beta = 0.179

5. อภิปรายผล สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่จัดว่าเป็นตลาดหลักของจังหวัดนครพนม คือ ชาวจังหวัดนครพนมเอง รองลงมาเป็นชาวจังหวัดอื่น ๆ ในภาคอีสานจึงอาจกล่าวได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับภูมิภาคอีสานเหนือที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุไม่เกิน 40 ปี โดยเฉพาะคนในกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี ซึ่งมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีซึ่งกำลังศึกษาอยู่ จึงมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทท่องเที่ยวในกลุ่มญาติพี่น้องหรือกลุ่มเพื่อนโดยไม่พักค้างคืนโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจ 28 ด้านต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม สามารถจำแนกความพึงพอใจได้ เป็น 5 ปัจจัย เรียงลำดับความพึงพอใจตั้งแต่พอใจมากที่สุดจนถึงพอใจมาก ดังนี้ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจมากที่สุด คือ ประเด็นความสะอาดและสวยงามของหมู่บ้าน รวมถึงความสวยงามแปลกตาของสิ่งปลูก

สร้าง และการที่ชาวชุมชนมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน ประเด็นนี้จึงชี้ให้เห็นว่าชาวชุมชนได้ดำเนินการมาดีแล้วและจะต้องช่วยกันรักษาสິงที่ดี ๆ เหล่านี้ให้คงอยู่ต่อไป อีก 4 ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจเพียงแคระดับมาก หรือในระดับที่ต่ำกว่าปัจจัยด้านความสะอาดสวยงามของหมู่บ้านคือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึกและที่จอตกร และเป็นสุดท้ายที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่าด้านอื่น คือ ด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์ปัจจัยเป็นเพียงการบอกให้เราทราบว่าปัจจัยความพึงพอใจประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแต่ละปัจจัยมากน้อยเท่าใด แต่เพื่อเป็นประโยชน์ในทางการบริหารจัดการ เพื่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนจะได้นำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยจึงค้นหว่าปัจจัยความพึงพอใจด้านใดจะมีความสำคัญมากที่สุดต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว จึงนำปัจจัยทั้ง 5 มาทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนกับตัวแปรความภักดีของนักท่องเที่ยว

เมื่อนำปัจจัยความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน มาทำการวิเคราะห์หาค่าขนาดอิทธิพล (Beta Coefficient) ว่าปัจจัยความพึงพอใจด้านใด จะมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนมด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว แต่ ด้วยขนาดอิทธิพลที่ลดหลั่นกันลงไป ปัจจัยความพึงพอใจที่มีความสำคัญมากที่สุดหรืออิทธิพล มากที่สุดต่อการที่นักท่องเที่ยวจะเกิดความภักดี คือ ความพึงพอใจด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งปัจจัยด้านนี้เป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยกว่าด้านอื่น

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่ชาวชุมชนและฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวจะต้องกลับไปพิจารณาทบทวน คือประเด็นของการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในประเด็นของการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวด้วยการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ซึ่งอยู่ในรูปของศูนย์ศิลปวัฒนธรรม หรือศูนย์หัตถกรรมต่าง รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และป่าชุมชน ผู้จัดการการท่องเที่ยวอาจจะพิจารณาว่าควรจัดให้มีบุคคลที่เป็นผู้นำชมหรือไม่ ซึ่งวิธีนี้เป็นการสื่อความหมายโดยใช้คนหรืออีกวิธีการหนึ่งคือการจัดทำป้ายสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวอ่านและทำความเข้าใจเอง เพราะนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เดินทางเข้ามาจะไม่มีพื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชนเผ่าต่าง ๆ ซึ่งมีวัฒนธรรมแตกต่างจากวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวต้องการคือการเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ที่เขาได้พบเห็น เมื่อเขาได้เกิดการเรียนรู้ เขาจึงจะเกิดความพึงพอใจและเขาจะนำไปบอกเล่าเกี่ยวกับที่เขาได้รับจากการท่องเที่ยวแก่บุคคลอื่น และแนะนำให้ผู้อื่นเข้ามาท่องเที่ยว ฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญ กับประเด็นการสื่อความหมายหรือการให้ความรู้แก่ความแก่นักท่องเที่ยว

ในด้านของการจัดการการท่องเที่ยว เกี่ยวกับห้องจัดแสดงทางวัฒนธรรมเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่จะต้องได้รับการแก้ไข ห้องจัดแสดงควรเป็นสถานที่ที่มีความดึงดูดใจ น่าเข้าไปเที่ยวชมเพราะการเข้าไปเดินชมสิ่งที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ถือว่าการพักผ่อนอย่างหนึ่ง สิ่งที่ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคือนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ก็คือนักท่องเที่ยวที่เหมือนกับนักท่องเที่ยวทั่วไป คือต้องการได้รับความสุข ความสะดวกสบาย และการผ่อนคลายในขณะท่องเที่ยว การจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

ประเด็นที่มีความสำคัญรองลงมาจากการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวได้แก่ประเด็นของสินค้าของที่ระลึกและที่จอตกร การซื้อของฝากและของที่ระลึกเป็นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังชาวชุมชนต่าง ๆ ควรนำภูมิปัญญาพื้นบ้านที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้เช่น การทำผ้าย้อมคราม ผ้าย้อมสมุนไพร การทำเครื่องจักสาน การทำเครื่องปั้นดินเผา มาพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าของที่ระลึกเพื่อ

จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวนอกจากจะทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ชุมชนโดยตรงแล้ว ยังเป็นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ให้มีความยั่งยืนสืบต่อไป การผลิตสินค้าของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนจะเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นไม่สามารถหาซื้อจากที่อื่นได้จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีด้วยการกลับมาเยือนซ้ำและเกิดการบอกต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ

ผลการวิจัยเรื่องนี้ได้ตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทั้ง 2 ข้อ ได้แก่ การจำแนกปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากปัจจัยย่อย ๆ ทั้ง 28 ด้านออกเป็นปัจจัยใหญ่ ๆ 5 ด้าน ได้แก่ ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึกและที่จอดรถ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ความสวยงามของหมู่บ้านและการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน และ การเข้าถึง สิ่งที่เป็นประโยชน์ทางด้านการบริหารจัดการสำหรับฝ่ายบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคือการปรับปรุงในด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกเพราะปัจจัยทั้งนี้มีความสำคัญในลำดับแรกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว คุณค่าในทางวิชาการของการวิจัยเรื่องนี้คือการแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของการจัดการกับตัวแปรประเด็นความพึงพอใจที่มีจำนวนมากให้เป็นหมวดหมู่ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย และการระบุหรือค้นหาปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน จากประสบการณ์การทำการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้เห็นว่า ยังมีประเด็นอีกหลายประเด็นที่ควรทำการศึกษาต่อไป จึงขอเสนอแนะว่า ควรมีการศึกษาต่อไปในประเด็นต่อไปนี้

1. การประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชนเผ่าในจังหวัดนครพนม
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชนเผ่าในจังหวัดนครพนม
3. ทักษะคติของชาวชุมชนต่อการท่องเที่ยวชุมชนในชุมชนในจังหวัดนครพนม
4. การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชนเผ่าในจังหวัดนครพนมอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). *ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุมชนภาคอีสาน นครพนม*. กรุงเทพฯ :
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2563). *นครพนม เปิดจุดแลนด์มาร์คบ้านวัฒนธรรมโบราณ ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และสินค้าพื้นเมือง*. ค้นจาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG201229205658868>
- Travelista. (2018). *ท่องเที่ยววิถีชนเผ่าที่นครพนม ชมงานศิลป์ถิ่นสนุก*. ค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2562, จาก <http://www.bloggertravelista.com/blogs/15>
- Thailand Tourism Directory. (2018). *ชนเผ่าไทญ้อ*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562, จาก <http://www2.nakhonphanom.go.th/charm/detail/39>
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 56–66.
- Bosnjak, M., Sirgy, M. K., Hellriegel, S., & Maurer, O. (2011). Postvisit destination loyalty judgments: Developing and testing a comprehensive congruity model. *Journal of Travel Research*, 50(5), 496–508.
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: an integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624–636.

- Decrop, A. (2000). The antecedents and consequences of vacationers' dis/satisfaction: Tales from field. *Tourism Analysis*, 5, 203-209.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Heung, V. C. S. (2000). Satisfaction levels of mainland Chinese travelers with Hong Kong hotel services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(5), 308-315.
- Hsu, C. H. C., Cai, L. A., & Li, M. (2010). Expectation, Motivation, and Attitude: A Tourist Behavioral Model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282-296.
- Kozak, M. (2002). Measuring comparative destination performance: A study in Spain and Turkey. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 13(3), 83-109.
- Kozak, M., Bigne, J. E., & Andreu, L. (2004). Satisfaction and destination loyalty: A comparison between non-repeat and repeat tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(1), 43-59.
- Li, M., Cai, L. A., Lehto, X. Y., & Huang, J. (2010). A missing link in understanding revisit intention – the role of motivation and image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4), 335-348.
- Loureiro, S. M. C., & González, F. J. M. (2008). The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourist loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 117-136.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1990). *Tourism: principles, practices, philosophies*, Sixth edition. New York: John Wiley and Son.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Haworth Press.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20(December), 418-430.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Oppermann, M. (2000). Tourism destination loyalty. *Journal of Travel Research*, 39, 78-84.
- Reisinger, Y., & Turner, L. W. (2000). Japanese tourism satisfaction: Gold Coast versus Hawaii. *Journal of Vacation Marketing*, 6(4), 299-317.
- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261-283.
- Shoemaker, S., & Lewis, R. C. (1999). Customer loyalty: the future of hospitality marketing. *International Journal of Hospitality Management*, 18(4), 345-370.
- Wong, M., Cheung, R., & Wan, C. (2013). A Study on Traveler Expectation, Motivation and Attitude. *Contemporary Management Research*, 9(2), 169-186.

- WTO. (1985). The states' role in protecting and promoting culture as a factor in tourism development and the proper use and exploitation of the national cultural heritage of sites and monuments for tourists. Madrid: World Tourism Organization.
- Xu, Y., Li, X., & WEAVER, A. P. (2010). Examining the Dimensions of Travel Behavior: A Case of Chinese Tourists Visiting the United States. *Tourism Analysis*, 15, 367–379.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56.
- Yang, J., Ryan, C., & Lingyun, Z. (2016). Visitors' Motives to Kanas: Determinants and Implications. *Proceedings 22nd Asia Pacific Tourism Association Conference*, June 1-4, 2016, 277-279.
- Yuksel, A. (2001). Managing customer satisfaction and retention: A case of tourist destinations, Turkey. *Journal of Vacation Marketing*, 7(2), 153-168.
- Zeppel, H. (1992). Cultural tourism in Australia: A growing travel trend. Material Culture Unit/Department of Tourism. Townsville, Australia: James Cook University.
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: a meta-analysis. *Tourism Management*, 40, 213-223.

ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพ ของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย

Relationships Between Professional Codes of Ethics in Digital Era and Professional Sustainability of Tax Auditors in Thailand

ฉันทยา มันทะ* และชจิต ณ กาฬสินธุ์²

Chantaya Munta* and Khajit Na Kalasindhu²

Received : December 28, 2021 Revised : May 23, 2022 Accepted : May 27, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย ทั้งนี้จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 6 ด้าน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย จำนวน 183 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์หาคู่ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน ด้านความเที่ยงธรรมในการประกอบวิชาชีพ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพโดยรวม ผลลัพธ์จากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้สอบบัญชีภาษีอากรควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล เพื่อเพิ่มคุณภาพและความน่าเชื่อถือของตนเองและปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดและเป็นที่ยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายว่าปฏิบัติงานตรงไปตรงมา และทำให้เกิดความยั่งยืนต่อการประกอบวิชาชีพสอบบัญชีต่อไป

คำสำคัญ : จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ความยั่งยืนในวิชาชีพ ผู้สอบบัญชีภาษีอากร

* นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

* Master of Accounting, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhonphanom University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

² Assistant Professor, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhonphanom University

*Corresponding author E-mail: 626171120100@npu.ac.th

Abstract

This research aims at the investigation on the relationship between professional codes of ethics in digital era and professional sustainability of tax auditors in Thailand. This time professional codes of ethics in digital era consists of 6 sides. Data was collected from 183 tax auditors in Thailand by stratified random sampling method via mailed questionnaire as data correlation instrument. This research employs multiple correlation and multiple regression as statistical techniques. The results of this research show that professional codes of ethics in digital era in transparency, objectivity, and accountability aspects have positive relationships and impacts on professional sustainability. In addition, the results also imply that tax auditors should be intend to the improvement of professional codes of ethics in digital era to enhance the quality and reliability of their operational success according to the related regulations, and accepted by stakeholders that work honestly and cause sustainability to continue practicing the auditing profession.

Keywords : Professional Codes of Ethics in Digital Era, Professional Sustainability, Tax Auditors

1. บทนำ

ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่นำพาโลกของเราเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว และพลิกผันหลายสิ่งในโลกของธุรกิจ ทุกวันนี้ไม่มีอาชีพไหนเลยที่ไม่โดนแทรกแซงด้วยดิจิทัล โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีที่มีคุณค่าและมีความสำคัญกับทุกองค์กรธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลจึงควรมีทักษะด้านเทคโนโลยี การคิดวิเคราะห์ การบริหารจัดการยุคใหม่ เพื่อเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ฝ่าฟันทุกอุปสรรคที่จะถูกแทรกแซงด้วยดิจิทัลไปให้ได้สำหรับแนวทางในการพัฒนาวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และให้ความสำคัญกับระบบธรรมาภิบาลเพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องและตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป (ปิยพงศ์ ประไพศรี และกาญจนา นันทพันธ์, 2563 : 421) ผู้ประกอบการหรือกลุ่มธุรกิจ มีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลรายงานทางการเงินที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป และต้องเป็นไปตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร เพื่อให้ผู้รายงานทางการเงินเหล่านี้ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลในการลงทุนหรือให้กู้ยืมเงินกับกลุ่มธุรกิจรายใหม่ได้ โดยต้องผ่านการตรวจสอบตามมาตรฐานที่กำหนดไว้เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ให้ข้อมูล (สุชาย ยังประสิทธิ์กุล, 2555) เพื่อยืนยันความถูกต้องของรายงานทางการเงินธุรกิจ โดยปฏิบัติงานอยู่บนพื้นฐานจรรยาบรรณในวิชาชีพอยู่ตลอดเวลา เพื่อเสริมสร้างเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพให้เป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าและสาธารณชนในอันที่จะเชื่อมั่นและไว้วางใจในผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพ

จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล (Professional Codes of Ethics in Digital Era) เป็นข้อกำหนดความประพฤติหรือวิธีปฏิบัติงานที่ผู้ประกอบวิชาชีพต้องยึดถือและปฏิบัติ โดยต้องนึกถึงคุณประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญสำหรับการปฏิบัติงานในยุคดิจิทัลสมัยใหม่ เพื่อเสริมสร้างเกียรติแห่งวิชาชีพให้เป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าและสาธารณชนในอันที่จะเชื่อมั่นและไว้วางใจในผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพ ในปัจจุบัน ยุคที่กระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังมาแรงส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจของภาคธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งวิวัฒนาการทางการบัญชียุคปัจจุบันมุ่งเน้นความสะดวก รวดเร็ว ทันต่อเวลา ส่งผลให้ธุรกรรมทางการเงินมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

(นันทวรรณ บุญช่วย, 2563) ต้องมีการปรับตัวหรือเตรียมความพร้อมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยผู้สอบบัญชีภาษีอากรจะต้องมีกระบวนการตรวจสอบด้วยความระมัดระวังมากยิ่งขึ้น และต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอย่างเคร่งครัด ซึ่งพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 ได้บัญญัติเรื่องจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีประกอบด้วย ด้านความโปร่งใส (Transparency) ด้านความเป็นอิสระ (Independence) ด้านความเที่ยงธรรม (Objectivity) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity) และอาจจะต้องนำข้อบังคับหรือจรรยาบรรณวิชาชีพทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้เป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านความมีวินัยในตนเอง (Discipline) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) มายึดถือปฏิบัติเพิ่มเติมจากจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่ปฏิบัติอยู่แล้ว (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจันทพร, 2563 : 2-23)

ความยั่งยืนในวิชาชีพ (Professional Sustainability) เป็นผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานที่ได้รับงานจากลูกค้า รายเก่าและรายใหม่ให้เข้าทำการปฏิบัติงานที่มีอยู่ในระยะยาว เนื่องจากได้รับการยอมรับในผลงานการปฏิบัติงานที่สะสม จากความสำเร็จในอดีตจากลูกค้าหรือผู้ที่มีส่วนได้เสีย โดยได้รับค่าตอบแทนตามที่คาดหวัง และมีความสุขในการทำงาน ความยั่งยืนในวิชาชีพหรือความสำเร็จในอาชีพสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านความสุขในการทำงาน (Happiness) ด้านความก้าวหน้า (Progress) ด้านความภาคภูมิใจ (Pride) และด้านการยอมรับนับถือ (Respect) (สมชาติ กิจยรรยง, 2560 : 55-56) ซึ่งด้านความสุขในการทำงาน เป็นการรับรู้ได้ว่าตนเองมีความรัก มีความยินดีที่จะปฏิบัติงานทุกอย่างที่เป็นองค์ประกอบของงาน เพลิดเพลินใจในการทำงาน นอกจากนี้ด้านความก้าวหน้า คือ การได้รับความก้าวหน้าในวิชาชีพบัญชี มีโอกาสได้รับการอบรม เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ ทักษะและความชำนาญหรือได้รับเชิญให้เป็นวิทยากรให้ความรู้ด้านวิชาชีพบัญชี พร้อมทั้งมีการปรับกระบวนการทำงานหรือใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อีกทั้งส่วนด้านความภาคภูมิใจ เป็นความรู้สึกที่มีต่อตนเองในทางที่ดีกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และด้านการยอมรับนับถือ คือ การได้รับการยอมรับความไว้วางใจ และสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมและได้รับความไว้วางใจ จากลูกค้ารายใหม่ให้ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การประกอบวิชาชีพบัญชีโดยยึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ จะส่งผลให้ผู้ประกอบวิชาชีพมีความความยั่งยืนและประสบผลสำเร็จในวิชาชีพต่อไป

ผู้สอบบัญชีภาษีอากร (Tax Auditors) เป็นผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจากกรมสรรพากร กระทรวงการคลังโดยแต่งตั้ง ให้ผู้ผ่านการทดสอบตามที่กฎหมายกำหนด ให้ปฏิบัติหน้าที่ตรวจสอบและรับรองบัญชีงบการเงินหรือรายงานทางการเงิน ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลขนาดเล็ก ที่มีทุนจดทะเบียน ไม่เกิน 5 ล้านบาท รายได้และสินทรัพย์ รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท ด้วยเหตุที่กระทรวงพาณิชย์อาศัยพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ได้ออกกฎกระทรวงว่าด้วยการยกเว้นไม่ต้องจัดให้รายงานทางการเงินได้รับการตรวจสอบและแสดงความเห็นโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต พ.ศ. 2544 โดยให้บังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบบัญชีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2545 เป็นต้นไป เพื่อให้ความเชื่อมั่นกับ นักลงทุน หรือผู้มีส่วนได้เสีย ที่จะใช้รายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดเล็กสามารถนำข้อมูลไปใช้ตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้ออกกฎหมายกำหนดให้ผู้สอบบัญชีภาษีอากร ดำเนินการตรวจสอบรายงานทางการเงินที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องตรวจสอบโดยอาศัยมาตรา 3 สัตตแห่งประมวลรัษฎากรและประกาศอธิบดีกรมสรรพากร (กรมสรรพากร, 2564 : เว็บไซต์) ดังนั้น ผู้สอบบัญชีภาษีอากร จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความรู้ ความสามารถ มีความชำนาญในการตรวจสอบบัญชี มีความเป็นอิสระ และต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพื่อการตรวจสอบและรับรอง บัญชีที่ถูกต้องต่อไป

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณ วิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาและเป็นแนวทางในการประกอบวิชาชีพ

สอบบัญชี โดยตระหนักถึงจรรยาบรรณวิชาชีพในการปฏิบัติ เพื่อให้รายงานทางการเงินมีประสิทธิภาพประสิทธิผลและนำไปสู่ความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี

2. วัตถุประสงค์

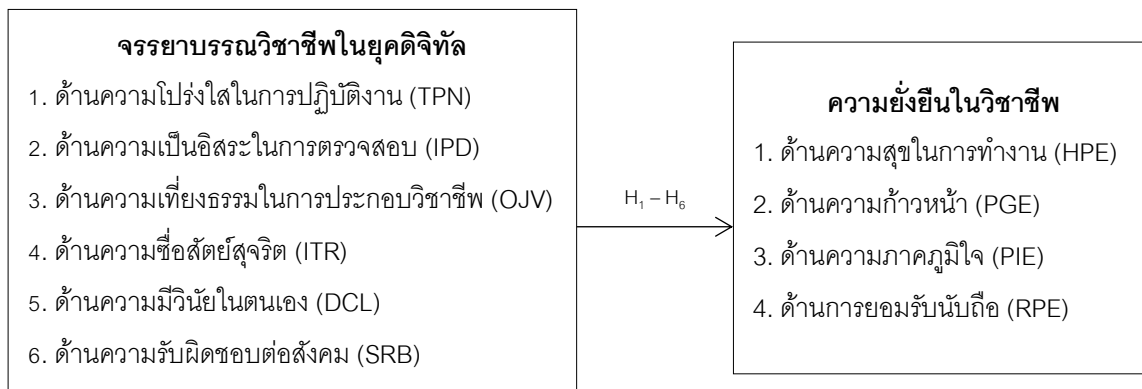
2.1 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย

2.2 เพื่อทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลที่มีต่อความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย

3. กรอบแนวคิด

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดให้จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลเป็นตัวแปรอิสระ และความยั่งยืนในวิชาชีพเป็นตัวแปรตาม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพ



1. จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล (Professional Codes of Ethics in Digital Era)

จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล หมายถึง สิ่งที่กำหนดความประพฤติหรือวิธีปฏิบัติงานที่ผู้ประกอบวิชาชีพทุกคนต้องยึดถือ เพื่อดำรงไว้ซึ่งความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการ ความเชื่อถือได้ในผลงาน ความเป็นมืออาชีพ คุณภาพของงานบริการ และเสริมสร้างเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพให้เป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าและสาธารณชนที่จะเชื่อถือและไว้วางใจในผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพ (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจันทพร, 2563: 2-21) และเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้ผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีหลักการและแนวทางปฏิบัติตามที่ถูกต้องเหมาะสมในสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานในวิชาชีพ เช่น การนำหลักคุณธรรม 4 ประการของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช มาเป็นกรอบทิศทางในการดำเนินชีวิตและการทำงาน ซึ่งจำเป็นต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่คดโกง มีการประพฤติตนอย่างตรงไปตรงมา ตรงต่อความเป็นจริง ประกอบอาชีพที่สุจริต มีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น มีความตั้งใจและมีความรับผิดชอบต่อการทำงาน ปฏิบัติตนตามกฎหมายระเบียบที่องค์กรตั้งไว้ มีความเสียสละเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อผู้อื่น มีความกตัญญู โดยสำนึกบุญคุณในการอุปการะช่วยเหลือของผู้อื่น และตอบแทน

คุณความดีของบุคคลดังกล่าวด้วยความดี (กาญจนา สุระ, 2554 : 5-6) และข้อกำหนดการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพของงานสอบบัญชีนั้นเป็นพื้นฐานสำคัญของบุคลากรที่ต้องปฏิบัติงานในด้านความยุติธรรม เสมอภาค ความเป็นกลาง เพื่อปฏิบัติงานได้อย่างมีความเป็นอิสระในการแสดงความคิดเห็นต่อรายงานทางการเงินรวมทั้งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้งบการเงินต่อไป และหากผู้สอบบัญชีมีจรรยาบรรณในวิชาชีพดังกล่าวก็สามารถที่จะอธิบายความสัมพันธ์ไปยังคุณภาพงานสอบบัญชีนั้นได้เช่นกัน (เยวณาด หนามหุ้ย, 2559) ผู้ที่มีจรรยาบรรณวิชาชีพที่ดี ย่อมเป็นผู้ที่ซื่อสัตย์รักษามาตรฐานจรรยาบรรณวิชาชีพของตน ไม่ประพฤติตนนอกกรอบจริยธรรม แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องให้ความสำคัญกับกฎระเบียบข้อบังคับ วิธีประพฤติปฏิบัติ ซึ่งเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้การประกอบวิชาชีพสอบบัญชีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องและตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล (Professional Codes of Ethics in Digital Era) การปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพในสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทางการบัญชีที่เกิดจากพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบการตรวจสอบให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยสามารถเชื่อมโยงข้อมูลหรือสารสนเทศจากช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลที่หลากหลายและมีความตระหนักถึงคุณประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ ประกอบด้วย 6 ด้าน โดยประยุกต์จากแนวคิดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของ นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และ ศิลพร ศรีจันเพชร (2563) และจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาของ ยนต์ ชุ่มจิต (2558) ดังนี้

- 1) ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน (Transparency : TPN) เป็นภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบต่าง ๆ และมาตรฐานวิชาชีพที่กำหนดไว้ และไม่ปกปิดข้อเท็จจริงหรือบิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญ
- 2) ด้านความเป็นอิสระในการตรวจสอบ (Independence : IPD) เป็นการปฏิบัติหน้าที่โดยปราศจากอิทธิพลของบุคคลอื่น ความเป็นอิสระนี้จะต้องเป็นที่ประจักษ์ เพื่อให้ผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเป็นที่เชื่อถือได้
- 3) ด้านความเที่ยงธรรมในการประกอบวิชาชีพ (Objectivity : OJV) เป็นการใช้ดุลยพินิจของผู้ประกอบวิชาชีพโดยปราศจากความลำเอียง อคติ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และอิทธิพลของบุคคลอื่น
- 4) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity : ITR) เป็นการประพฤติอย่างตรงไปตรงมา จริงใจ ซื่อตรงต่อวิชาชีพ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง ปฏิบัติงานบนหลักฐานที่เป็นจริงและเชื่อถือได้
- 5) ด้านความมีวินัยในตนเอง (Discipline : DCL) เป็นความสามารถในการบังคับควบคุมตนเองทั้งด้านพฤติกรรม ความประพฤติไปในทิศทางที่ดีและเหมาะสมตามที่มุ่งหวังไว้ และ
- 6) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Accountability : SRB) เป็นการประพฤติปฏิบัติตนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ราชอาณาจักรผลประโยชน์ของส่วนรวม ส่งเสริมระบบธุรกิจดิจิทัลทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. ความยั่งยืนในวิชาชีพ (Professional Sustainability)

ความยั่งยืนในวิชาชีพ หมายถึง ผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานที่ได้รับจากลูกค้ารายเก่าและรายใหม่ให้เข้าทำการปฏิบัติงานที่มีอยู่ในระยะยาว เนื่องจากได้รับการยอมรับในผลงานการปฏิบัติงานที่สะสมจากความสำเร็จในอดีต จากลูกค้า ผู้ที่มีส่วนได้เสีย พร้อมได้รับคำตอบแทนตามที่คาดหวังและมีความสุขในการทำงาน ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความยั่งยืนในวิชาชีพจะเกิดจากความมุ่งมั่น ความพยายามที่จะฝ่าฟันต่อปัญหาอุปสรรคและต้องมีความรู้ความสามารถ ทักษะในวิชาชีพ ทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และปฏิบัติงานตามหน้าที่รับผิดชอบอย่างเต็มความสามารถ และความยั่งยืนในวิชาชีพ สามารถประเมินผลจากการปฏิบัติงานที่สะสมจากความสำเร็จในอดีตจากลูกค้า ผู้ที่มีส่วนได้เสีย เนื่องจากได้รับการยอมรับในผลงาน ประกอบด้วย 4 ด้าน) โดยประยุกต์จากแนวคิดความสำเร็จในการทำงาน ของ สมชาติ กิจยรรยง (2560 : 55 - 56) ดังนี้

- 1) ด้านความสุขในการทำงาน (Happiness : HPE) เป็นการรับรู้ได้ว่าตนเองมีความรักความผูกพันอย่างเหนียวแน่นกับงาน รับรู้ว่าตนมีพันธกิจกับงานในการที่จะปฏิบัติงานให้ มีความสุขใจที่ตนมีหน้าที่ความรับผิดชอบในวิชาชีพของตน
- 2) ด้านความก้าวหน้า (Progress : PGE) เป็นการได้รับความก้าวหน้าในวิชาชีพบัญชีมีโอกาสได้รับการอบรม

เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ ทักษะและความชำนาญหรือได้รับเชิญให้เป็นวิทยากรให้ความรู้ด้านวิชาชีพบัญชี 3) ด้านความภาคภูมิใจ (Pride : PIE) เป็นความรู้สึกที่มีต่อตนเองในทางที่ดีกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และได้ผ่านการประเมินจากหน่วยงานผู้ควบคุมการประกอบวิชาชีพโดยไม่ถูกพักหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ และ 4) ด้านการยอมรับนับถือ (Respect : RPE) เป็นการได้รับการยอมรับ ความไว้วางใจหรือยกย่องจากเพื่อนร่วมวิชาชีพ และได้รับความชื่นชมจากเพื่อนร่วมงานและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี และเป็นที่ยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายว่าปฏิบัติงานตรงไปตรงมา

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลมีบทบาทและความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากความรวดเร็วของเทคโนโลยี อันเกิดจากความคิดอันก้าวล้ำของมนุษย์ ซึ่งมีแนวโน้มว่าหลายสิ่งหลายอย่างได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปได้ไกลมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพสอบบัญชีต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยผู้สอบบัญชีภาววิชาการจำเป็นต้องมีการปรับตัวหรือเตรียมความพร้อมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งผลลัพธ์จากงานวิจัยในอดีตพบว่า จรรยาบรรณการปฏิบัติงานการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความเชื่อถือรายงานทางการเงิน (อรชา ยศทอง, 2557) นอกจากนี้ ความเป็นอิสระในการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี (ประภัสสร สมอออน, 2557) อีกทั้งองค์ประกอบของความไว้วางใจได้ในการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความยั่งยืนของการสอบบัญชี (อัศววิทย์ รอบคอบ, 2562) และการพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพการบัญชีอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงาน (อรณี ศรีคำมูล, 2560) ดังนั้น จึงตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

H₁ : จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ

H₂ : จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความเป็นอิสระในการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ

H₃ : จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความเที่ยงธรรมในการประกอบวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ

H₄ : จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความซื่อสัตย์สุจริต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ

H₅ : จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความมีวินัยในตนเอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ

H₆ : จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ

4. วิธีการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ทั้งหมดจำนวน 3,862 คน กลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (1970) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ จำนวน 400 คน (กรมสรรพากร, 2563) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้สอบบัญชีภาววิชาการในประเทศไทย เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยในครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ ทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถามได้รับแบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 183 ชุด เป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 183 ชุด อัตราผลตอบแทนคิดเป็น

ร้อยละ 45.75 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, และ Day (2001) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สอบบัญชีอากรในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ด้านการสอบบัญชี หรือที่เกี่ยวข้อง ประเภทของผู้สอบบัญชี ลักษณะการประกอบวิชาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลของผู้สอบบัญชีอากรในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 24 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา จรรยาบรรณวิชาชีพ 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน จำนวน 4 ข้อ ด้านความเป็นอิสระในการตรวจสอบจำนวน 4 ข้อ ด้านความเที่ยงธรรมในการประกอบวิชาชีพ จำนวน 4 ข้อ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต จำนวน 4 ข้อ ด้านความมีวินัยในตนเอง จำนวน 4 ข้อ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีอากรในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา ความยั่งยืนในวิชาชีพ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสุขในการทำงาน จำนวน 4 ข้อ ด้านความก้าวหน้า จำนวน 4 ข้อ ด้านความภาคภูมิใจ จำนวน 4 ข้อ และด้านการยอมรับนับถือ จำนวน 4 ข้อ

4.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Corrected Item – total Correlation ซึ่งจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.447 – 0.775 และความยั่งยืนในวิชาชีพ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.484 – 0.797 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2555) ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม ที่เกินกว่า 0.400 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.779 – 0.881 และความยั่งยืนในวิชาชีพ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.796 – 0.921 ซึ่งสอดคล้องกับ เกียรติสุตา ศรีสุข (2552) ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามที่เกินกว่า 0.700 เป็นค่าที่ยอมรับได้

4.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้สถิติในการทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยการใช้ Variance Inflation Factors (VIFs) และสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพ ซึ่งมีสมการ ดังนี้

$$PSB = \beta_0 + \beta_1 TPN + \beta_2 IPD + \beta_3 OJV + \beta_4 ITR + \beta_5 DCL + \beta_6 SRB + \epsilon$$

เมื่อ PSB แทน ความยั่งยืนในวิชาชีพ

TPN แทน จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน

IPD แทน จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความเป็นอิสระในการตรวจสอบ

OJV แทน จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความเที่ยงธรรมในการประกอบวิชาชีพ

ITR	แทน	จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความซื่อสัตย์สุจริต
DCL	แทน	จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความมีวินัยในตนเอง
SRB	แทน	จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
$\mathcal{E}$	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

5. ผลลัพธ์จากการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย

ตัวแปร	PSB	TPN	IPD	OJV	ITR	DCL	SRB	VIFs
$\bar{x}$	4.16	4.39	4.48	4.42	4.57	4.59	4.47	
S.D.	0.49	0.49	0.48	0.48	0.48	0.42	0.51	
PSB	-	0.580*	0.593*	0.655*	0.618*	0.582*	0.704*	
TPN		-	0.737*	0.631*	0.585*	0.536*	0.564*	2.222
IPD			-	0.808*	0.762*	0.658*	0.715*	4.358
OJV				-	0.765*	0.663*	0.768*	3.797
ITR					-	0.656*	0.827*	3.995
DCL						-	0.714*	2.281
SRB							-	4.111

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระ จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความยั่งยืนในวิชาชีพ (PSB) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.580 – 0.704 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF_s ปรากฏว่า ค่า VIF_s ของตัวแปรอิสระจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล มีค่าตั้งแต่ 2.222 – 4.358 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2010) จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความยั่งยืนในวิชาชีพโดยรวม (PSB) ดังนี้

$$PSB = 0.427 + 0.251TPN - 0.121IPD + 0.218OJV - 0.024ITR + 0.095DCL + 0.422SRB$$

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล
กับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย

จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล	ความยั่งยืนในวิชาชีพ (PSB)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.427	0.288	1.483	0.140
ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน (TPN)	0.251	0.074	3.390	0.001*
ด้านความเป็นอิสระในการตรวจสอบ (IPD)	- 0.121	0.105	- 1.155	0.249
ด้านความเที่ยงธรรมในการประกอบวิชาชีพ (OJV)	0.218	0.098	2.223	0.028*
ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (ITR)	- 0.024	0.102	- 0.234	0.816
ด้านความมีวินัยในตนเอง (DCL)	0.095	0.087	1.086	0.279
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (SRB)	0.422	0.096	4.374	0.000*
F = 37.549 p = 0.000 Adj R ² = 0.546				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 แสดงผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า 1) จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ ($\beta_1 = 0.251$, $p < 0.05$) เนื่องจากผู้สอบบัญชีภาษีอากรในยุคที่มีการปฏิบัติงานและการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี สามารถตรวจสอบที่มาที่ไปของข้อมูลได้อย่างชัดเจน และสามารถตรวจสอบวิธีการปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความโปร่งใส เป็นภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติงานตาม กฎระเบียบต่าง ๆ และมาตรฐานวิชาชีพที่กำหนดไว้ ไม่ว่าข้อมูลจะประมวลผลมาในรูปแบบแตกต่างกัน อันเกิดจากเทคโนโลยีทางการบัญชีที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมเชื่อมั่นว่าการปฏิบัติงานในวิชาชีพด้วยความโปร่งใส จะส่งผลให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎระเบียบและมาตรฐานวิชาชีพที่กำหนดไว้ และสอดคล้องกับวิธีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อนุรักษ ทองสุขโขวศ์ (2559 : 22) กล่าวว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีพึงปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส โดยไม่ปิดบังซ่อนเร้น บิดเบือน หรือเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมีการกำกับดูแลที่ดีและสามารถตรวจสอบได้ โดยมีข้อกำหนด เช่น ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง และได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติวิชาชีพบัญชี สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องได้อย่างเพียงพอและสะดวก ตามที่จำเป็นและเหมาะสมแก่กรณี ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H₁

2) จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความเที่ยงธรรมในการประกอบวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ ($\beta_3 = 0.218$, $p < 0.05$) เนื่องจากผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีการประกอบวิชาชีพด้วยความเที่ยงธรรม ตรงไปตรงมา ปราศจากความลำเอียงและอคติ คงไว้ซึ่งความเป็นกลาง ไม่มีการเรียกรับทรัพย์สินหรือประโยชน์ใด ๆ จากบุคคลอื่นหรือจากกิจการที่ตนเป็นผู้สอบบัญชีนอกจากค่าวิชาชีพและหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์หรือสถานการณ์ใด ๆ ที่อาจทำให้ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นกลาง โดยใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงานบนหลักฐานที่เชื่อถือได้ เพื่อความศรัทธาในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นกาลัย บุญคำเมือง (2561: 122) พบว่า ผู้สอบบัญชีภาษีอากรจะต้องมีแนวทางในการจัดทำรายงานเพื่อให้รายงานที่ออกมานั้น มีความถูกต้อง ความเที่ยงธรรม ความชัดเจน ความกะทัดรัด ความสร้างสรรค์ ความสมบูรณ์ และความทันกาล สามารถที่ตรวจสอบ

ย้อนหลังได้และตรงตามมาตรฐานการสอบบัญชีรับรองทั่วไปเพื่อให้ผู้ใช้งบการเงิน เกิดความมั่นใจต่อรายงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตตรา แสนชัย (2559 : 80) พบว่า ผู้สอบบัญชีที่มีจริยธรรมในวิชาชีพจะต้องนำความรู้ทักษะและประสบการณ์ไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ให้บริการตรวจสอบอย่างเต็มที่ มีหลักปฏิบัติงานปฏิบัติตนเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพอย่างสม่ำเสมอ ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่โดยยึดหลักมาตรฐานการตรวจสอบรวมทั้งพัฒนาประสิทธิภาพและความไว้วางใจ เชื่อถือได้ มีผลงานที่ได้มาตรฐานพร้อมทั้งจัดทำรายงานอย่างครบถ้วนสมบูรณ์และทันเวลาดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_3

3) จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ ($\beta_6 = 0.422$, $p < 0.05$) เนื่องจากผู้สอบบัญชีภาษีอากรยึดมั่นต่อความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยการนำเสนองบการเงินให้สอดคล้องกับมาตรฐานซึ่งแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ปกปิดหรือบิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญและนำเสนอผลการตรวจสอบบัญชีที่ถูกต้องต่อผู้มีส่วนได้เสียเพื่อรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวมทั้งนี้ ผลการปฏิบัติงานต้องมีคุณภาพ ครบถ้วน ถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับกระบวนการทำงานโดยใช้นวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานในวิชาชีพมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรชยา ศศทอง (2557 : 96) พบว่า นักบัญชีจะต้องเป็นผู้ที่มีจรรยาบรรณการปฏิบัติงานการบัญชีโดยเฉพาะด้านความซื่อสัตย์และศักดิ์ศรีของวิชาชีพ เพื่อความมั่นคงในอาชีพและความเชื่อถือรายงานทางการเงินซึ่งข้อมูลทางการเงินที่นำเสนอและรายงานงานการเงินจะต้องมีความครบถ้วนสมบูรณ์ และข้อมูลต้องเป็นกลางไม่ลำเอียงการจัดทำงบการเงินของกิจการ รายการและเหตุการณ์ทางบัญชีจะต้องเป็นไปตามความเป็นจริง การวัดมูลค่าของรายการค้าและเหตุการณ์ทางบัญชีที่เข้าเกณฑ์ในการรับรู้รายการ ณ วันที่เสนอรายงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬาลักษณ์ นอนิล (2557 : 84) พบว่า ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตต้องแสดงความรับผิดชอบ ซึ่งสัดส่วนความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีไม่แตกต่างจากกลุ่มวิชาชีพอื่น ผู้สอบบัญชีจะต้องไม่นำข้อมูลนั้นไปเปิดเผย ทั้งนี้รวมถึงการที่ ผู้สอบบัญชี ผู้ร่วมสำนักงานหรือผู้ช่วยผู้สอบบัญชีจะต้องไม่นำข้อมูลที่ได้มาในระหว่างการปฏิบัติงานสอบบัญชีไปใช้ หรือเป็นที่ประจักษ์ชัดว่าได้ใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลภายนอก ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_6

4) จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความเป็นอิสระในการตรวจสอบ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ ($\beta_2 = -0.121$, $p > 0.05$) เนื่องจาก ผู้สอบบัญชีภาษีอากรอาจจะไม่มุ่งมั่นที่ปฏิบัติงานตรวจสอบทุกครั้ง โดยมีส่วนได้เสียในกิจการที่ตนสอบบัญชี และมีความยึดหยุ่นความเป็นอิสระภายใต้กรอบวิชาชีพ หรืออาจจะไม่สามารถเชื่อมโยงสารสนเทศจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย จะทำให้ผลการตรวจสอบมีประสิทธิภาพลดลงในยุคดิจิทัล และอาจจะไม่ให้ความสำคัญกับการวางแผนการตรวจสอบและใช้วิธีการตรวจสอบต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งหลักฐานที่เพียงพอในการแสดงความเห็นต่อรายงานการสอบบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับคู่มือประมวลจรรยาบรรณสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของ สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2561) กล่าวว่า บริการที่เกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศรวมถึงการออกแบบ หรือการนำระบบฮาร์ดแวร์หรือซอฟต์แวร์ไปปฏิบัติ ระบบอาจรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเป็นส่วนหนึ่งของการควบคุมภายในของการรายงานทางการเงิน หรือทำให้เกิดข้อมูลที่กระทบต่อบันทึกทางบัญชีหรืองบการเงิน หรือระบบอาจไม่เกี่ยวข้องกับบันทึกทางบัญชีของลูกค้างานสอบบัญชี การควบคุมภายในของการรายงานทางการเงิน หรืองบการเงิน การให้บริการเกี่ยวกับงานระบบสารสนเทศอาจทำให้เกิดอุปสรรคจากการสอบทานผลงานตนเอง ขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น ๆ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_2

5) จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ($\beta_4 = -0.024$, $p > 0.05$) และด้านความมีวินัยในตนเอง ($\beta_5 = 0.095$, $p > 0.05$) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ เนื่องจากผู้สอบ

บัญชีภาษีอากรปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อจรรยาบรรณวิชาชีพเป็นพื้นฐานอยู่แล้วนั้น ซึ่งในยุคดิจิทัลได้มีการนำเอากระบวนการในการตรวจสอบโดยใช้นวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีเข้ามา มีบทบาทสำคัญสำหรับการปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชีในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดเก็บข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และหลักฐานการตรวจสอบข้อมูล เป็นต้น และในเหตุการณ์บางครั้ง ผู้สอบบัญชีภาษีอากรอาจจะพบกับความเกรงกลัวที่มีต่อการจ้างงานหรืออาจกลัวที่จะสูญเสียลูกค้ารายเก่าและรายใหม่ เนื่องจากลูกค้ามีการพูดถึงไปในทางที่ไม่ดีต่อผู้สอบบัญชีภาษีอากร เช่น ผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความตรงไปตรงมา ไม่อำนวยความสะดวกในบางเหตุการณ์แก่ลูกค้า หรือไม่ทำตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย เลิศภิรมย์สุข (2564 : 62) พบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีตระหนักถึงความสำคัญว่าผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่รู้ว่าเห็นและเข้าไปเกี่ยวข้องกับรายงานที่ผู้ประกอบวิชาชีพเชื่อว่าเป็นข้อมูลที่ผิดอย่างเห็นเป็นสาระสำคัญ หรือต้องไม่รู้ว่าเห็นและเข้าไปเกี่ยวข้องกับรายงานที่ผู้ประกอบวิชาชีพเชื่อว่าเป็นรายงานหรือข้อมูลที่จัดทำขึ้นโดยไม่ไตร่ตรองให้รอบคอบหรือปิดบังข้อมูลที่จำเป็น มีการตระหนักถึงความสำคัญ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยสาเหตุอาจเนื่องมาจากในบางสถานการณ์นั้น ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอาจเกรงกลัวผู้บริหาร/หัวหน้างาน หรือกลัวที่จะสูญเสียลูกค้าที่มาว่าจ้างการทำบัญชีไป และสอดคล้องกับคู่มือประมวลจรรยาบรรณสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของ สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2561) กล่าวว่าอุปสรรคอาจเกิดจากความสัมพันธ์และเหตุการณ์แวดล้อมอันหลากหลาย เมื่อความสัมพันธ์และเหตุการณ์แวดล้อมก่อให้เกิดอุปสรรค อุปสรรคเหล่านั้นอาจก่อให้เกิดการรอมชอม หรือเข้าไปได้ว่าการรอมชอม ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในการปฏิบัติตามหลักการพื้นฐาน ความสัมพันธ์และเหตุการณ์แวดล้อมอาจทำให้เกิดอุปสรรคประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภท และอุปสรรคนั้นอาจกระทบต่อหลักการพื้นฐานได้มากกว่าหนึ่งหลักการ เช่น อุปสรรคที่เกิดจากความสัมพันธ์อันยาวนานหรือใกล้ชิดกับลูกค้าหรือผู้ว่าจ้าง จนทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเกิดความเห็นอกเห็นใจจนเกินไปในผลประโยชน์หรือง่ายต่อการยอมรับในผลงานของบุคคลดังกล่าว ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H₄ และ H₅

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลกับความยั่งยืนในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน ด้านความเที่ยงธรรมในการประกอบวิชาชีพ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ ส่วนจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล ด้านความเป็นอิสระในการตรวจสอบ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความมีวินัยในตนเอง ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนในวิชาชีพ จากผลดังกล่าวทำให้ผู้สอบบัญชีภาษีอากรต้องมุ่งมั่นที่ปฏิบัติงานตรวจสอบทุกครั้ง โดยมีส่วนได้เสียในกิจการที่ตนสอบบัญชี และสามารถเชื่อมโยงสารสนเทศจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อดิจิทัลที่หลากหลายได้เป็นอย่างดี พร้อมนำเอากระบวนการในการตรวจสอบโดยใช้นวัตกรรม เข้ามามีบทบาทสำคัญสำหรับการปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชีในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

7.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากผลลัพธ์ของผลการวิจัยครั้งนี้ช่วยในการยืนยันและสนับสนุนการวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัลส่งผลต่อความยั่งยืนในวิชาชีพได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามการวิจัยนี้ยังมีข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต ซึ่งเป็นการขยายและสร้างสรรค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

7.1.1 ควรมีการศึกษาความเป็นอิสระในการตรวจสอบบัญชีหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ด้านความเชื่อมั่นในงานสอบบัญชียุคดิจิทัล และด้านการยอมรับผลการสอบบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงานด้านสอบบัญชี และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

7.1.2 ควรมีการศึกษาความเสี่ยงในการสอบบัญชีด้านอื่น ๆ เช่น ด้านความเชี่ยวชาญของผู้สอบบัญชี ด้านความชำนาญทางเทคโนโลยี และด้านคุณลักษณะเชิงจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อให้ผู้สอบบัญชีภาษีอากรตระหนักถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน พร้อมมีการพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพและให้การสอบบัญชีมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

7.1.3 ควรเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นการเก็บรวบรวมด้วยวิธีอื่น เช่น การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก หรือการสัมภาษณ์แบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสัมภาษณ์หรือการสนทนาโดยทั่ว ๆ ไป โดยให้ผู้รับการสัมภาษณ์เข้าใจวัตถุประสงค์และทราบข้อมูลให้ผู้สัมภาษณ์ต้องการ เพื่อส่งผลให้งานวิจัยที่ออกมาสามารถนำไปพัฒนาศักยภาพและความสามารถให้ทันสมัยอยู่เสมอ อันจะส่งผลต่อความยั่งยืนในวิชาชีพและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงการมีประสิทธิภาพในปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพและเกิดความน่าเชื่อถือ

7.1.4 ควรหลีกเลี่ยงการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคมของทุกปี เนื่องจากผู้สอบบัญชีภาษีอากรปฏิบัติงานสอบบัญชี และส่งผลให้มีข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับมาน้อยกว่าที่ควร

7.1.5 จากการเปิดตาราง Krejcie และ Morgan เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด เช่น ถ้าต้องการกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 ราย ควรเพิ่มการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง 5 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสุ่ม (จำนวน 2,000 ราย) เพื่อให้ได้จำนวนแบบสอบถามตอบกลับมามากกว่า 400 ราย และสามารถเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณภาพตามที่เปิดตาราง Krejcie และ Morgan (1970)

7.2 ประโยชน์ของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตผลลัพธ์ของการวิจัยในครั้งนี้ ช่วยในการยืนยันและสนับสนุนการวิจัยในอดีตที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพในยุคดิจิทัล มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความยั่งยืนในวิชาชีพได้อย่างชัดเจน ผลการวิจัยครั้งนี้ มีประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

7.2.1 ประโยชน์ทางทฤษฎี การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาตัวแปรอิสระจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในมุมมองใหม่ ๆ โดยมีการนำจรรยาบรรณวิชาชีพอื่น มาปรับใช้ร่วมกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี เพื่อให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไป และผลลัพธ์จากการวิจัยครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการประกอบวิชาชีพตามจรรยาบรรณในยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความยั่งยืนในวิชาชีพ

7.2.2 ประโยชน์ในการนำไปใช้ในการบริหาร จากผลลัพธ์ของการวิจัยครั้งนี้ ผู้สอบบัญชีภาษีอากรควรตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องจรรยาบรรณวิชาชีพ และปรับเปลี่ยนวิธีการประกอบวิชาชีพให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ซึ่งหากผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี หรือวิชาชีพอื่น ยึดถือจรรยาบรรณวิชาชีพ ประพฤติปฏิบัติตนที่สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม จะส่งผลให้การประกอบวิชาชีพมีความก้าวหน้า และยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร.(2563). กำหนดคุณสมบัติ การทดสอบ การขอขึ้นทะเบียน การออกใบอนุญาต การอบรม การต่ออายุและ การขอออกใบแทนใบอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีภาษีอากร ตามมาตรา 3 สัตต แห่งประมวลรัษฎากร. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.rd.go.th/2695.html>.
- กรมสรรพากร.(2563). รายชื่อผู้สอบบัญชีภาษีอากร. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://rtdtaxaudit.rd.go.th/TaxAuditInternet/IRPT0110.action>.
- กาญจนา สุระ. (2554). จริยธรรมทางธุรกิจ. เชียงใหม่ : พีระมิต แมทส์แอนด์ก๊อปปี้นเตอร์.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). ระเบียบวิธีวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. เชียงใหม่ : ครองช่างพรินต์.
- จุฬาลักษณ์ นอนิล. (2557). ผลกระทบของความรับผิดชอบทางการสอบบัญชีที่มีต่อความเชื่อถือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นภลัย บุญคำเมือง. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปรัชญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นันทวรรณ บุญช่วย. (2563). ยุคพลิกผันทางเทคโนโลยีกับการพัฒนานักบัญชีนวัตกรรม. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 3(1), 15-26.
- นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และ ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2563). การสอบบัญชี. กรุงเทพฯ : ทีพีเอเพรส.
- ประภัสสร สมอออน. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระในการสอบบัญชีกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปิยพงศ์ ประไพศรี และ กาญจนา นันทพันธ์. (2563). แนวทางการพัฒนาวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล. วารสารมหาจุฬานาครธรรมศร, 7(12), 421-435
- ยนต์ ชุ่มจิต. (2558). ความเป็นครู. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮาส์.
- เยาวนาถ หมานหมุย. (2559). ผลกระทบของจรรยาบรรณของผู้สอบบัญชีต่อประสิทธิภาพระบบการควบคุมภายใน และคุณภาพงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2561). จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี. ค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.tfac.or.th/upload/9414/5HnUcQr4Rn.PDF>.
- สมชาย เลิศภิมย์สุข. (2564). การตระหนักถึงความสำคัญในการปฏิบัติตามหลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 15(2), 54-66.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2560). คัมภีร์พิชิตเงินล้าน : แบบฉบับการขายสโตร์มืออาชีพ. กรุงเทพฯ : สมาร์ท ไไลฟ์.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2555). ระเบียบวิธีการวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุชาย ยังประสิทธิ์กุล. (2555). การสอบบัญชี. กรุงเทพฯ : ทีพีเอ็น เพรส.
- สุจิตตรา แสนชัย. (2559). ผลกระทบของจริยธรรมทางวิชาชีพบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- อรชยา ยศทอง. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณการปฏิบัติงานการบัญชีกับความเชื่อถือรายงานทางการเงินของธุรกิจอาหารในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อรณี ศรีคำมูล. (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพการบัญชีอย่างต่อเนื่องกับความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อัศววิทย์ รอบคอบ. (2562). ความไว้วางใจได้ในการสอบบัญชีและความยั่งยืนของการสอบบัญชี : การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 17(1), 1-16
- อนุรักษ์ ทองสุขโขวงศ์. (2559). *การบัญชีต้นทุน*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. 7thed. New York : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2010). *Business Statistics for Contemporary Decision Making*. 4thed. USA : John Wiley & Son.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample sizes for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.

พลิกโฉมธุรกิจประกันด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน

Disruptive Blockchain Technology in Insurance Industry

ภาควิชา ฝึกอบรม* และ ดลิตา อมรเหมานนท์²

Pakpoom Phuakphong² and Dalina Amonhaemanon²

Received : November 15, 2021 Revised : May 24, 2022 Accepted : June 8, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการนำ Blockchain Technology มาเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการในธุรกิจประกันภัย โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงเอกสาร เริ่มจากการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในการจัดการฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ให้เชื่อมโยงกันอย่างถูกต้องในอุตสาหกรรมประกันภัย เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นเทคโนโลยีที่จัดเก็บข้อมูลแบบกระจายศูนย์ ข้อมูลจะถูกกระจายไปบันทึกอยู่ในทุกอุปกรณ์ในเครือข่าย โดยจัดเรียงไว้เป็นลำดับ ทำให้ข้อมูลที่ถูกรับบันทึกเข้าสู่ระบบ จะเปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือลบออกได้ยาก จึงเกิดความตื่นตัวที่จะนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เก็บรักษาข้อมูลของธุรกิจประกันภัย ที่ต้องการความถูกต้อง แม่นยำ โปร่งใส สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาที่ไปของข้อมูลได้ ในขณะเดียวกันยังสามารถกำหนดการเข้าถึงข้อมูล การเปิดเผย หรือเงื่อนไขการเข้าถึงได้อีกด้วย ซึ่งตอบสนองต่อเงื่อนไขด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูลบางประเภท ถัดมาเป็นการศึกษาภาพรวมของธุรกิจประกันภัยที่มีการนำบล็อกเชนมาใช้เพื่อเพิ่มความรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการติดตามเงื่อนไขในสัญญา การจ่ายเงิน การตรวจสอบความเสี่ยง อันจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจประกันภัยในอนาคต บทความนี้นอกจากจะให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนในธุรกิจประกันภัยแล้ว ยังทำให้ผู้ศึกษาเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีบล็อกเชน ที่จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงระบบการเงินการประกันภัยในอนาคตอีกด้วย

คำสำคัญ : บล็อกเชน ธุรกิจประกัน การถูกคุกคามจากเทคโนโลยี

* นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรการเงิน การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง

* Bachelor Student in Finance Insurance and Risk Management, Faculty of Commerce and Management at Prince of Songkla University, Trang Campus.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง

² Assistance Professor, Faculty of Commerce and Management at Prince of Songkla University, Trang Campus.

* Corresponding Author Email: dalina.a@psu.ac.th

Abstract

This exploratory qualitative research aims to study the application of Blockchain Technology to increase management efficiency in insurance industry by following a well-documented research methodology. It began by highlighting the significance of utilizing Blockchain technology for handling massive databases in the insurance business. Blockchain technology is a type of decentralized storage. The data is transmitted to all network devices and then structured in order to create the data that is saved in the system. As a result, it appears to be difficult to change, edit, or delete. Furthermore, there has been a resurgence of interest in using Blockchain technology for data storage in the insurance industry. The precision, transparency, and ability to trace data back are all advantages of Blockchain technology. Simultaneously, data access, disclosure, or access conditions that respond to particular data protection rules as well as an overview of the insurance business can be set. Although Blockchain is being used to speed up processes and cut costs in terms of contract monitoring, payment, and risk assessment, it has the potential to alter the insurance sector in the future. Last but not least, this article will not only provide a knowledge of Blockchain technology in the insurance industry, but it will also assist scholars to comprehend the significance of Blockchain, which will revolutionize the financial and insurance systems in the next episode.

Keywords : Blockchain, Insurance Industry, Technology Disruption

1. บทนำ (Introduction)

การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงานในบริษัทประกันภัยนับเป็นสิ่งสำคัญ (Capgemini, 2018) จากการแพร่ระบาดของโควิด - 19 (COVID-19) กระตุ้นให้องค์กรต้องปรับวิธีการทำงานสู่รูปแบบดิจิทัล อีกทั้งความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ผลักดันให้เกิดการแข่งขัน และการแปลงกระบวนการทางธุรกิจของผู้ให้บริการ เช่น บริษัทประกันภัย (Braunwarth, Kaiser, & Müller, 2010) ดังนั้นหากธุรกิจประกันภัยไม่ปรับตัวจะถูกคุกคาม (Disruption) จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเหล่านี้ และมากกว่านั้นเทคโนโลยียังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ให้บริการประกันภัยจึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรองรับลูกค้าปัจจุบัน รวมถึงลูกค้าที่จะเกิดใหม่ในอนาคต (Braunwarth et al., 2010) จากข้อมูลเชิงสถิติ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2562 พบว่า เบี้ยประกันภัยทั่วโลกมีมูลค่า 4.7 ล้านล้านยูโร ส่วนอุตสาหกรรมประกันภัยของไทย ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประชาคมอาเซียน และอยู่ในอันดับที่ 8 เมื่อพิจารณาทั้งเอเชีย และใหญ่เป็นอันดับที่ 27 ของโลก เมื่อพิจารณาแยกเป็นประกันประเภทต่างๆ พบว่าประกันชีวิตมีส่วนแบ่งมากที่สุด คิดเป็น 46 % ของเบี้ยประกันภัยทั้งหมด (ข้อมูลในปี พ.ศ. 2560) อีกทั้งมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไป ในขณะที่ประกันวินาศภัยอื่น ๆ เติบโตช้าแต่มั่นคงที่ 2 % (Thai Re Group, 2017) ประเด็นที่น่าสนใจพบว่า ประกันสุขภาพเป็นกลุ่มที่เติบโตเร็วที่สุดด้วยการเติบโต 5 % เมื่อเทียบกับรายปี คิดเป็น 23 % ของเบี้ยประกันภัยรวมทั้งหมด (McKinsey & Company, 2019)

Blockchain เปิดตัวครั้งแรกในปี ค.ศ. 2008 เพื่อบันทึกธุรกรรมที่ไม่เปลี่ยนรูป และตรวจสอบได้ต่อสาธารณะ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ตัวกลางใด ๆ Blockchain Technology ซึ่งว่าด้วยระบบการเก็บข้อมูลแบบไม่มีตัวกลาง แต่ข้อมูลที่ได้รับการปกป้องจะถูกเข้ารหัสและจัดเก็บเป็นสำเนาไว้ในเครื่องของทุกคนที่ใช้ฐานข้อมูลเดียวกัน โดยทุกคนจะรับทราบร่วมกันว่าใครเป็นเจ้าของ และมีสิทธิในข้อมูลตัวจริงทำให้การปลอมแปลงข้อมูลไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะทุกคนต้องรับทราบ

และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้ (Casino, Dasaklis & Patsakis, 2019) เช่นเดียวกับที่ Kar และ Navin (2020) กล่าวว่า บล็อกเชน เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกต่อการออกแบบระบบ การจัดเก็บข้อมูลกลางทำให้สามารถลดต้นทุน ไม่จำเป็นต้องมีองค์กรกลางมาจัดเก็บข้อมูล ธุรกิจประกันภัย ประกอบด้วย บริษัทที่เสนอการบริหารความเสี่ยงให้กับผู้ถือกรรมสิทธิ์ แนวคิดพื้นฐาน คือ ฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นผู้ประกันตน รับประกันการคุ้มครองเหตุการณ์ในอนาคตที่โชคร้าย ในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ จะจ่ายเงินจำนวนเล็กน้อยเป็นเบี้ยประกัน เพื่อแลกกับการคุ้มครองความเสี่ยง ด้วยคุณสมบัติในแง่ของความโปร่งใส และการเสริมเทคโนโลยีในการทำ Matching กับเทคโนโลยีบล็อกเชนนี้เองที่จะช่วยเพิ่มความเป็นอัตโนมัติเข้าไปในระบบ ทั้งในการตรวจสอบเงื่อนไขต่าง ๆ เพื่อทำการโอนเบี้ยประกันภัย ให้แก่ผู้รับประกันภัยโดยอัตโนมัติตามเงื่อนไขในสัญญา และการตรวจสอบความเสี่ยง ทำให้เทคโนโลยีของธุรกิจประกันภัยมีความคล่องตัวสูงยิ่งขึ้น เทคโนโลยีบล็อกเชนจะเข้ามาช่วยจัดการเรื่องความโปร่งใส และความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เมื่อนำความสามารถเหล่านี้เข้ามาประกอบกันจะได้ระบบที่มีความน่าเชื่อถือ และทดแทนตัวกลางในการทำธุรกรรมด้านประกันภัย อย่างไรก็ตามก็จุดเปลี่ยนดังกล่าวจะส่งผลดี หรือผลเสียกับใครบ้างนั้นในอนาคตไม่มีใครรู้ได้ แต่ในเชิงธุรกิจแล้วข้อมูลในระบบประกันภัยจะมีความโปร่งใสมากขึ้น เมื่อมีการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้กระบวนการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน การชำระเบี้ยประกันภัย รวมถึงการดำเนินงานทางด้านการประกันภัยมีประสิทธิภาพสู่ระดับสากล ทำให้ผู้เอาประกันภัยได้รับการบริการที่ดีขึ้น เกิดความรู้สึกเชื่อมั่น และมีการยอมรับในอุตสาหกรรมประกันภัยมากยิ่งขึ้นในท้ายที่สุด

การศึกษานี้ ต้องการแสดงให้เห็นถึง การประยุกต์ใช้บล็อกเชนในอุตสาหกรรมประกันภัย โดยใช้การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ตามแนวทางของ Mogalakwe (2006) และ Scott (1990) เบื้องต้นผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร รวมถึงทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยการศึกษาจากเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ได้ความถูกต้องชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลมากที่สุด หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาแยกประเภท และจัดให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อแสดงให้เห็นถึงประเด็นสำคัญ และนำทฤษฎีที่ได้วางเป็นกรอบแนวคิดไว้ มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้ 1) การเชื่อมโยงบล็อกเชนกับภาคประกันภัยทำได้อย่างไร 2) บล็อกเชนส่งผลกระทบต่อกิจกรรมหลักในอุตสาหกรรมประกันภัยอย่างไร และ 3) บล็อกเชนถูกนำไปใช้ในหน้าที่ต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมประกันภัยอย่างไร ผลการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้องการใช้บล็อกเชนในภาคธุรกิจกันภัยในประเทศไทยต่อไป

2. การเชื่อมโยงบล็อกเชนกับภาคประกันภัยทำได้อย่างไร

การถือกำเนิดของเทคโนโลยีต่าง ๆ ทั้งคลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) บิ๊กดาต้า (Big Data) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ได้เปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของผู้บริโภคในหลากหลายอุตสาหกรรม กระแสแห่งนวัตกรรมบนอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Innovations on the Internet of Things: IoT) และบล็อกเชนได้สร้างศักยภาพที่ดีในการปรับปรุงกระบวนการให้บริการที่มีอยู่ โดยปรับให้เข้ากับความสามารถของการรับรู้สถานการณ์ขั้นสูง (Reyna et al., 2018) บล็อกเชน เป็นเทคโนโลยีนวัตกรรมที่เปิดตัวครั้งแรกผ่านการเกิดขึ้นของ Bitcoin (Abeyratne & Monfared, 2016) เนื่องจากความสนใจหลักใน Bitcoin บล็อกเชนจึงถูกมองว่าเป็นวิธีสร้างสกุลเงินดิจิทัลใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมได้โดยไม่ต้องเปิดเผยตัวตน (Wang et al., 2017) อย่างไรก็ตามเมื่อเวลาผ่านไป เริ่มมีการสำรวจวิธีการใช้งานจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่เริ่มเห็นประโยชน์ และคุณสมบัติที่ดีของบล็อกเชน ไม่ว่าจะเป็นการไม่เปลี่ยนรูป ความ

สม่าเสมอ ไม่สามารถถูกดัดแปลง หรือลบออกได้ ทำให้เกิดความโปร่งใส (Efanov & Roschin, 2018; Gupta, 2017) ในขณะที่ระบบแบบดั้งเดิมมีแนวโน้มที่จะถูกปลอมแปลง และสามารถเข้าถึงได้ง่าย (Easy Tampering and Hacking) รวมทั้งขาดความโปร่งใสเนื่องจากถูกควบคุมโดยหน่วยงานเดียว (Llorio, 2017; Underwood, 2016) ปัจจุบันความสามารถของเทคโนโลยีบล็อกเชนขยายไปไกลกว่าสกุลเงินดิจิทัลไปสู่งานใช้งานใหม่ ๆ เช่น การเลือกตั้งที่ขับเคลื่อนด้วยบล็อกเชน (Blockchain Powered Elections) กริดไฟฟ้า (Power Grids) ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chains) การจัดการทรัพย์สิน (Property Management) (Rosic, 2017) ในทำนองเดียวกัน Blockchain อาจนำประโยชน์มากมายมาสู่ภาคธุรกิจเช่นกัน การนำบล็อกเชน ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในธุรกิจประกันมีความสำคัญ เพราะสามารถลดต้นทุนลง เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีองค์กรกลางมาจัดเก็บข้อมูล การจัดเก็บข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลกลางด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน จะมีการจัดเก็บฐานข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ไว้กับหน่วยงานทุกหน่วยงานที่ต้องการใช้ข้อมูลดังกล่าว โดยระบบจะส่งข้อมูลที่มีการแก้ไขเพิ่มเติมแบบอัตโนมัติ ไปยังฐานข้อมูลทุกฐานข้อมูลที่หน่วยงานใช้ กระจายไปอย่างถูกต้องครบถ้วน สำหรับความปลอดภัยของข้อมูล และการเข้าถึงข้อมูล สามารถใช้เทคโนโลยีในการเข้ารหัส และระบุตัวตนของข้อมูลที่จะเข้าถึง อีกทั้งยังไม่ต้องกังวลว่าจะมีผู้ใดสามารถเข้ามาปลอมแปลงข้อมูลได้ (Kar et al., 2020) สอดคล้องกับการศึกษาของ Gatteschi และคณะ (2018b) ที่พบว่า บล็อกเชนได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น จากข้อได้เปรียบที่สามารถติดตามผู้ส่งธุรกรรมที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้ทั้งหมด ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงของการปลอมแปลงข้อมูล Gatteschi และคณะ (2018a) ได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคสำหรับธุรกิจประกันภัยที่มีการใช้งานบล็อกเชน และสัญญาอัจฉริยะซึ่งสามารถนำไปใช้กับภาคส่วนอื่น ๆ (พิจารณาตาราง 1 ประกอบ)

ตาราง 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจประกันภัยที่มีการใช้งานบล็อกเชน

จุดแข็ง (S: Strengths)	จุดอ่อน (W: Weaknesses)
- การโอนเงินที่รวดเร็วและต้นทุนต่ำ - ไม่ต้องมีคนกลาง - ระบบอัตโนมัติ (สัญญาอัจฉริยะ) - แพลตฟอร์มที่เข้าถึงได้ทั่วโลก - ข้อมูลส่วนตัวไม่มีการสูญหาย - ไม่สามารถปลอมแปลงหรือดัดแปลงข้อมูลได้	- การใช้พลังงานสูง - ไม่มีคนกลางคอยติดต่อกรณีข้อมูลประจำตัว (รหัสใช้งาน) ของผู้ใช้สูญหาย - ความผันผวนของ Crypto currency - ต้องควบรวมกับเทคโนโลยีอื่นๆ ประกอบ
โอกาส (O: Opportunities)	อุปสรรค (T: Threats)
- มีความได้เปรียบทางการแข่งขันสูง - ลดความซับซ้อนกรณีการแพร่กระจายของ โหนดเครือข่ายเทคโนโลยีอื่นที่มาประกอบ - เป็นเทคโนโลยีใหม่ ที่จะมาเปลี่ยนแปลงโลกการเงิน การประกันภัย ในปัจจุบัน	- ถูกมองว่าไม่ปลอดภัย ไม่น่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีใหม่ - รัฐบาลอาจจะพิจารณาว่าเป็นสัญญาณที่อันตราย - ผู้คนส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ที่มา : Gatteschi et al. (2018a)

Kar และคณะ (2020) สนับสนุนแนวคิดที่ว่าอุตสาหกรรมประกันภัยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง โดยบล็อกเชนเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีหลัก ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจประกันภัย การศึกษาของ Gatteschi และคณะ (2018a) สอดคล้องกับการศึกษาของ Sayegh (2018) ที่สรุปให้เห็นผลการศึกษาเชิงประจักษ์

เกี่ยวกับการนำบล็อกเชนมาใช้ในธุรกิจประกันภัย การประกันภัยต่อ และการประกันภัยแบบเพียร์ทูเพียร์ โดยแสดงให้เห็นว่าการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ จะช่วยให้งานที่ข้อมูลได้แบบเรียลไทม์ สามารถติดตามเวลาที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ Fernandez-Vazquez และคณะ (2019) ยังระบุเพิ่มเติมว่า การสร้างระบบบล็อกเชนช่วยลดการฉ้อโกง จัดความเสี่ยงจากการทุจริตเนื่องจากการประกันภัยแบบซ้ำซ้อน กรณีการทำกรรมสิทธิ์ประกันภัยหลายฉบับของรถยนต์คันเดียวกัน อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบว่ายานพาหนะนั้นเกี่ยวข้องกับประกันภัยอื่นหรือไม่ รวมถึงเจตนาที่จะจำลองอุบัติเหตุ และการได้รับเงินจากกรรมสิทธิ์ประกันภัยต่าง ๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์เดียวกัน นอกจากนี้เพื่อหลีกเลี่ยงการฉ้อโกงการทำประกันภัยแล้ว ระบบบล็อกเชนยังอนุญาตให้บริษัทประกันภัยเข้าถึงประวัติการประกันภัยรถยนต์ได้ เนื่องจากบริษัทประกันภัยจะรักษาข้อมูลที่เป็นความลับเกี่ยวกับลูกค้า และกรรมสิทธิ์ประกันภัย โดยจะเก็บเฉพาะข้อมูลที่ไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยง และสามารถแบ่งปันกับบริษัทประกันอื่นได้ Kevin และคณะ (2016) ระบุว่า สัญญาอัจฉริยะที่สามารถเข้าถึงได้ทางมือถือ ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มความคล่องตัวในกระบวนการอินสินทรัพย์ดิจิทัล และการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวเท่านั้น แต่ยังช่วยลดขั้นตอนที่ผู้คนที่ต้องเผชิญหลังจากเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เมื่อต้องมีการเคลมประกัน ข้อดีอีกประการของการใช้บล็อกเชน คือเรื่องความปลอดภัย บล็อกเชนแสดงให้เห็นถึงรูปแบบของเทคโนโลยีบัญชีแยกประเภทแบบกระจายอำนาจ (Decentralized) ซึ่งหมายความว่าจัดเก็บข้อมูลทางการเงินผ่านเครือข่ายของตน แทนที่จะเก็บไว้ในตำแหน่งหลักเพียงแห่งเดียว ทำให้กระบวนการเรียกร้องค่าสินไหมง่ายขึ้น เบี้ยประกันภัยถูกลง ช่วยให้บริษัทประกันสร้างความคุ้มครองเฉพาะกลุ่ม ที่สำคัญที่สุดคือให้ประโยชน์แก่ผู้ถืออยู่ในภัยพิบัติได้ทันทั่วทั้ง

3. บล็อกเชนส่งผลกระทบต่อกิจกรรมหลักในอุตสาหกรรมประกันภัยอย่างไร

ปัจจุบันธุรกิจประกันในหลายประเทศเริ่มนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ เช่น บริษัท KB Insurance บริษัทประกันภัยขนาดใหญ่ของเกาหลีใต้ บริษัท KB Insurance ให้บริการประกันภัยที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นด้านวินาศภัย ประกันภัยรถยนต์ ประกันเพลิงไหม้ ประกันภัยทางทะเล ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพ รวมไปถึงประกันที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง บริษัท KB Insurance ได้ริเริ่มโครงการพัฒนาระบบเพื่อการสื่อสาร ร่วมกับบริษัทโทรคมนาคมท้องถิ่นของเกาหลีใต้ ที่จะใช้ระบบส่งข้อความผ่านทางมือถือด้วยบล็อกเชน เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการส่งจดหมาย ลดความผิดพลาดกรณีข้อความแจ้งเตือนส่งไม่ถึงมือลูกค้า บริการการส่งข้อความนี้จะรายงานให้ลูกค้าของ KB Insurance ทราบสถานะของตน ไม่ว่าจะเป็นผลการชำระหนี้ การค้างชำระค่าบริการต่าง ๆ ระบบการส่งนี้จะถูกบันทึกทุกขั้นตอนไว้บนบล็อกเชน ของ Korea Internet & Security Agency ซึ่งกระบวนการบันทึกการดำเนินงานดังกล่าว จะช่วยให้ระบบการส่งข้อความดำเนินงานได้ถูกต้องตามกฎหมาย เช่นเดียวกับอีเมลที่ถูกลงทะเบียน และยังสามารถรับประกันว่าการแจ้งเตือนจะส่งถึงลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจที่มากขึ้น การลงทุนพัฒนาวิธีสื่อสารด้วยบล็อกเชนของ KB Insurance นับเป็นครั้งแรกสำหรับวงการประกันภัยที่หันมาใช้งานแจ้งเตือนลักษณะดังกล่าว อย่างไรก็ตาม KB Insurance ไม่ใช่องค์กรเดียวที่เห็นความสำคัญของการสื่อสารกับเทคโนโลยีบล็อกเชน ในภูมิภาคเอเชีย ผิงอัน ซึ่งเป็นบริษัทประกันภัยใหญ่ของประเทศจีนได้ผลักดันการทดลองใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลาง CBDC ไปสู่บริการทางการเงิน มีการออกกรรมสิทธิ์ประกันภัย COVID-19 ที่สามารถซื้อ หรือชำระเบี้ยประกันด้วยหยวนดิจิทัล ผ่าน E-CNY ในเมืองเซินเจิ้น บริษัทมีวิธีทำการตลาด โดยให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันสำหรับผู้ชำระเบี้ยประกันผ่าน E-CNY (Gkritsi, 2021) ในปี ค.ศ.2016 มีการเปิดตัวโครงการอุตสาหกรรมประกันภัยแบบบล็อกเชนเพื่อเพิ่มศักยภาพการประกันภัยทางเกษตร (Re, 2017) การดำเนินการเคลมประกันในแนวทางปฏิบัติที่มีอยู่เดิม เป็นกระบวนการที่ล่าช้าซึ่งขัดขวางทั้งเกษตรกร และผู้ให้บริการประกันภัย มีการเสนอให้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาอนุมัติการชำระเงินคืน โดยทำให้กระบวนการเป็นอัตโนมัติ เพื่อลดเวลาการดำเนินการ (Haveson, Lau, & Wong, 2017) จากข้อมูลของ Kim และ Mehar (2019) และ Sharifinejad, Dorri, และ

Rezazadeh (2020) ระบุว่าเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉิน การประกันภัยเป็นหนึ่งในความช่วยเหลือที่จำเป็น ความท้าทายที่สุดของภาคส่วนนี้ คือ วิธีการตรวจจับ และป้องกันเอกสารปลอม สอดคล้องกับการศึกษาของ Mainelli และ Manson (2016) ที่ระบุว่า ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ตัวอย่างที่ชัดเจน คือ Blockchain Insurance Industry Initiative (B3i) ที่เปิดตัวในปี ค.ศ.2016 เพื่อตรวจสอบศักยภาพของบล็อกเชน พัฒนาความสำเร็จในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบริษัทประกันภัย และการประกันภัยต่อ (Howard, 2017) บล็อกเชนสามารถลดเวลาลดกระบวนการที่ยุ่งยาก และเสียค่าใช้จ่ายน้อยลง โดยการใช้สัญญาอัจฉริยะตรวจสอบเงื่อนไขนโยบายการชำระเงินได้อย่างง่ายดาย (Xu et al., 2020; Jia-lan et al., 2019; Huckstep, 2016; Nath, 2016)

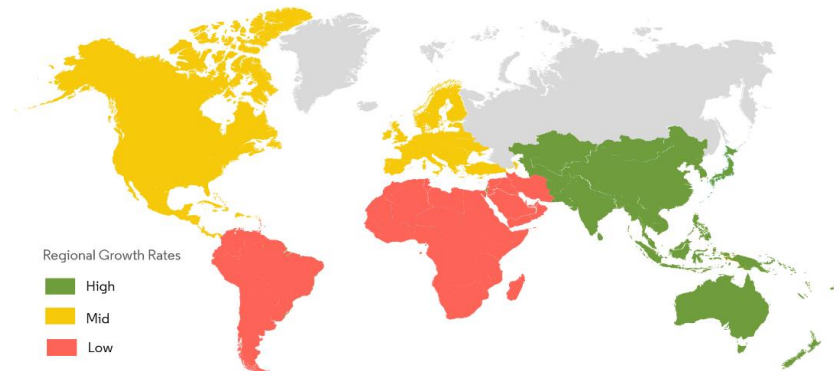
บล็อกเชน (Blockchain) กลายเป็นเทคโนโลยีที่สร้างความประทับใจ ในการแก้ปัญหาระบบประกันร่วมสมัยให้มีประสิทธิภาพ (Borselli, 2020; Singer, 2019) ตัวอย่างเช่น ANZ Bank, Suncorp of New Zealand และ IBM กำลังดำเนินการระบบใหม่เพื่อให้มั่นใจว่าการส่งข้อมูล และการชำระเงินพิเศษระหว่างผู้ประกันตน และนายหน้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการนำบล็อกเชนในการจัดเก็บ และอัปเดตข้อมูลให้มีเพียงเวอร์ชัน (Version) เดียวของของบริษัทประกัน และนายหน้า (Insurers and Brokers) อีกทั้งยังสามารถใช้สัญญาอัจฉริยะดำเนินการเพื่อเริ่มการชำระเงินโดยอัตโนมัติ นอกจากนี้ Allianz ยังใช้โทเคนดิจิทัล (Digital Tokens) จ่ายเงินให้กับบริษัทในเครือทั่วโลก เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Rate Risk) ของประเทศต่าง ๆ (Kim & Mehar, 2019)

บริษัทประกันภัยเอกซ่าในฝรั่งเศส (AXA French insurance company) ซึ่งเป็นบริษัทประกันภัยที่ใหญ่เป็นอันดับสองของยุโรป กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจโลก ในช่วงการระบาดโควิด 19 ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการรวมสกุลเงินดิจิทัลเข้ากับการดำเนินงานในชีวิตประจำวัน AXA เปิดตัวผลิตภัณฑ์ประกันภัยการเดินทางด้วยเครื่องบิน กรณีที่เที่ยวบินเกิดการล่าช้า (Delay) โดยใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน สำหรับเก็บและประมวลผลการจ่ายเงิน ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีชื่อว่า “Fizzy” ที่นำเอาสัญญาอัจฉริยะ (Smart Contract) มาใช้ตรวจสอบการเรียกร้องค่าประกัน ซึ่งมีปัจจัยสำคัญสองข้อ ข้อแรก คือช่วยป้องกันการเข้าถึงข้อมูล ข้อที่สอง คือช่วยโอนเงินให้กับลูกค้าที่ประสบปัญหาเครื่องบินดีเลย์โดยอัตโนมัติหลังผ่านไปสองชั่วโมง ถึงแม้ว่าปัจจุบันการจ่ายค่าประกันของ Fizzy จะถูกจ่ายออกในรูปแบบของสกุลเงินธรรมดาทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นเงินสกุลยูโร หรือดอลลาร์ บริษัทหวังว่าจะสามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ประกัน และผู้ถือประกันได้

ผู้เล่นรายใหญ่ในธุรกิจประกัน ไม่ว่าจะเป็น AXA Asia และ AIA กำลังเผชิญกับการแข่งขันเพิ่มขึ้น กดดันให้บริษัทประกันภัยแบบดั้งเดิมต้องเปลี่ยนแปลงการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองต่อสังคมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว (Lam, 2017) ผู้ให้บริการประกันภัยหลายแห่ง แก้ปัญหาการถูกคุกคาม และแข่งขันทางธุรกิจ โดยการเข้าร่วมเป็นพันธมิตร การเข้าซื้อกิจการ หรือ การปรับปรุงส่วนวิจัยและพัฒนา (Research & Development: R&D) ตัวอย่างเช่น บริษัท AXA Asia ได้ลงทุนใน FinTech และ InsurTech เนื่องจากในอนาคตต้องการที่จะจ่ายเงินในรูปแบบของคริปโตเคอเรนซี (Crypto Currency) เช่น Ethereum ที่ช่วยการันตีในเรื่องของความไว้วางใจว่าการขอใช้เงินนั้นจะเกิดขึ้นจริง และทางผู้จ่ายเงินประกันจะไม่สามารถหลอกลวงลูกค้าได้ AXA ร่วมมือกับ Bitcoin Suisse ให้ลูกค้าสามารถชำระค่าใช้จ่ายด้วย Bitcoin (BTC) ได้ ทำให้ AXA เป็นบริษัทประกันรายแรกที่ลูกค้าสามารถชำระเงินด้วย Bitcoin สำหรับผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมด ยกเว้นการประกันชีวิตเนื่องจากอุปสรรคด้านกฎระเบียบ (Jiraboon, 2017a) จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีบล็อกเชนส่งผลกระทบต่อกระบวนการประกันภัย ตั้งแต่การมีส่วนร่วมของลูกค้า การประมวลผล การเคลมอัตโนมัติ ไปจนถึงการป้องกันการฉ้อโกง (Gatteschi et al., 2018a; 2018b)

รูปภาพประกอบ 1

อัตราการเติบโตของเทคโนโลยีบล็อกเชนในธุรกิจประกันภัยของภูมิภาคต่างๆ



รูปภาพประกอบ 1 แสดงให้เห็นอัตราการเติบโตของเทคโนโลยีบล็อกเชนในธุรกิจประกันภัยของภูมิภาคต่างๆ ระหว่างปี ค.ศ. 2019 - 2024 โดยพบว่า ภูมิภาคเอเชียมีอัตราการเติบโตสูง (สีเขียวตามรูป) เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น เช่นเดียวกันกับกรณีของประเทศไทย Techsauce Team (2021) เปิดเผยว่า บริษัทรับประกันภัยต่อ THRE เปิดตัวแพลตฟอร์ม “Insurer Network” บน IBM Cloud ซึ่งเป็นสัญญาอัจฉริยะ (Smart Contract) ในการจัดการด้านการรับประกันภัยต่อ บนบล็อกเชนเป็นแห่งแรกในอาเซียน ซึ่งถูกพัฒนาโดยบริษัท ไทยริ อินโนเวชั่น จำกัด โดยแพลตฟอร์มนี้จะช่วยให้บริษัท ไทยริ ปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำสัญญารับประกันภัยต่อ กับบริษัทประกันภัยที่มีมากกว่า 10,000 ฉบับต่อปี

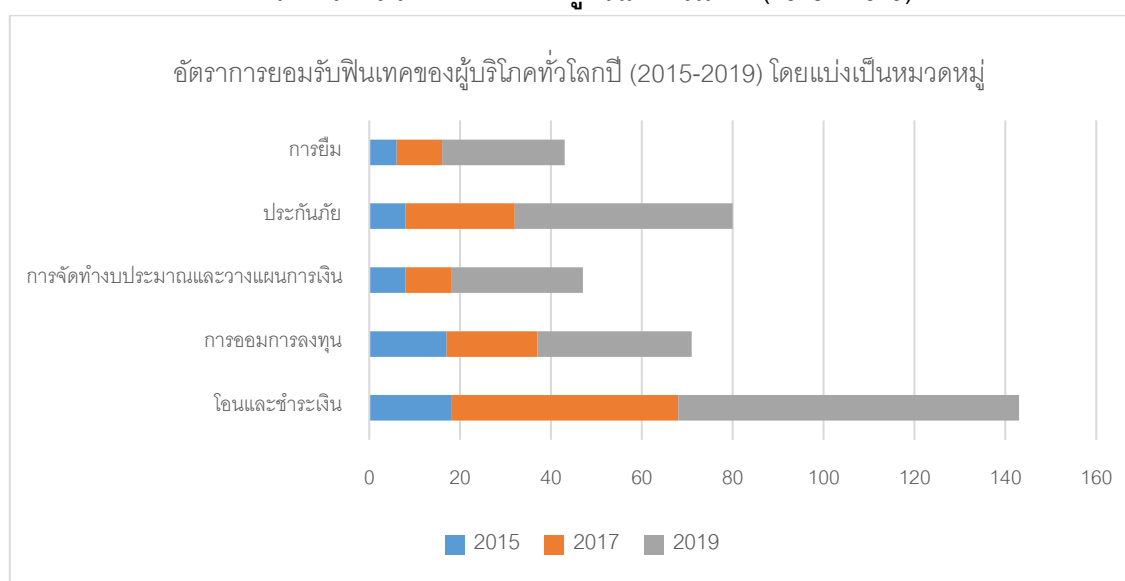
ถัดมาในส่วนของบริษัท เอนี่แวย์ โก จำกัด (Anywhere 2 Go Insurance Company) ผู้ให้บริการ Claim Di เปิดเผยว่า บริษัทได้ลงนามความร่วมมือกับ SIX Network ร่วมกันสร้างระบบประกันภัยอัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน เพื่อรองรับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act : PDPA) ที่จะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน 2565 อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีนี้มาใช้มีข้อจำกัดที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูลเมื่อถูกจัดเก็บเข้าสู่ระบบทำได้ยาก ดังนั้นข้อมูลจึงไม่ควรมีการแก้ไขบ่อย แต่ควรเป็นข้อมูลที่ต้องการความปลอดภัยสูง การตรวจสอบข้อมูลทำได้ยาก ทั้งในส่วนของการแจ้งอุบัติเหตุ การทำเคลมประกันภัย การซ่อม การให้บริการขั้นที่รวมทั้งประวัติการถูกนำไปจัดเก็บบนบล็อกเชน ที่รักษาสภาพประโยชน์ของผู้ขับขี่ รวมถึงบริษัทประกันที่เข้าร่วมอย่างสูงสุด นอกจากนี้ เทคโนโลยีบล็อกเชน ยังสามารถวางแผนที่จะนำข้อมูลอุบัติเหตุ และข้อมูลเหตุความเสียหายแบบไม่ระบุชื่อ (Anonymous) ที่ได้รับอนุญาตจากผู้ขับขี่ และบริษัทประกันมาจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลส่วนกลาง เพื่อนำไปวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Predictive Analysis) การเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วิเคราะห์ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการปรับปรุงพื้นที่ หรือป้องกันเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อีกด้วย สำหรับการร่วมมือกันในครั้งนี้ ทั้งสองบริษัทได้นำเอาจุดแข็งความเชี่ยวชาญที่มีอยู่มาปรับใช้ กับอุตสาหกรรมประกันภัย โดย SIX Network ได้นำ “SNAP” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยตรวจสอบองค์ประกอบของภาพถ่ายด้วยเทคนิค Capture-Locked Image ที่มีเทคโนโลยีบล็อกเชนอยู่เบื้องหลัง มาประยุกต์ใช้ร่วมกับแอปพลิเคชันหลักของบริษัท อย่าง Claim Di, Me Claim, และ Police I Lert U เทคโนโลยีของ SNAP จะช่วยให้การถ่ายภาพเพื่อเป็นหลักฐานในที่เกิดเหตุ อาทิ ตำแหน่ง รูปภาพ สภาพแวดล้อม และวิเคราะห์รายละเอียดของในรูป จัดเก็บลงในบล็อกเชนเพื่อประกอบเป็นหลักฐานที่ถูกต้อง ปลอดภัยจากการปลอมแปลง ไม่เพียงแต่การจัดเก็บข้อมูล แต่เทคโนโลยีดังกล่าวยังสามารถแยกความเป็นเจ้าของของข้อมูล เพื่อสร้างเป็นฐานข้อมูลเรื่องความปลอดภัยของผู้ขับขี่ โดยผู้ขับขี่สามารถเลือกที่จะอนุญาตให้นำประวัติการตรวจสภาพรถ การเคลมประกัน หรือประวัติที่ขับรถ

โดยไม่มีอุปสรรคติดขัดเป็นฐานข้อมูลกลาง ที่สามารถนำไปใช้ได้ในอนาคต แม้ว่าผู้เอาประกันจะมีการเปลี่ยนบริษัทประกันภัย ซึ่งอาจจะได้รับผลประโยชน์จากเบี้ยประกันภัยที่ลดลง หรือเพื่อยืนยันความปลอดภัยหากทำงานเกี่ยวข้องกับ การขับขี่ เป็นต้น

4. การดำเนินงานด้านการประกันภัยที่นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้

โดยปกติแล้ว การนำบล็อกเชนมาใช้งานจะเหมาะสำหรับงานที่ต้องการความโปร่งใส ต้องการความปลอดภัยของ ข้อมูล เช่น การทำธุรกรรมทางการเงิน รวมไปถึงงานที่จะต้องมีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้ในการดำเนินงานทางด้านการประกันภัยที่ต้องการความโปร่งใส และตรวจสอบได้จึงมีความน่าสนใจ ปัจจุบัน เทคโนโลยีฟินเทคได้รับการยอมรับ และมีอัตราการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญจาก 8 % ในปี ค.ศ.2015 เป็นประมาณ 50 % ในปี ค.ศ. 2019 การนำเทคโนโลยี Insurtech มาใช้ในการประกันภัยสามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ทำให้ ผลลัพธ์ที่เกี่ยวกับการประกันภัยมีราคาเหมาะสมมากขึ้น อีกทั้งยังส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มมากขึ้น

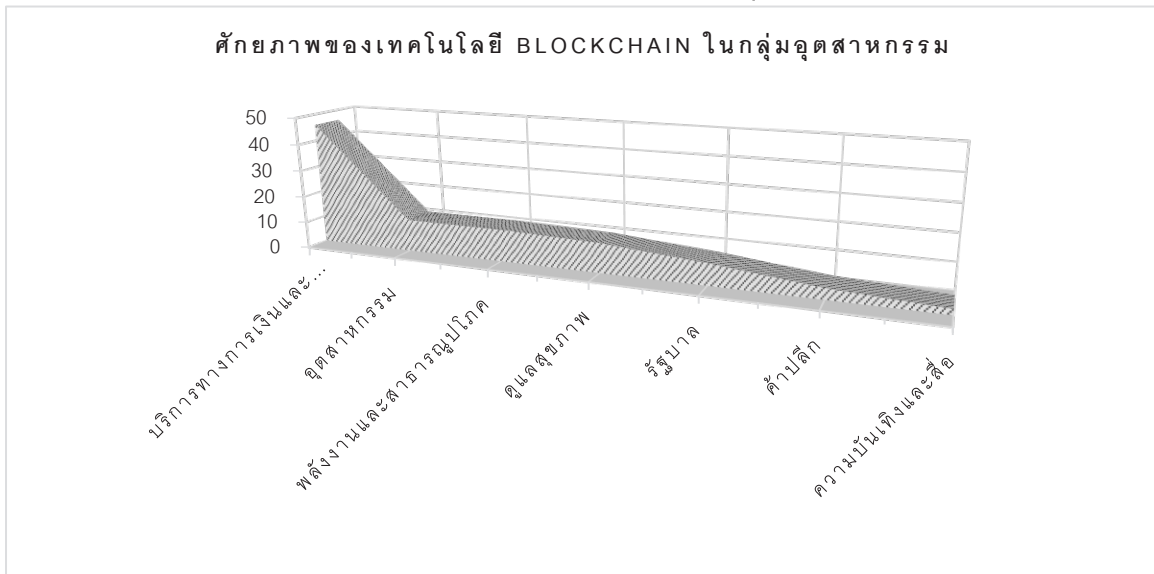
รูปภาพประกอบ 2
อัตราการยอมรับ Fintech ของผู้บริโภคทั่วโลกปี (2015 - 2019)



จากรูปภาพประกอบ 2 แสดงให้เห็นว่าบล็อกเชนมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ในภาพรวม พบว่า จำนวน แอปพลิเคชันบล็อกเชนในการประกันภัยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น หากผู้ให้บริการรายใหญ่ทุกรายใช้งานแอปพลิเคชันเหล่านี้ ในอนาคตอันใกล้ จะช่วยสร้างโอกาสมหาศาลให้กับภาคธุรกิจการเงิน (Fintech) ถัดมารูปภาพประกอบ 3 แสดงให้เห็นถึง การคาดการณ์ (ในปี ค.ศ. 2022 - 2027) เมื่อนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า บริการทางการเงิน และการประกันภัย มีศักยภาพในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (46 %) เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในภาคอุตสาหกรรม (12 %) ภาคพลังงาน และสาธารณูปโภค (12 %) การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในการดูแลสุขภาพ (11 %) การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในภาครัฐ (8 %) การค้าปลีก (4 %) ความบันเทิง และสื่อต่าง ๆ (2 %) (Mordor Intelligence, 2022) เป็นการชี้ให้เห็นว่า ภาคธุรกิจประกันภัยให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ประโยชน์ เนื่องจากข้อมูลในบล็อกเชนนั้นเชื่อถือได้ และมาจากแหล่งที่ได้รับการยืนยันแล้ว อีกทั้ง ยังมีคุณสมบัติด้านความปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกี่ยวข้องกับ

บุคคลภายนอกบริษัทประกัน อีกทั้งยังช่วยแก้ไขปัญหาค้างคักที่ลูกค้ำต้องใช้เวลาในการยืนยันตัวตน และการจัดการเรื่องเอกสาร ปัญหาเหล่านี้สามารถลดลงได้ด้วยการสร้างแพลตฟอร์มบล็อกเชนผ่านสัญญาอัจฉริยะ หรือ Smart Contract ที่ช่วยให้ผู้รับประกันภัยมีวิธีการในการจัดการการเรียกร้องที่โปร่งใส เนื่องจากข้อมูลในสัญญา และการเรียกร้องสามารถบันทึกลงในบล็อกเชน และตรวจสอบโดยเครือข่าย ทำให้การจัดการเคลมมีประสิทธิภาพและคล่องตัวขึ้น

รูปภาพประกอบ 3
การคาดการณ์เมื่อนำ Blockchain มาใช้ในอุตสาหกรรม



5. บล็อกเชนถูกนำไปใช้ในหน้าที่ต่างๆ ของอุตสาหกรรมประกันภัยอย่างไร

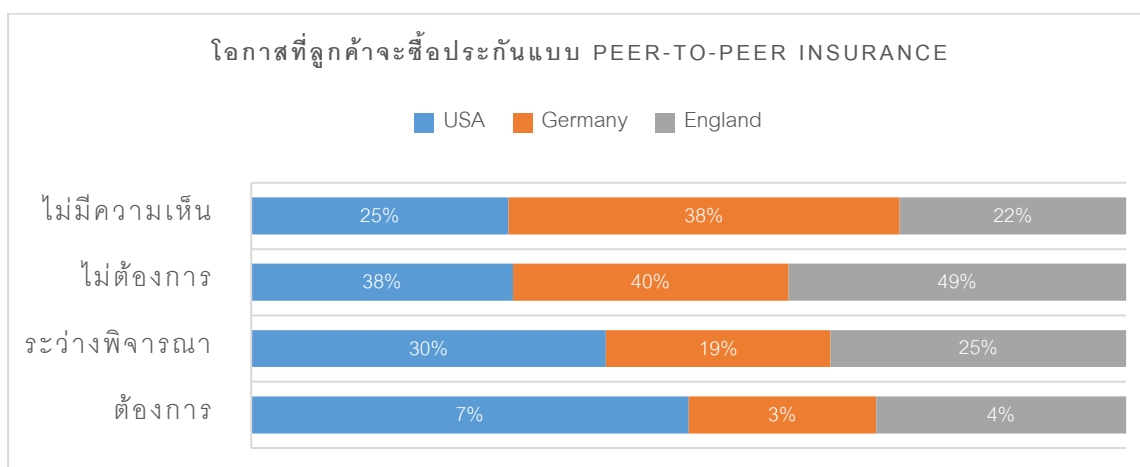
การสร้างเทคโนโลยีการจับคู่ (Matching) กับประกันภัยรูปแบบต่างๆ ในบล็อกเชน เพื่อทำการโอนเงินเบี้ยประกันให้แก่ผู้รับประกันภัยโดยอัตโนมัติ ตามเงื่อนไข เทคโนโลยีบล็อกเชนทำให้ทรัพย์สินสามารถโอนส่งต่อกัน ช่วยให้กระบวนการเคลมประกันภัยทำได้ง่ายขึ้น จะเห็นได้ว่าโมเดลประกันภัยในปัจจุบัน เช่น Peer-to-Peer Insurance (การประกันภัยแบบเพียร์ทูเพียร์), Parametric Insurance (การประกันภัยที่อ้างอิงพารามิเตอร์) และ Micro Insurance (การประกันภัยรายย่อย) สามารถนำบล็อกเชนมาประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

1) การประกันภัยแบบเพียร์ทูเพียร์ (Peer-to-Peer Insurance)

การประกันภัยแบบเพียร์ทูเพียร์ จะเริ่มต้นใช้สัญญาอัจฉริยะ (Smart Contract) ในการเคลม และจับคู่ความต้องการระหว่างลูกค้านตลาดออนไลน์ บล็อกเชนจะเข้ามาช่วยแก้ปัญหการโอนสินทรัพย์ หรือการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลที่เชื่อถือได้ ทั้งในแง่ของการติดตามเงื่อนไขในสัญญา การจ่ายเงิน การตรวจสอบความเสี่ยง อย่างไรก็ตามระบบนี้จะช่วยให้ธุรกิจประกันภัยมีข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อใช้ในการตัดสินใจ และบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

รูปภาพประกอบที่ 4

โอกาสที่ลูกค้าจะซื้อประกันภัยด้วย Platform Peer-to-Peer Insurance

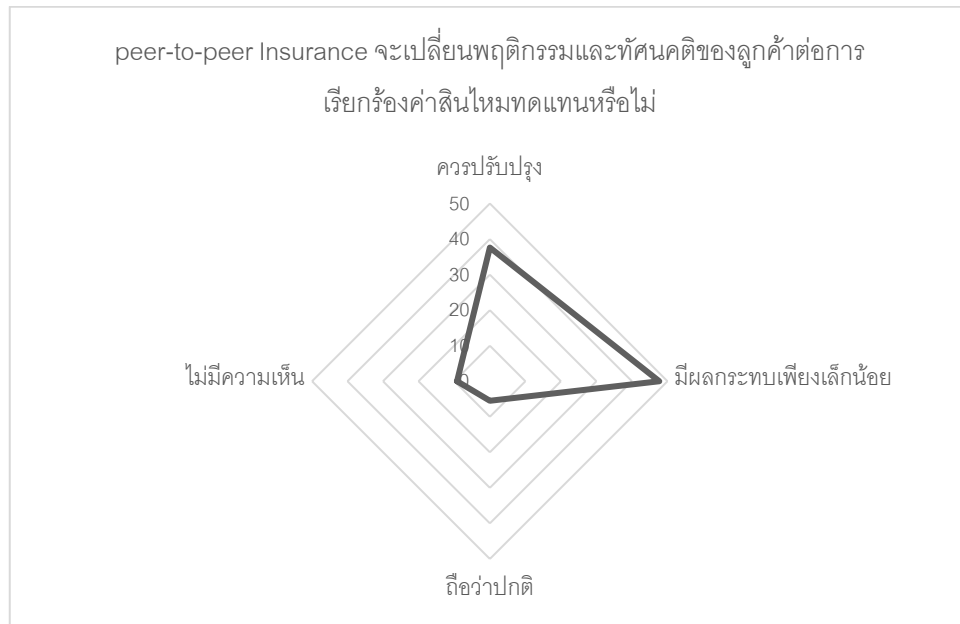


จากการสำรวจโอกาสที่ลูกค้าจะซื้อประกันแบบเพียร์ทูเพียร์ (Peer-to-Peer Insurance) ในประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมัน และอังกฤษ พบว่า สัดส่วนคนที่ต้องการซื้อประกันแบบเพียร์ทูเพียร์ในประเทศสหรัฐอเมริกามีสัดส่วนสูงที่สุด (7 %) เมื่อเปรียบเทียบกับคนในประเทศเยอรมัน และอังกฤษ (3 % และ 4 % ตามลำดับ) (Kunst, 2019) ประเด็นที่น่าสนใจจากการสำรวจนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ต้องการซื้อประกันแบบเพียร์ทูเพียร์ รวมถึงยังอยู่ระหว่างการพิจารณา และไม่มีความเห็นคิดเป็นสัดส่วนที่สูง แสดงให้เห็นว่าแม้กระทั่งในประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกา เยอรมัน และอังกฤษ คนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจ ในเกี่ยวกับการซื้อประกันแบบเพียร์ทูเพียร์ (พิจารณารูปภาพประกอบ 4 ประกอบ) จึงนับเป็นประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ และพิจารณาโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา อย่างเช่นประเทศไทย ที่คนส่วนใหญ่ยังมีความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีบล็อกเชนที่น้อยมาก

ตัวอย่าง Startup ที่นำบล็อกเชนมาใช้ในธุรกิจ เช่น 1) Dynamis เป็น Smart Contract สำหรับ Peer-to-Peer Insurance ที่ทำงานบน Ethereum Platform ข้อมูลการสมัครขอประกัน สามารถนำข้อมูล LinkedIn มาระบุตัวตนและสถานะได้ เพื่อการอนุมัติประกัน และการอนุมัติการเคลม 2) Enigma เป็นแพลตฟอร์มด้าน Secure Data & Protect Privacy ทำงานบน Decentralized Cloud Platform เปิดให้ Party ต่าง ๆ สามารถเก็บข้อมูลและประมวลผลในรูปแบบของ Private data ได้ จึงเชื่อได้ว่าในอนาคตอันใกล้นี้ Peer-to-Peer Insurance แพลตฟอร์มจะเริ่มต้นใช้ Smart Contract กันมากขึ้นในการเคลม และจับคู่ความต้องการระหว่างลูกค้า พิจารณารูปภาพประกอบ 5 ที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ Peer-to-Peer Insurance จากข้อคำถามที่ใช้ คือ ท่านคิดว่า Peer-to-Peer Insurance จะเปลี่ยนพฤติกรรม และทัศนคติของลูกค้าต่อการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนหรือไม่ ผลการสำรวจที่ได้พบว่าคนส่วนใหญ่มองว่ามีผลกระทบเพียงเล็กน้อยคิดเป็น 47.7 % ถัดมาคือควรปรับปรุง (37.6 %) ไม่มีความคิดเห็น และมองว่าปกติ (9.2 % และ 5.5 % ตามลำดับ) (Huckstep, 2019)

รูปภาพประกอบ 5

พฤติกรรมและทัศนคติต่อ Peer-to-Peer Insurance

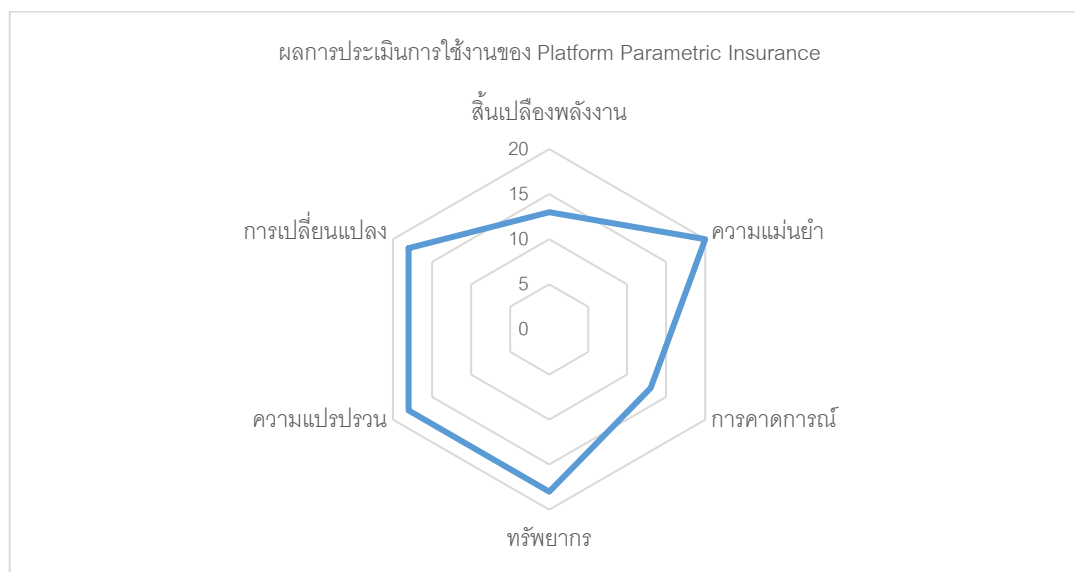


2) Parametric Insurance

Parametric Insurance เป็นการประกันที่จ่ายเงินให้ผู้ทำประกัน เมื่อเกิดเงื่อนไขตามที่กำหนด การประกันภัยแบบพารามิเตอร์จะช่วยลดต้นทุนการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้อง และการจัดการกรมธรรม์ประกันภัย ตัวอย่างการนำ Parametric Insurance มาใช้ เช่น Rainbow ทำงานบน Ethereum Platform เป็นระบบ Smart Contract ที่วิเคราะห์ข้อมูลสภาพอากาศแบบเรียลไทม์ และชดเชยเงินให้เมื่อเกิดเงื่อนไขตามที่กำหนดไว้ เช่น การเดินทางวันฝนตกหนัก ทำให้ผู้ซื้อประกันสามารถเรียกใช้บริการ Uber โดยไม่ต้องกังวลกับการขึ้นราคา หรือ กรณีที่เกิดเที่ยวบินล่าช้า ทำให้การเดินทางถูกเลื่อนออกไป ผู้ที่ซื้อประกันไว้ก็สามารถได้รับเงินชดเชยจากกรณีดังกล่าว หรือกรณีมีแผ่นดินไหวที่ 5 ริกเตอร์ Smart Contract ที่ระบุเงื่อนไขจะจ่ายเงินประกันให้อัตโนมัติตามที่ตกลงไว้ อีกรูปแบบหนึ่งของ Parametric Insurance เกิดควบคู่กับการนำเทคโนโลยี Internet-of-Things (IoT) และ Sensor เพื่อใช้เป็นตัว Trigger บอกเวลาเกิดเหตุแบบเรียลไทม์ เช่น อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากรถยนต์ เนื่องจากบริษัทรถยนต์เริ่มตระหนัก และให้ความสำคัญกับจุดนี้มากขึ้น ดังเช่นผลการประเมินการใช้งานของ Platform Parametric Insurance ในรูปภาพประกอบ 6 ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความแม่นยำสูงสุด (20 %) ในขณะที่ปัจจัยด้านทรัพยากร ด้านความแปรปรวน และการเปลี่ยนแปลงได้คะแนนเท่ากันที่ 18 % ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับการสิ้นเปลืองพลังงาน และการคาดการณ์เป็น 2 ปัจจัยที่คนให้ความสำคัญน้อยที่สุดที่ 13 % เท่ากัน

รูปภาพประกอบ 6

ผลการประเมินการใช้งาน ของ Platform Parametric Insurance



3) Cross-border Insurance/ Micro-insurance

กระบวนการของ Cross-border Insurance/ Micro insurance เป็นขั้นตอนที่แสดงถึงกระบวนการทำงานของบล็อกเชน Micro-insurance Process ซึ่งเป็นการประกันภัยที่มีความโปร่งใสสูง และมีการใช้เงินตราที่เป็นสกุลเงินดิจิทัล (Digital Currency) ทำให้บริษัทประกันสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ประชากรทั่วโลกได้ และสามารถเข้าถึงกลุ่มคนเฉพาะกลุ่ม ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของโลกได้ โดยการโอนเงินผ่านบล็อกเชน ทำให้มั่นใจว่าเงินประกันจะไปถึงมือผู้รับจริง ๆ

สรุปผลและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

การประกันภัยแบบดั้งเดิมที่กำลังถูกคุกคามจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Technology Disruption) เนื่องจากเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ ไม่เพียงเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้บริโภค แต่ยังเปลี่ยนวิธีที่ผู้บริโภคใช้โต้ตอบกับธุรกิจ วิธีส่งมอบบริการ และผลิตภัณฑ์ ซึ่งหนึ่งในเทคโนโลยีนั้น คือ บล็อกเชน (Blockchain) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีในการจัดเก็บข้อมูลแบบกระจายศูนย์ (Distributed Ledger Technology) ทำให้ข้อมูลที่ถูกบันทึกเข้าสู่ระบบเปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือ ลบออกได้ยากวัตถุประสงค์หลักของการนำบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมประกันภัย คือ (1) เพื่อให้กระบวนการทางธุรกิจเป็นไปอย่างรวดเร็วเป็นอัตโนมัติ ตั้งแต่การลงทะเบียนลูกค้า การออกนโยบายไปจนถึงการจัดการการเคลม (2) เพื่อให้การตรวจจบการข้อโกงง่ายขึ้น โดยใช้ดิจิทัลแบบกระจายอำนาจที่เก็บข้อมูล (3) เพื่อให้ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับ สามารถเข้าถึงได้เฉพาะฝ่ายที่ได้รับอนุญาต (4) เพื่อลดต้นทุนการบริหารและการดำเนินงาน และ (5) เพื่อให้หน่วยงานกำกับดูแล สามารถตรวจจบบรูปแบบการทำธุรกรรมที่น่าสงสัยได้

การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีความปลอดภัยสูงมาใช้ ส่งผลทำให้อุตสาหกรรมประกันภัยในภาพรวมได้รับประโยชน์ เนื่องจากเทคโนโลยีบล็อกเชนนำมาซึ่งประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านการประหยัดต้นทุน ความโปร่งใส การจ่ายเงินที่เร็วขึ้น และการบรรเทาการข้อโกง ในขณะที่อนุญาตให้แชร์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในลักษณะที่เชื่อถือได้ และตรวจสอบย้อนกลับได้ นอกจากนี้การนำบล็อกเชนมาใช้งานในธุรกิจประกัน เป็นการ

สร้างผลิตภัณฑ์ประกันที่ดีขึ้น เริ่มจากที่ธุรกิจการประกันภัยสามารถนำบล็อกเชนมาใช้ประโยชน์ จากกรณีที่สามารถยืนยันตัวตนของผู้ใช้ ผ่านสัญญาอัจฉริยะที่สามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลได้ (Private Data) รวมถึงงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประกันภัย เช่น ภาพถ่ายที่เกิดเหตุ กรรมธรรม์ประกันภัย ที่จะต้องมีการเก็บเป็นความลับเนื่องจากเป็นข้อมูลส่วนบุคคล การตรวจจับการฉ้อโกง และการจัดการในกรณีการเสียชีวิต นอกจากนี้ยังสามารถนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาช่วยเสริมในการทำ Matching เพื่อเพิ่มความเป็นอัตโนมัติเข้าไปในระบบ เช่น ในกรณีที่ใช้เพื่อทำการชำระค่าสินไหมทดแทน หรือ โอนเงินเบี้ยประกันให้แก่ผู้รับประกันภัยโดยอัตโนมัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ถือเป็นการเปิดมิติใหม่ของอุตสาหกรรมประกันในประเทศไทย

เทคโนโลยีบล็อกเชนแสดงถึงโอกาสสำหรับการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก และการเติบโตในอุตสาหกรรมประกันภัย เนื่องจากอุตสาหกรรมประกันภัยมีผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศ สิ่งสำคัญอย่างยิ่ง คือ ต้องเข้าใจว่าบริษัทประกันภัยทุกแห่งที่นำบล็อกเชนมาใช้ต้องตกลงที่จะดำเนินงานภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม มาตรฐานและกระบวนการตรวจสอบสอดคล้องกัน เพื่อให้บล็อกเชนสามารถจัดหาเครื่องมือที่ดีกว่าให้กับบริษัทประกันภัยในการทำงานร่วมกัน แบ่งปันข้อมูล และทำให้กระบวนการประกันภัยไม่ยุ่งยากสำหรับลูกค้า ปัจจุบันบล็อกเชนถูกใช้ในอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายสูง เช่น โครงการที่เกี่ยวข้องกับบริการของรัฐบาล การค้า โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน พลังงาน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาบล็อกเชนในประเทศไทย ยังมีข้อจำกัดเพราะปัจจุบันไม่สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากการรักษาความลับทางธุรกิจ (Pongnumkul et al., 2021) อย่างไรก็ตามบริษัทประกันภัยต้องเอาชนะอุปสรรคด้านกฎระเบียบ และกฎหมายก่อนที่จะเปิดรับเทคโนโลยีบล็อกเชนอย่างเต็มที่ เนื่องจากมีคุณสมบัติบล็อกเชนจำนวนหนึ่งที่อาจไม่สอดคล้องกับกฎหมายประกันภัยปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น ข้อมูลลูกค้าส่วนบุคคล และข้อมูลนโยบายของพวกเขาที่อยู่ในบล็อกเชนต้องเป็นไปตามข้อกำหนดความเป็นส่วนตัว และการปกป้องข้อมูลที่มีอยู่ นอกจากนี้การกระจายอำนาจยังช่วยเสริมความแข็งแกร่งในการแบ่งปันข้อมูล และลดข้อได้เปรียบจากความไม่สมดุลของข้อมูล สิ่งนี้ทำให้เกิดความท้าทายใหม่สำหรับการจัดการด้านราคา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเคลม บริษัทประกันภัยจะต้องจัดทำกรอบข้อบังคับที่ชัดเจน เพื่อใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนอย่างปลอดภัย เนื่องจากอุตสาหกรรมมีข้อกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัย ทำให้บล็อกเชนต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทประกันภัยก่อนที่จะเป็นไปได้จริง วิกฤติ Covid-19 ที่เกิดขึ้นเป็นการบังคับให้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างจริงจัง ไม่เพียงแค่นักธุรกิจทั่วไปที่ต้องปรับตัวให้คุ้นเคยกับการใช้ชีวิตวิถีใหม่ ภาคอุตสาหกรรม รวมถึงธุรกิจประกันภัย ก็จำเป็นต้องปรับตัวให้ทัน กับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญนี้ด้วยเช่นกัน

Acknowledgement

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของ รายวิชา การศึกษาค้นคว้าอิสระทางการประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง (946-433) ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ขอขอบคุณอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติยา ดวงมณี อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา และอาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรสำหรับคำแนะนำที่มีประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงบทความ

เอกสารอ้างอิง

- Abeyratne, S. A., & Monfared, R. P. (2016). Blockchain ready manufacturing supply chain using distributed ledger. *International Journal of Research in Engineering and Technology*, 5(9), 1-10.
- Borselli, A. (2020). Smart contracts in insurance: a law and futurology perspective. In *InsurTech: A Legal and Regulatory View* (pp. 101-125): Springer.

- Braunwarth, K. S., Kaiser, M., & Müller, A. L. (2010). Economic evaluation and optimization of the degree of automation in insurance processes. *Business & Information Systems Engineering*, 2(1), 29-39.
- Capgemini. (2018). *World Insurance Report, The Voice of Customer Survey*.
- Casino, F., Dasaklis, T. K., & Patsakis, C. (2019). *A systematic literature review of blockchain-based applications: current status, classification and open issues*. *Telematics Inform.* 36, 55–81.
- Efanov, D., & Roschin, P. (2018). The All-Pervasiveness of the Blockchain Technology. *Procedia Computer Science*, 123, 116-121.
- Fernandez-Vazquez, S., Rosillo, R., De La Fuente, D., & Priore, P. (2019). Blockchain in FinTech: A mapping study. *Sustainability.*, 11(22), 63 - 66.
- Frizzo-Barker, J., Chow-White, P. A., Adams, P. R., Mentanko, J., Ha, D., & Green, S. (2020). Blockchain as a disruptive technology for business: A systematic review. *International Journal of Information Management*, 51, 102029
- Gatteschi, V., Lamberti, F., Demartini, C., Pranteda, C., & Santamaría, V. (2018a). *Blockchain and smart contracts for insurance: Is the technology mature enough?*. *Future Internet*, 10(2), 1-16.
- Gatteschi, V., Lamberti, F., Demartini, C., Pranteda, C., & Santamaria, V. (2018b). To blockchain or not to blockchain: That is the question. *It Professional*, 20(2), 62-74.
- Gkritsi. (2021). *Digital Yuan in the Insurance Business*. Retrieved on September 14, 2021, from: <https://www.coindesk.com/pingan-issues-digital-yuan-covid-19-insurance-policies-for-medical-staff-report> (in Thai).
- Gupta, M. (2017). *Blockchain for dummies*. USA : Wiley Brand.
- Haveson, S., Lau, A., & Wong, V. (2017). Protecting farmers in emerging markets with blockchain. *Cornell Tech*, 17, 1-19.
- Howard, L. S. (2017). Blockchain insurance industry initiative B3i grows to 15 members. *Insurance Journal*, 6, 2017.
- Huckstep, R. (2016). What does the future hold for blockchain and insurance?. *Daily Fintech*, 14.
- Huckstep, R. (2019). *Democratising Insurance Claims restores Trust for Consumers*. Retrieved on February 18, 2022 from: <https://www.the-digital-insurer.com/blog/insurtech-democratization-insurance-claims-trust/>
- lorio, E. D. D. (2017). *Blockchain Applications That Are Transforming Society [Online]*. Blockgeeks. Retrieved on September 14, 2021, from: <https://blockgeeks.com/guides/blockchain-applications/>.
- Jia-lan, L., Xiao-yu, W., Wan-jun, Y., Zi-chen, W., Huai-lin, Z., & Nai-meng, C. (2019). *Research and design of travel insurance system based on blockchain*. Paper presented at the 2019 International Conference on Intelligent Informatics and Biomedical Sciences (ICIIBMS).
- Jiraboon, A. (2017a). *AXA Insurance Company Uses Ethereum Blockchain for Insurance Products Plane Travel*. Retrieved on September 14, 2021, from: <https://siamblockchain.com/2017/09/14/axa-using-ethereums-blockchain-new-flight-insurance-product/>. (in Thai)

- Jiraboon, A. (2017b). *AXA Switzerland's Largest Insurance Company Accepting Bitcoin Payments*. Retrieved on September 14, 2021. from: <https://siamblockchain.com> (in Thai)
- Kar, A. K., & Navin, L. (2021). Diffusion of blockchain in insurance industry: An analysis through the review of academic and trade literature. *Telematics and Informatics*, 58, 101532.
- Kim, H. M., & Mehar, M. (2019). *Blockchain in Commercial Insurance: Managing Risk in a Digitally Transformed Business Landscape*. New York : Blockchain Research Institute.
- Kevin, A. S. (2016). *Blockchain technology could soon disrupt insurance industry*. Retrieved on September 14, 2021, from: <https://www.hubinsurancehunter.ca/news/blockchain-technology%20%20%20%20%20%20could-soon-disrupt-insurance-industry/>
- Kunst, A. (2019). *Likelihood of customers purchasing peer-to-peer insurance*; cited. Retrieved on December 9, 2021. from: <https://www.statista.com/statistics/683588/likelihood-of-customers-purchasing-p2p-insurance-selected-countries/>
- Lam, S. (2017). *AXA Asia embraces digital disruption with Fast-IT*. Retrieved on June 13, 2020, from: <https://www.cw.com.hk/digital-transformation/axa-asia-embraces-digital-disruption-fast-it>.
- Mainelli, M., & Manson, B. (2016). *Chain reaction: How blockchain technology might transform wholesale insurance*. London : PWC.
- McKinsey & Company. (2019). *Global insurance trends and forecasts*. Retrieved on June 13, 2020, from: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/2019-global-insurance-trends-and-forecasts>.
- Mordor Intelligence. (2022). *Blockchain Market in the Insurance Industry – Growth, Trends, Covid-19 Impact, and Forecasts (2022 - 2027)*; Retrieved on February 18, 2022, from: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/blockchain-market-in-the-insurance-industry>
- Mogalakwe, M. (2006). *The use of documentary research methods in social research*. African sociological review. 10 (1): p. 221-230.
- Nath, I. (2016). *Data exchange platform to fight insurance fraud on blockchain*. Paper presented at the 2016 IEEE 16th International Conference on Data Mining Workshops (ICDMW).
- Pongnumkul, S., Bunditludruk, T., Chaovalit, P., & Tharatipyakul, A. (2021). A Cross-Sectional Review of Blockchain in Thailand: Research Literature, Education Courses, and Industry Projects. *Applied Sciences*, 11(11), 4928.
- Phuphusit, K. (2020). *Big South Korean Insurance Announces Blockchain Technology to Enhance Communication*. Retrieved June 13, 2020, from <https://cryptosiam.com/insurance-with-blockchain/>. (in Thai)
- Re, S. (2017). Insurers and reinsurers launch blockchain initiative. Retrieved from: [www. swissre. com/reinsurance/insurers_and_reinsurers_launch_blockchain_initiative. html](http://www.swissre.com/reinsurance/insurers_and_reinsurers_launch_blockchain_initiative.html).
- Reyna, A., Martin, C., Chen, J., Soler, E., & Díaz, M. (2018). On blockchain and its integration with IoT.

- Challenges and opportunities. *Future generation computer systems*, 88, 173-190.
- Rosic, A. (2017). *Blockchain Applications That Are Transforming Society [Online]*. Blockgeeks.
- Retrieved on February 18, 2022 from: <https://blockgeeks.com/guides/blockchain-applications/>
- Sayegh, K. (2018). *Blockchain Application in Insurance and Reinsurance*. October, 2019.
- Scott, J. (1990). *A matter of record: Documentary sources in social research*. Cambridge : Polity Press.
- Sharifinejad, M., Dorri, A., & Rezazadeh, J. (2020). *BIS-A Blockchain-based Solution for the Insurance Industry in Smart Cities*. *arXiv preprint arXiv:2001.05273*.
- Singer, A. W. (2019). Can blockchain improve insurance?. *Risk Management*, 66(1), 20-25.
- Techsauce Team. (2021). *THRE and IBM Launch Smart Contract Platform for Insurance on Blockchain and Cloud*. Retrieved on January 6, 2021. from: <https://techsauce.co/pr-news/thre-and-ibm-launch-smart-contract>. (in Thai)
- Thailand Insurance. (2020). *Claim Di Cooperate with SIX Network to Create an Intelligent Insurance System Blockchain*. Received the Personal Data Act. Retrieved on September 4, 2020. from: <https://hailandinsurancenews.com/featured/claim-di>. (in Thai)
- Thai Re Group.(2017). *The State of Insurance Market in Thailand*. Retrieved on September 4, 2020. from: http://www.thaire.co.th/thaire_backend/upload/ourservices/public_e_20170331141039.pdf
- Underwood, S. (2016). *Blockchain beyond bitcoin*. *Communications of the ACM*, 59, 15-17.
- Wang, J., Wu, P., Wang, X., & Shou, W. (2017). The outlook of blockchain technology for construction engineering management. *Frontiers of engineering management*, 4(1), 67-75.
- Xu, J., Wu, Y., Luo, X., & Yang, D. (2020). Improving the efficiency of blockchain applications with smart contract based cyber-insurance. In *ICC 2020-2020 IEEE International Conference on Communications (ICC)* (pp. 1-7). IEEE.

การทบทวนวรรณกรรม : ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน
ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิต
อาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

Literature Review: Causative Factors Affecting Competitiveness of Small and
Medium Enterprise Entrepreneurs Processed seafood producers
In a New Normal Situation

วารีพร ชุศรี*

Wareeporn Chusri*

Received : February 8, 2022 Revised : June 30, 2022 Accepted : July 12, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิชาการในครั้งนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารอบแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ โดยใช้การศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์เอกสารเพื่อพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุ ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการปรับตัว ความร่วมมือ มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งแนวทางการศึกษาในอนาคตสามารถนำกรอบแนวคิดนี้ไปทดสอบเชิงประจักษ์ในกลุ่มผู้ประกอบการ อันจะนำไปสู่ผลให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโตต่อไปในอนาคตได้

คำสำคัญ : ความสามารถทางการแข่งขัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อาหารทะเลแปรรูป

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

* Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University

* Corresponding author E-mail: wareeporn@hu.ac.th

Abstract

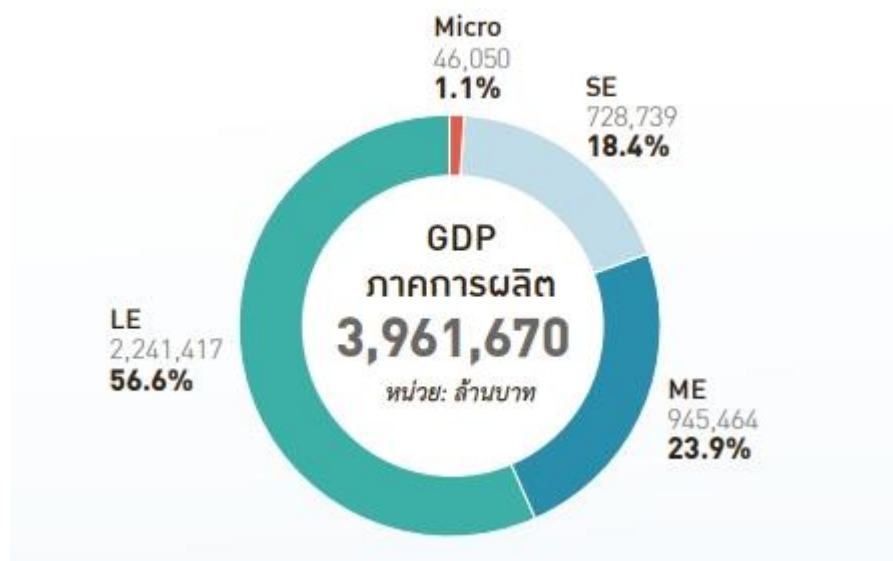
This study is a review of related literature aimed at developing a conceptual framework of factors affecting SME competitiveness among seafood entrepreneurs in a situational situation. Using studies and reviewing relevant literature and analyzing documents into a conceptual framework. That the study found the causal factors are transformational leadership, Adaptability, Cooperation affect the competitiveness of small and medium enterprises among entrepreneurs. In which future study guidelines can be applied to this conceptual framework to be empirically tested with entrepreneurs Which will lead to the result that the entrepreneurs have the ability to compete which results in business growth in the future.

Keywords : Competitive Ability, Small and Medium Enterprises, Processed Seafood

1. บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือเป็นกลไกสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศ ทั้งในมิติของการสร้างรายได้ และเป็นแหล่งการจ้างงาน รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศในปี 2563 พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ในกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่า 5,376,066 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.2 ของ GDP รวมของประเทศ เมื่อเทียบกับ GDP ในปี 2562 พบว่า มีอัตราการลดลงร้อยละ 35.0 และมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 9.1 ทั้งนี้ ในด้านของมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมรวมของประเทศไทยในกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า ในส่วนของภาคการผลิตมีผลิตภัณฑ์มวลรวมรวมของประเทศในปี 2563 เท่ากับ 3,961,670 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ แบ่งเป็นมูลค่า GDP ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ เท่ากับ 2,241,417 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.6 และเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เท่ากับ 1,720,253 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.4 โดยกลุ่มสาขาการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มี GDP มูลค่ามากที่สุดในสามอันดับแรก ได้แก่ สาขาการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร มีมูลค่า 238,773 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ สาขาการผลิตผลิตภัณฑ์จากการกลั่นปิโตรเลียม มีมูลค่า 160,893 ล้านบาท และสาขาการผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี มีมูลค่า 131,839 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) รายละเอียด ดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1
GDP ภาคการผลิต ปี 2563 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2564

ในระหว่างปี พ.ศ. 2563-2564 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่งผลกระทบโดยตรงต่อรายได้ที่ลดลง ซึ่งจากผลการสำรวจผลการสำรวจ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำรวจโดยฝ่ายการวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยเศรษฐกิจ พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้ธุรกิจเกิดการชะงักงันซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีรายได้ลดลงจากปี 2562 คิดเป็นสัดส่วนอยู่ระหว่างร้อยละ 61.4- 63.6 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) รายละเอียดดังตาราง 1 อย่างไรก็ตาม นอกจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญปัญหาทางเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบมาจากโควิด-19 ผู้ประกอบการยังคงได้รับผลกระทบที่ส่งผลให้รายได้และการเจริญเติบโตของธุรกิจต้องชะลอตัวลงซึ่งเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย ปัจจุบันกระแสที่ผู้คนในสังคมให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและเน้นรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ลดการรับประทานอาหารแปรรูป ในด้านของพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในช่วงการเกิดโรคระบาดโควิด-19 พบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น (ชาญชัย ชัยประสิทธิ์, 2564) ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นนี้เรียกว่าเป็นวิถีชีวิตในความปกติใหม่ในสังคม (New Normal) การที่ผู้คนในสังคมมีการใช้ชีวิตในความปกติใหม่ มีผลกระทบต่อการค้าขายของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ปรากฏให้เห็นได้ชัดเจน เช่น ผู้ประกอบการต้องตระหนักและเรียนรู้กับการใช้เทคโนโลยี มีวิธีการค้าขายให้สอดคล้องตามยุคดิจิทัลที่ทำให้การซื้อขายและการทำธุรกรรมทางการเงินอยู่บนสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นเทคโนโลยีแพลตฟอร์มที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทำให้เกิดเศรษฐกิจเชิงแบ่งปัน (Sharing Economy) ธุรกิจต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของทรัพยากรเอง สามารถใช้ร่วมกันได้ ซึ่งในยุคปัจจุบันเรียกว่าไม่มีธุรกิจใดที่จะไม่ได้รับประโยชน์และผลกระทบจากเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง

ไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องมีการปรับตัว ปรับวิธีการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาองค์กรและสร้างศักยภาพให้องค์กรตนเองมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

ตาราง 1 GDP ภาคการผลิต ปี 2563 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

ขนาดธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ผลกระทบที่ธุรกิจได้รับ (%)				
		รายได้ลดลง	ต้นทุนลดลง	ต้นทุนจม	ความเสี่ยงในการดำเนินงาน	ความรุนแรงของผลกระทบต่อธุรกิจโดยรวม
ขนาดย่อม	332	61.4	39.7	44.3	33.6	57.0
ขนาดย่อม	249	61.5	46.2	48.6	40.6	59.3
ขนาดกลาง	57	63.6	37.6	49.4	37.5	61.1
วิสาหกิจชุมชน	22	58.9	45.7	53.0	30.9	53.6
รวม	660	61.6	42.2	46.6	36.5	58.1

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2564

ในส่วนของผลกระทบของการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปพบว่า ตั้งแต่ช่วงปลายเดือนมกราคม 2563 เป็นต้นมา การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปและปลาแช่เย็นแช่แข็งของไทยซึ่งเดิมที่มีตลาดหลักในประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นเกิดการชะลอตัวเนื่องด้วยได้รับผลกระทบจากการขนส่งที่มีความยากลำบากมากขึ้น มีการปิดกั้นเที่ยวบิน (กรมประมง, 2565) ทั้งนี้ ในการจำหน่ายธุรกิจแปรรูปอาหารทะเลของประเทศไทย เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยในปี 2562-2564 พบว่า มีแนวโน้มขยายตัวเพียงเล็กน้อยโดยมีการขยายตัว 1-2% ต่อปี เนื่องจากการส่งออกอาหารทะเลแปรรูป (สัดส่วน 89% ของปริมาณการผลิต) เผชิญการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงขึ้น กอปรกับประเทศคู่ค้าหลักมีแนวโน้มที่จะผลิตเองและนำเข้าสินค้าจากประเทศในภูมิภาคเดียวกัน (Intra-region Trade) มากขึ้น ส่วนตลาดในประเทศมีสัดส่วนเพียง 11% โดยส่วนใหญ่ตลาดภายในประเทศมีการเติบโตมาจากผู้บริโภคที่อยู่ในชุมชนเมือง และได้รับผลมาจากการเติบโตของร้านอาหารในกลุ่มฟาสต์ฟู้ด (วิจัยกรุงศรี, 2565) โดยธุรกิจแปรรูปอาหารทะเลในประเทศโดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจอยู่ในขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องประสบกับปัญหาต่าง ๆ มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ กล่าวคือ ต้องพบเจอกับปัญหาทางด้านเทคโนโลยีที่นำมาเป็นตัวช่วยในการผลิต ปัญหาด้านนวัตกรรม และปัญหาด้านการตลาดทั้งในส่วนของการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ทางการตลาด การสร้างตลาดใหม่ อีกทั้งในส่วนของการควบคุมคุณภาพ ด้านบุคลากร และด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายยิ่งขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตแปรรูปอาหารทะเลจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงตนเอง มีการปรับตัว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรทั้งในด้านกลยุทธ์ ด้านการตลาด ด้านการผลิต เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมในการแข่งขันทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติได้

การสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันถือเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากความสามารถในการแข่งขันเปรียบเสมือนอาวุธสำคัญที่จะนำทางให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จและมีชัยชนะเหนือคู่แข่งได้ ทั้งนี้ Porter (1990) ได้กล่าวถึง ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร โดยที่กิจกรรมเหล่านั้นสามารถช่วยก่อให้เกิดการลดต้นทุนแก่องค์กร สำหรับองค์กรที่ใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านราคาหรือช่วยสร้างความแตกต่างต้องศึกษาและวิเคราะห์กิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้ง ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมเหล่านี้ เพื่อศึกษาถึงการได้เปรียบทางการแข่งขันของแต่ละองค์กร ทั้งนี้การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรต้องวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ 1) ด้านการแข่งขัน 2) ด้านการผลิต 3) ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน 4) ด้านโอกาสทางการตลาด 5) ปัจจัยด้านรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Huang และคณะ (2015) พบว่า ปัจจัยการผลิต เป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภายในประเทศได้ทั้งสิ้น อีกทั้งยังพบว่า องค์กรธุรกิจที่มีเทคโนโลยีเหนือกว่า คู่แข่งขันจะส่งผลให้องค์กรสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันที่ทวีความรุนแรงในการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี

จากการทบทวนวรรณกรรมปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมาในอดีตพบว่า การที่ผู้ประกอบการจะดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนไปต่อได้และมีการเจริญเติบโตจนกระทั่งมีความยั่งยืนในธุรกิจได้นั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความพร้อมให้แก่องค์กรในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาความพร้อมด้านประสิทธิภาพ คุณภาพของสินค้า รวมถึงความพร้อมด้านการให้บริการ ความพร้อมในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป (Dobrovojevic, 2013) ซึ่งหากองค์กรสามารถดำเนินการดังกล่าวได้จะทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันเหนือคู่แข่งนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Lin & Higgins, 2015) โดยแนวคิดนี้สอดคล้องกับ Evangelista และ Sweeney (2006) ซึ่งได้กล่าวว่า การที่ธุรกิจจะสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้ ผู้ประกอบการธุรกิจนั้นต้องปรับตัวทั้งในด้านของต้นทุนให้ลดต่ำลงโดยการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำเนินงานมาใช้เป็นกระบวนการหนึ่งในการดำเนินงานซึ่งเทคโนโลยีมีส่วนช่วยให้ต้นทุนโดยรวมขององค์กรลดลงได้ นอกจากนี้องค์กรต้องมีผู้นำที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงมีการจัดการที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปและเป็นผู้ที่มีบทบาทที่สำคัญในการรักษาไว้ซึ่งความสามารถทางการแข่งขัน (Wernerfelt, 1984) และจากการศึกษางานวิจัย วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ ชนัญชิตา เจริญวัฒน์ (2558) ได้ทำการศึกษาลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าว และการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร สรุปได้ว่า ความสามารถในการปรับตัวและความสามารถในการแข่งขัน

นอกเหนือจากนี้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานในองค์กรก็เป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางด้านการแข่งขันให้กับองค์กรได้ โดยบุคลากรขององค์กรต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถมีทักษะและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน (ประไพทิพย์ ลือพงษ์, 2555) อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากสิ่งที่กล่าวไว้ในเบื้องต้นแล้วสิ่งที่สามารถสนับสนุนส่งเสริมให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นนั่นคือ การที่องค์กรต้องมีพันธมิตรและมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนของคู่ค้า หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น (Najib, Dewi, & Widyastuti, 2014)

จากข้อมูลที่ได้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนั้น สามารถนำมาสร้างข้อสรุปได้ว่า ปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ประกอบด้วย ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ

การเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการนำการวิจัย การกำหนดกลยุทธ์ ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว ในด้านการตลาด การใช้เทคโนโลยี และปัจจัยด้านความร่วมมือจากภาคีที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยมุ่งเน้น การพัฒนากรอบแนวคิด เพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปมี ความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับสถานการณ์ในความปกติใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปได้ อย่างยั่งยืน และเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการโดยผู้วิจัยได้นำมาตัวแปรต่าง ๆ ที่คาดว่าจะ มีความเกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้สามารถนำไปทดสอบเชิงประจักษ์ในกลุ่มผู้ประกอบการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาให้ผู้ประกอบการ มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโตต่อไปในอนาคตได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนากรอบแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมในกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐาน

การศึกษาในครั้งนี้ได้รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและมีการศึกษาทฤษฎีพื้นฐานที่สามารถนำไปสู่การพัฒนา กรอบแนวคิดในการวิจัยที่สามารถใช้ในการอธิบายความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ ทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (Resource Based View : RBV) ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนศึกษาและสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นกรอบในการอธิบายในการศึกษาค้นคว้า

3.1 ทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (Resource Based View : RBV)

Barney (1991) ได้อธิบายว่า ทรัพยากร หมายถึง สิทธิ ความสามารถ กระบวนการทำงานขององค์กร เอกลักษณ์หรือคุณสมบัติของธุรกิจ ข้อมูลสารสนเทศ ความรู้ ซึ่งทรัพยากรที่กล่าวถึงเป็นสิ่งที่องค์กรสามารถใช้เป็นประโยชน์ ในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับองค์กร โดยทั้งสิทธิ และความสามารถขององค์กร ลักษณะสำคัญ 4 ประการดังนี้ คือ ต้องเป็นสิ่งที่มีความค่า (Value) หายาก (Rare) ยากที่จะลอกเลียนแบบได้ (Difficult to Imitate) และยากที่จะนำมาทดแทน (Difficult to Substitute) เพื่อไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ทั้งนี้ทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร เป็นทฤษฎีกล่าวถึงการที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งตระหนักและมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับทรัพยากรขององค์กร มีการนำสิ่งที่มีมา ใช้ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันโดยองค์กรต้องพิจารณาถึงทรัพยากร ความสามารถที่องค์กรมีและนำมาใช้ให้เกิด ประโยชน์ภายใต้แนวคิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อลดต้นทุนและสร้างข้อได้เปรียบใน ทางธุรกิจ โดยหากองค์กรใดมีศักยภาพในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล องค์กรนั้นย่อมมี ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งรายอื่น ด้วยคุณลักษณะของความสามารถของ ทรัพยากร คือ การเกิดมูลค่าเพิ่ม (Valued) การเป็นทรัพยากรที่หาได้ยาก (Rarity) การมีทรัพยากรที่ลอกเลียนแบบยาก (Imitability) และการมีทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable)

ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาเป็นพื้นฐานเพื่อใช้อธิบาย กล่าวคือ ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูป จะเกิดขึ้นได้ ต่อเมื่อมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดประโยชน์มีมูลค่าและคุณค่า ซึ่งจำเป็น จะต้องมีการจัดการรูปแบบการบริหารที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปในสถานการณ์

ความปกติใหม่ ทั้งในส่วนของการนำของผู้นำ ความสามารถในการปรับตัวในด้านการตลาด การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจให้เกิดขึ้น จึงจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน และก่อให้เกิดศักยภาพที่เป็นไปตามทฤษฎีมุมมองพื้นฐานทรัพยากร กล่าวคือ มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบได้ยาก และเกิดคู่แข่งทดแทนได้ยาก

อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ ดังนี้

3.2 ความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าโดยใช้ศักยภาพขององค์กรที่เหนือกว่า คู่แข่ง แนวคิดของการพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันในองค์กรเริ่มปรากฏและได้รับความสนใจจากนักวิชาการตั้งตั้งแต่ปี 1980 ต่อมา Koufteros และคณะ (2002) ได้กล่าวว่า ความสามารถขององค์กรในการนำเสนอคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทำให้สามารถสร้างมูลค่าให้แก่องค์กรได้ ทั้งนี้ Boyer และ Lewis (2002) ได้ศึกษาประเด็นความสามารถทางการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs พบว่า มีหลายปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบในการผลักดันให้ SMEs มีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยรูปแบบของการแข่งขันในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา พบว่ารูปแบบการค้าในยุคของโลกาภิวัตน์การค้าขายมีการเปิดเสรีมากขึ้น และมีการพัฒนารูปแบบการค้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การค้าขายไร้ขีดพรมแดนที่จำกัดจึงทำให้ลูกค้ามีจำนวนมากอยู่ทั่วทุกมุมโลก มิใช่มีเพียงปริมาณของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นเท่านั้นปริมาณของผู้ประกอบการ/ผู้จำหน่าย ก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงเกิดการแข่งกันเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ Porter (1990) ได้นิยามความหมายของความสามารถในการแข่งขันว่า เป็นการดำเนินการทางธุรกิจอย่างมีกลยุทธ์อาจด้วยการสร้างมูลค่าภาพลักษณ์ของบริษัท องค์กร ซึ่งกลยุทธ์นี้ไม่สามารถที่จะทำซ้ำหรือลอกเลียนแบบได้ง่าย Piatkowskia (2012) ได้อธิบายว่า ความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากผลผลิตที่เหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งในแง่ของต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง มีความสามารถในการเสนอสินค้าด้วยคุณค่าที่เหนือกว่าและราคาสูงกว่า เมื่อแน่ใจในคุณภาพและการเต็มใจจ่ายของลูกค้า และจากงานวิจัยของ Leonidou และคณะ (2013) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในรูปของงานวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมค้นพบว่าองค์ประกอบทางด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นประกอบด้วย การมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า การสร้างความแตกต่างและการมุ่งเน้นการเจาะจงตลาดสอดคล้องกับแนวคิดของ Hernández-Perlines, Moreno-García, และ Yáñez-Araque (2017) ซึ่งได้อธิบายว่า ความสามารถในการแข่งขันของกิจการ หมายถึง ความสามารถในการออกแบบ การผลิตและมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่อยู่ในตำแหน่งทางการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่งหลักในอุตสาหกรรม รวมทั้ง มีต้นทุนที่ต่ำซึ่งจะสามารถทำกำไรได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมนั้น ๆ กิจการใดที่ปราศจากความสามารถในการแข่งขัน ย่อมมีโอกาสมีความ ได้เปรียบในการแข่งขัน (Barney, 1991) ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจในยุคปัจจุบันต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายต่อสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน เพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็น การกำหนดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ซึ่งแตกต่างจากเดิม มีการบริหารและกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

ในอดีตการวัดความสามารถในการแข่งขันมักใช้การวัดผลทางการเงินที่ครอบคลุมเพียงสินทรัพย์ที่มีตัวตน (Tangible Assets) ต่อมา การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมีการเปลี่ยนผ่านวิธีการสร้างสรรค์คุณค่าเชิงกลยุทธ์ด้วยการจัดการสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนสู่กลยุทธ์บนฐานความรู้ เช่น มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิต คิดค้นนวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสามารถในการตอบสนองที่รวดเร็ว ทักษะความรู้ ข้อมูลสารสนเทศในการสนับสนุนการดำเนินงาน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการปรับปรุงการทำงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สำหรับการวัดผลความสามารถในการแข่งขันของหลายองค์กร ได้มีการใช้มาตรวัดด้านการเงินและไม่ใช่มูลค่าทางการเงิน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมใน บริบทที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มีการใช้มาตรวัดที่มีความเหมาะสมต่อการวัดความสามารถในการแข่งขัน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ยึดมาตรฐานความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดของ Buckley, Pass, และ Prescott (1998) ซึ่งได้นำเสนอการวัด ความสามารถในการแข่งขัน 3 มิติ ประกอบด้วย ด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านการส่งมอบ

3.2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนขั้นตอนและกระบวนการทำงาน เพื่อให้บรรลุประสิทธิผลและประสบความสำเร็จในการบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร ผู้บริหารต้องเป็นผู้ซึ่งมีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการ การประสานงานกับคนในองค์กร ทั้งนี้ผู้นำมีหน้าที่ในการกระตุ้น ปลุกฝังตลอดจนต้องสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้กับผู้ร่วมงาน ดังนั้นผู้นำจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ และมีประสบการณ์ในด้านการบริหาร ตลอดจนมีวิธีการสื่อสาร มีกลยุทธ์ในการจูงใจผู้ร่วมงานให้ทำงานจนสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ และจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดสูง ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงต้องมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ James (2010) ได้กล่าวว่า ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จ และเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับผู้นำ โดยการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารการควบคุมธุรกิจต่าง ๆ เพียงเล็กน้อยสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จขององค์กร คุณสมบัติของการเป็นผู้นำที่ดีเกิดจากการเรียนรู้ และการรู้จักพัฒนาตนเองซึ่งสามารถทำให้ผู้นำเป็นผู้นำที่เก่งและดีในองค์กรได้ ดังนั้น วิธีที่จะทำให้ผู้บริหารประสบความสำเร็จสูงสุด คือ ผู้บริหารต้องเปลี่ยนแปลงตนเองให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ Bass (1985) อ้างถึงใน Schultz & Schultz, (1998) อธิบายว่า ผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ซึ่งมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความตั้งใจทำงานเพื่อมุ่งหวังเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน การผลิต หรือกระบวนการต่าง ๆ และพร้อมที่จะปรับปรุงงานตามข้อเสนอแนะของผู้ร่วมงานหากคิดว่สิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ดี ในขณะที่ Paul (1997) ได้กล่าวว่า ผู้นำที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติและของสมาชิกในองค์กร และสร้างความผูกพันในองค์กรได้

อย่างไรก็ตามในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านต่าง ๆ ดังนั้น ภาวะผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงจึงจำเป็นต้องมีเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในองค์กร เช่น เปลี่ยนแปลงในกระบวนการทำงานซึ่งทักษะความเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงจะนำพาความได้เปรียบทางการแข่งขันและนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กรได้ สอดคล้องกับ แพรลภา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2563) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมจะต้องมีลักษณะของผู้นำที่สร้างกลไกทางกลยุทธ์ สร้างการได้เปรียบทางการแข่งขันจากภายในเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากสภาวะภายนอกให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันด้วยทาง

นวัตกรรมที่รุนแรงและยากที่จะแข่งขันกันด้วยรูปแบบของกลยุทธ์เดิม ประการที่สอง คือ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในเชิงทฤษฎีเป็นหลักในการพัฒนาความคิด ด้านกลยุทธ์และศักยภาพขององค์กรซึ่งจะสามารถสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่ทว่าการศึกษาของ นวิทย์ เอมเอก (2557) พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการค้าขายแดนไทย-มาเลเซีย อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยประสงค์จะทำการทดสอบเพื่อยืนยันอีกครั้งว่าองค์ประกอบด้านภาวะผู้นำเปลี่ยนแปลงจะมีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปจะเป็นไปในทิศทางใดจึงได้นำองค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมาเป็นตัวแปรเพื่อใช้ในการทดสอบอีกครั้ง ทั้งนี้ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรชี้วัดของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยประยุกต์มาจากแนวคิดของนักวิชาการดังนี้ Bennis และ Nanus (1985), Luthans (1998), Avolio และคณะ (1999), McShane และ Von Glinow (2000), Robbins และ Coulter (2005), Waldman, Siegel, และ Javidan (2006) และ สุภาวดี สุทธิรักษ์ และ สมนึก เลิศแก้ว (2563) โดยพิจารณาจากตัวแปรชี้วัดที่ได้มี นักวิชาการกล่าวถึงมากที่สุดมาใช้เป็นตัวแปรชี้วัดเพื่อวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพื่อหามิติครอบคลุมในการศึกษานี้จึงได้กำหนดตัวแปรชี้วัดขององค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 4 มิติ คือ การกระตุ้นผู้ตามทางปัญญา การสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ตาม การมีอิทธิพลทางอุดมคติของพนักงาน และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยในข้อที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

3.3 ความสามารถในการปรับตัว

แนวคิดการปรับตัวของผู้ประกอบการซึ่งแมคเคย์ (McKee et al., 1989) ได้กล่าวว่า การปรับตัวมีความเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การแข่งขัน และการวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่มีผู้ประกอบการใดที่สามารถอยู่รอดได้ตลอดโดยไม่มีการปรับตัว ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคม ซึ่งระดับของการปรับตัวขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งนี้ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจนั้น มีการติดตามแสวงหาโอกาสทางธุรกิจและสามารถปรับเปลี่ยนธุรกิจให้มีความพร้อมและสร้างโอกาสเพื่อให้ธุรกิจได้ประโยชน์จากการแข่งขัน (Chakravarthy, 1982) สำหรับการปรับตัวธุรกิจสามารถปรับตัวได้หลากหลายด้าน เช่น ปรับตัวด้านกระบวนการผลิตสินค้า การให้บริการ การตลาด ปรับตัวด้านการบริหารบุคลากร การเงิน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ற்பความสามารถในการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ผลิตแปรรูปอาหารทะเลในสถานการณ์ปกติใหม่ สามารถปรับตัวได้ในส่วนของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการการตลาด และกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ความปกติใหม่เพื่อให้ธุรกิจสามารถมีความสามารถในการแข่งขันและมีการเจริญเติบโตต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ Rindova และ Kotha (2001) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยว่า สิ่งที่ทำให้ธุรกิจสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว คือ การปรับตัวด้านเทคโนโลยี และความสามารถในการปรับตัวในการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจสามารถก่อให้เกิดผล ทั้งนี้สามารถแบ่งความสามารถในการปรับตัวได้เป็น 3 ลักษณะ กล่าวคือ 1) ความสามารถในการปรับตัวด้านเทคโนโลยีของแต่ละธุรกิจ โดยการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด 2) ความสามารถในการปรับตัวด้านตลาด

ที่จะส่งผลต่อนวัตกรรมของสินค้าและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ และ 3) ความสามารถในการปรับตัวด้านการกระบวนการดำเนินงานกิจกรรมของธุรกิจหรือองค์กรนั้น ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรชี้วัดขององค์ประกอบความสามารถในการปรับตัว 3 มิติ คือ ความสามารถในการปรับตัวด้านเทคโนโลยี ความสามารถในการปรับตัวด้านตลาด และ ความสามารถในการปรับตัวด้านการดำเนินการดำเนินงาน จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยในข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

3.4 เครือข่ายความร่วมมือ

การสร้างความร่วมมือหรือสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเป็นการเปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเรียนรู้ และเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีซึ่งกันและกันซึ่งช่วยเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรให้เข้มแข็งขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ การพัฒนาที่ก่อให้เกิดความร่วมมือ หรือ ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นหนึ่งในการบริหารโซ่อุปทาน หรือที่เรียกว่า Supply Chain Management ด้วยปัจจัยความสำเร็จของการบริหารห่วงโซ่อุปทาน คือ การบริหารจัดการความร่วมมือและความสัมพันธ์กับคู่ค้า ซึ่งองค์การอาจนำระบบโลจิสติกส์เข้ามาบริหารจัดการจนเกิด Just in Time ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการลดต้นทุน นอกจากนี้ ความร่วมมือกับคู่ค้ามีผลต่อการส่งมอบสินค้าก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ส่งผลต่อการสนองตอบที่ดีของลูกค้าในส่วนของนิยามความหมายของความร่วมมือ ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายความร่วมมือโดย Faerm, Looy, และ Debackere (2005) อธิบายว่า ความร่วมมือเป็นการทำงานร่วมกันโดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล สินทรัพย์กับพันธมิตรภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับ Hunt (2002) ได้กล่าวว่า ความร่วมมือเป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ของคู่ค้า การจัดการกระบวนการทำงานร่วมกับลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ทั้งนี้จากงานวิจัยของ ทำนอง ชิดชอบ และณลิน เพียรทอง (2561) กล่าวว่า การจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน ช่วยลดต้นทุนรวมของธุรกิจ นอกจากนี้ Cooper (2017; ขวัญนาถ, 2563) ได้กล่าวว่า การจัดการโซ่อุปทานที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในองค์กรเนื่องจากมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งการลดต้นทุนเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ BarNir และ Smith (2002) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้การรวมกลุ่มเครือข่ายเป็นพันธมิตรจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยธุรกิจขนาดเล็กที่มีทรัพยากรจำกัดและมีขอบเขตของตลาดที่ไม่กว้างมากนัก การมีเครือข่ายจะทำให้วิสาหกิจสามารถเอื้อเฟื้อและใช้ฐานทรัพยากรต่าง ๆ ร่วมกันได้ (Hanna & Walsh, 2002) นอกจากนี้ Zeng และคณะ (2010) ได้อธิบายว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการพัฒนาและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบุคคลภายนอกเพื่อช่วยขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ธุรกิจให้เติบโตและมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น สอดคล้องกับ Najib และ Widyastuti (2014) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายความร่วมมือ นวัตกรรมและความยั่งยืน ความสามารถในการแข่งขันสำหรับสถานประกอบการแปรรูปอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมในอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือมีความสำคัญและมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่ผ่านมาพบว่า องค์ประกอบด้านความร่วมมือส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และมาตรวัดที่นิยมใช้ในการวัดความร่วมมือประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ 1) ความร่วมมือขององค์กร ซึ่งเป็นความร่วมมือร่วมใจของคนในองค์กรที่จะผลักดันจนกระทั่งก่อให้เกิดการส่งมอบคุณค่าสินค้าและบริการที่ดีให้ลูกค้า (Michael & Mekoth, 2012; Fang, 2008) 2) ความร่วมมือของลูกค้า เป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ตั้งแต่ต้นน้ำปลายน้ำ ได้แก่ ซัพพลายเออร์ ผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ จนถึงปลายน้ำ คือ ผู้จัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้องค์กร และ 3) ความร่วมมือของลูกค้า เป็นความร่วมมือระหว่างองค์กรกับลูกค้า ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความต้องการของลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการออกแบบระบบและการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า (Verma & Jayasimha 2014; Lusch et al., 2007; Gruner & Homburg, 2000)

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรชี้วัดขององค์ประกอบความร่วมมือ 3 มิติ ดังกล่าว ได้แก่ ความร่วมมือขององค์กร ความร่วมมือของลูกค้า และความร่วมมือของลูกค้า จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยในข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความร่วมมือมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

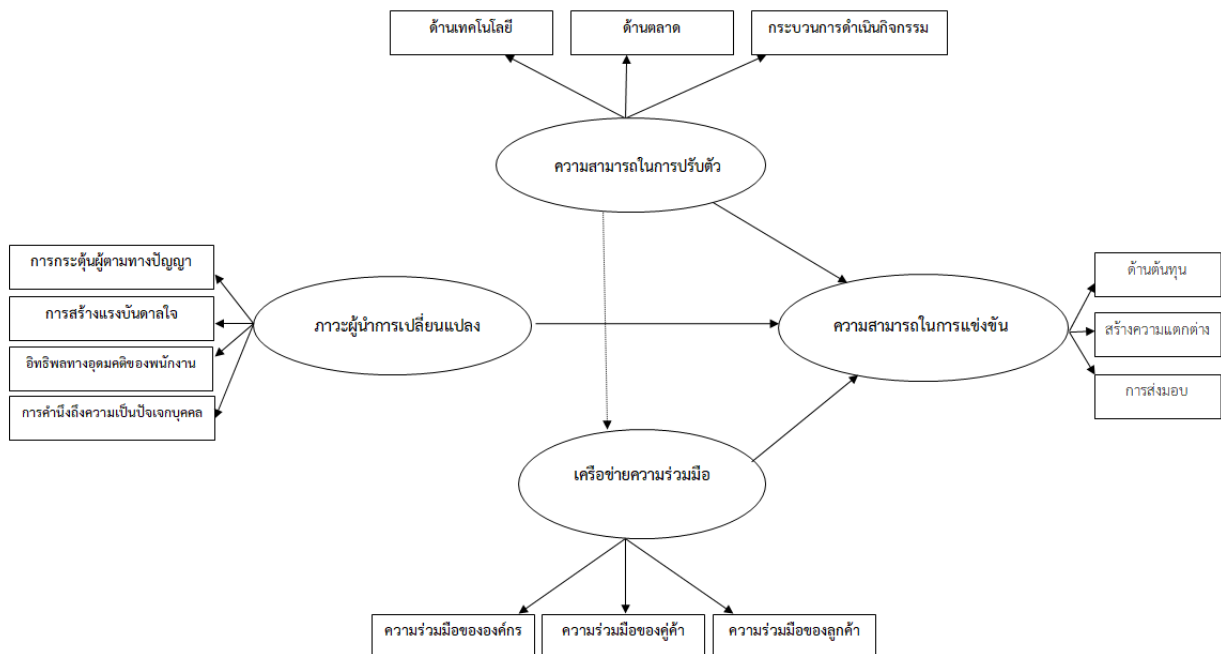
การศึกษาในครั้งนี้เป็นการพัฒนาตัวแปรที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ โดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการทบทวนวรรณกรรมด้วยการวิจัยจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) เพื่อสร้างตัวแปรในการวิจัยและเพื่ออธิบายความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการปรับตัว ความร่วมมือ โดยมีรายละเอียดในการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีอิทธิพลกับความสามารถในการแข่งขัน รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขัน

ตัวแปร	นักวิชาการ	ผลที่ค้นพบ
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	James (2010)	ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร
	นวิทย์ เอมเอก (2557)	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ
	แพรวภา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2563)	ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในเชิงทฤษฎีเป็นหลักในการพัฒนาความคิด ด้านกลยุทธ์และศักยภาพขององค์กรซึ่งจะสามารถสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม
ความสามารถในการปรับตัว	Rindova และ Kotha (2001), Tuominen และคณะ (2004)	ความสามารถในการปรับตัวมีผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ
	Chakravarthy (1982)	การปรับตัวส่งผลต่อความพร้อมของธุรกิจและสร้างโอกาสเพื่อให้ธุรกิจได้ประโยชน์จากการแข่งขัน
เครือข่ายความร่วมมือ	ทำนอง ชิดชอบ และ นลิน เพียรทอง (2561)	การจัดการโซ่อุปทานที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในองค์กร
	Najib และ Widyastuti (2014)	เนื่องจากมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งการลดต้นทุนเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน
	Cooper (2017), ชฎารัฐ ขวัญนาค (2563)	

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ ส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดดังรูปภาพประกอบ 3

รูปภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย



5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากข้อค้นพบในการศึกษานี้ที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเอกสารเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับ James (2010) ได้กล่าวว่า ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จและเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับผู้นำ นอกจากนี้สอดคล้องกับ Tuominen และคณะ (2004) และ Rindova และ Kotha (2001) ได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่า สิ่งที่ทำให้ธุรกิจสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว คือ การปรับตัวด้านเทคโนโลยี และความสามารถในการปรับตัวในการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจสามารถก่อให้เกิดผล อีกทั้งจากงานวิจัยของทำนอง ชิดชอบ และนลิน เพียรทอง (2561) พบว่า การจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน ช่วยลดต้นทุนรวมของธุรกิจ นอกจากนี้ Cooper (2017) และ ชฎารัฐ ขวัญนาคน (2563) ได้กล่าวว่า การจัดการโซ่อุปทานที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในองค์กรเนื่องจากมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งการลดต้นทุนเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันเช่นกัน นอกจากนี้ สุรเดช นิลอุบล วรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล กอแก้ว จันทริกึ่งทอง และ สิริลักษณ์ ทองพูน (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ตัวแบบการพัฒนา

ความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นถึงกรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสามารถสรุปกรอบแนวคิดได้ว่า องค์ประกอบด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว และปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ กรอบแนวคิดดังกล่าวสามารถนำไปพัฒนาเพื่อการศึกษาเชิงประจักษ์โดยการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร อันจะทำให้เกิดข้อมูลเชิงประจักษ์นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในอนาคตต่อไป

6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการทบทวนวรรณกรรมซึ่งเป็นตัวตั้งต้นในการขึ้นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งเมื่อมีการศึกษาต่อโดยการนำไปทดสอบหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันและหากพบว่า ปัจจัยใดมีค่าอิทธิพลสูงสูดนักวิจัยสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นถ่ายทอดแก่ผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาในประเด็นที่ค้นพบหรืออาจเกิดความร่วมมือระหว่างนักวิจัย นักวิชาการ ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จัดให้มีโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการแก่ผู้ประกอบการเพื่อให้องค์ความรู้และสร้างทักษะเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ประกอบการต่อไปในอนาคตได้

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษาในอนาคตสามารถนำกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลแปรรูปในสถานการณ์ความปกติใหม่ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันซึ่งสามารถใช้การวิจัยรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Research) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล ทั้งนี้การศึกษานี้มีหน่วยการวิเคราะห์ในระดับองค์กร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการ ผู้บริหาร ในกิจการที่อยู่ในกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารทะเลแปรรูป

ในด้านการเก็บข้อมูลสามารถใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของการก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เอกสารอ้างอิง

- กรมประมง. (2565). *กรมประมงชี้พิษโควิด-19 ป่วนกระทบธุรกิจประมงไทย*. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2565, จาก <https://m.facebook.com/227334884050780/photos/%E0%B8%81>.
- ชฎารัฐ ขวัญนา. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์ระดับธุรกิจ กับความสำเร็จของธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(4), 121-133.
- ชาญชัย ชัยประสิทธิ์. (2564). *เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่เปลี่ยนไปในยุคโควิด-19*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2565, จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20210518.html>.
- วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ ชนัญชิดา เจริญวัฒน์. (2558). ลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการของแรงงานต่างด้าวและการปรับตัวของการประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. *Veridian E-Journal, Slipakorn University*, 8(2), 1102-1113.
- ทำนอง ชิดชอบ และ นลิน เพียรทอง. (2561). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแรงผลักดัน การจัดการใช้อุปทานสีเขียว และผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย : การทบทวนวรรณกรรม. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 16(2), 127-140.
- นวิทย์ เอมเอก. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะเชิงพฤติกรรมเพื่อความสามารถ ในการแข่งขัน และความสำเร็จในการประกอบการ ของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 1(1), 245-257.
- ประไพทิพย์ ลือพงษ์. (2556). การพัฒนาทุนมนุษย์ให้มี สมรรถนะความสามารถในการแข่งขัน. *วารสารนักบริหาร*, 32(4), 103-109.
- แพรวภา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2563). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อความสำเร็จในการแข่งขันขององค์กรในศตวรรษที่ 21. *วารสารการจัดการปริทัศน์*, 22(1), 241-257.
- วิจัยกรุงศรี. (2565). *แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2562-2564: อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Food-Beverage/Processed-Seafood/IO/io-froccessed-seafood-20-th>.
- สุภาวดี สุทธิรักษ์ และ สมนึก เลิศแก้ว. (2563). แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(8), 432-447.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). *บทสรุปผู้บริหารรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2565, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210922171225.pdf
- Avolio, B. J., Bass, B. M., & Jung, D. I. (1999). Reexamining the components of transformational and transactional leadership using the multifactor leadership. *Journal of occupational and Organizational Psychology*, 72(4), 441-462.

- BarNir, A., & Smith, K. A. (2002). Interfirm Alliances in the Small Business : The Role of Social Network. *Journal of Small Business Management*, 40(3), 219–232.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99- 120.
- Bennis, W., & Nanus, B. (1985). Leadership: The strategies for taking charge. New York : Harper Paperbacks
- Boyer, K., & Lewis, M. (2002) Competitive Priorities: Investigating the Need for Trade-Offs in Operations Strategy. *Journal of Production and Operations Management*, 11(1), 9-20.
- Buckley, P. J., Pass, C. L., & Prescott, K. (1998). Foreign market servicing strategies and competitiveness. *Journal of General Management*, 17(2), 34–46.
- Chakravarthy, B. S. (1982). Adaptation: A Promising Metaphor for Strategic Management. *The Academy of Management Review*, 7(1), 35-44.
- Cooper, R. (2017). Supply chain development for the lean enterprise : interorganizational cost management. London : Routledge.
- Dobribojevic, G. (2013). Analysis of the competitive environment of tourist destinations aiming at attracting FDI by applying Porter's Five Forces Model. *British Journal of Economics, Management and Trade*, 3(4), 359-371.
- Evangelista, P., & Sweeney, E. (2006). Technology usage in the supply chain: The case of small 3PLs. *International Journal of Logistics Management*, 17(1), 55-74.
- Faems, D., Looy, B. V., & Debackere, K. (2005). Interorganization collaboration and innovation: toward a portfolio approach. *Journal of Product Innovation Management*, 22(3), 238-250.
- Fang, E. (2008). Customer participation and the trade-off between new product innovativeness and speed to market. *Journal of Marketing*, 72(4), 90-104.
- Gruner, K. E., & Homburg, C. (2000). Does customer interaction enhance new product success. *Journal of Business Research*, 49(1), 1-14.
- Hanna, V., & Walsh, K. (2002). Small Firm Networks : A Successful Approach to Innovation. *R & D Management*, 32(2), 201–207.
- Huang, K., Dyerson, R., Wu, L., & Harindranath, G. (2015). From Temporary Competitive Advantage to Sustainable Competitive Advantage. *British Journal Management*, 25(4), 617-636.
- Hunt, S. D. (2002). Marketing and a general theory of competition. *Journal of Marketing Management*, 18(1), 239-247.
- James, M. B. (2010). *Leadership*. New York: Harper Perennial Modern Classics (1st ed.). Boston : Pearson Education.

- Koufteros, X., Vonderembse M, A., & Doll, J. (2002). Examining the Competitive Capabilities of Manufacturing Firms. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 9(2), 256-282.
- Lin, H., Su, J., & Higgins, A. (2015). How dynamic capabilities affect adoption of management innovation. Retrieved on November 21, 2021, from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/>
- Luthans, F. (1998). *Organizational Behaviour*. (8th ed.). New York : Irwin-McGraw-Hill.
- Lusch, R. F., Vargo, S. L., & O'Brien, M. (2007). Competing through service: insights from service-dominant logic. *Journal of Retailing*, 83(1), 5-18.
- McKee, D. O., Varadarajan, P. R., & Pride, W. M. (1989). Strategic adaptability and firm performance: A market-contingent perspective. *Journal of Marketing*, 53(3), 21- 3.
- McShane, S. L., & Von Glinow, M. A. (2000). *Organizational Behavior*. New York : America.
- Michael, S., & Mekoth, N. K. (2012). A typology for frontline employee adaptability to gain insights in service customization: a viewpoint. *International Journal of Services and Operations Management*, 12(4), 490-508.
- Najib, M., Dewi, F. R., & Widyastuti, H. (2014). Collaborative Networks as a Source of Innovation and Sustainable Competitiveness for Small and Medium Food Processing Enterprises in Indonesia. *International Journal of Business and Management*, 9(9), 146-160.
- Paul, M. M. (1997). *Psychology Applied to Work An Introduction to Industrial and Organization Psychology*. (5th ed.) California : Brooks/Cole.
- Piatkowski, M. (2012). Factors Strengthening the Competitive Position of SME Sector Enterprises. An Example for Poland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58(1), 269 – 278.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. London : Macmillan.
- Porter, M. E. (1998). Cluster and the New Economics of Competition. Retrieved on November 10, 2021, from <http://www.wellbeingcluster.at/>.
- Rindova, V. P., & Kotha, S. (2001). Continuous Morphing : Competing through Dynamic Capabilities, Form, and Function. *Academy of Management Journal*, 44(1), 1263-1280.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Management*. (8th ed.). Upper Saddle River : Prentice Hall.
- Schultz, D. P., & Schyltz, S. E. (1998). *Psychology and Work Today: An Introduction Industrial and Organizational Psychology*. (7th ed.). New Jersey : Prentice- Hall, Inc.
- Verma, R., & Jayasimha, K. R. (2014). Service delivery innovation architecture : An empirical study of antecedents and outcomes. *IIMB Management Review*, 26, 105-121.
- Waldman, D. A., Siegel, D. S., & Javidan, M. (2006). Components of CEO transformational leadership and corporate social responsibility. *Journal of Management Studies*, 43(8), 1703-1725

- Wernerfelt, B. (1984). Consumers with differing reaction speeds, scale advantages and industry structure. *Journal of European Economic Review*, 24(2), 257-270.
- Yáñez-Araque, B., Hernández-Perlines, F., & Moreno-Garcia, J. (2017). From training to organizational behavior: A mediation model through absorptive and innovative capacities. *Frontiers in Psychology*, 8(1), 1532-1545.
- Zeng, S. X., Xie, X. M., & Tam, C. M. (2010). Relationship between Cooperation Network and Innovation Performance of SMEs. *Technovation*, 30(1), 181–194.

การสังเคราะห์นวัตกรรมงานการจัดการทรัพยากรมนุษย์
ผลกระทบต่อยุคดิจิทัลในประเทศไทย
Innovation Synthesis of Human Resource Management
Impact Digital in Thailand

อิงอร ตันพันธ์¹ เอกสิทธิ์ สนามทอง² และทศพร มะหะหมัด³

Ingorn Tanphan¹ Ekkasit Sanamthong² and Tosaporn Mahamud³

Received : November 29, 2021 Revised : July 26, 2022 Accepted : August 3, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิชาการ เรื่องนี้เขียนมีความตั้งใจจะนำเสนอนวัตกรรมทางด้านงานวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนา
ทรัพยากรมนุษย์ การสร้างความเข้าใจที่มนุษย์พยายามเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานในองค์กรจากสิ่งเดิมเพื่อก้าวสู่
เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการจ้างงานที่เกิดขึ้นใหม่ เนื้อหาเป็นการสำรวจวรรณกรรมที่รวมถึงเทคโนโลยีที่ลดอัตรา
การจ้างงานเพราะโลกก้าวเข้าสู่ยุคแพลตฟอร์มดิจิทัลการใช้คำว่าหุ่นส่วนแทนว่าลูกจ้างพฤติกรรมมนุษย์เมื่อร่วมงาน
กับปัญญาประดิษฐ์ธรรมชาติวัฒนธรรมของมนุษย์ในองค์กรที่เปลี่ยนไปกำหนดประสิทธิภาพการทำงานด้วยดิจิทัล
โดยมนุษย์เข้าสู่โลกแห่งเทคโนโลยี เนื้อหาที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นประโยชน์ต่องานทรัพยากรมนุษย์และการเตรียม
ความพร้อมสู่การทำงานในอนาคต

คำสำคัญ : นวัตกรรม ทรัพยากรมนุษย์ ดิจิทัล

* อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาบริหารธุรกิจ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

* Lecturer Graduate School of Business Administration, Kasembundit University, Bangkok

² อาจารย์ประจำคณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² Faculty of Human Resource Development, Ramkhamhaeng University, Bangkok

³ อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาบริหารธุรกิจ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

³ Lecturer Graduate School of Business Administration, Kasembundit University, Bangkok

*Corresponding author E-mail: tosaporn.mah@kbu.ac.th

Abstract

This academic article, the author intends to present innovations in research that affect human resource development. Building an understanding of how humans are trying to transform corporate operations from legacy to technology that impacts emerging employment patterns. The content explores the literature that includes technology that has reduced employment rates as the world enters the digital platform era, the use of the term partner instead of employee, human behavior when working with artificial intelligence, nature, human culture in organizations that have changed. Defining human digital productivity into the world of technology, all of the above are useful for human resource jobs and future preparation.

Keywords : Innovation, Human Resources, Digital

1. บทนำ

การจัดการงานทรัพยากรมนุษย์กำลังจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลและสังคมมีการเติบโตและรูปแบบบริหารจัดการที่เปลี่ยนไปจากเดิมกระบวนการทำงานขององค์กรและสภาพแวดล้อมของงานยังคงมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องและเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องยอมรับและเตรียมตัวให้กับคนรุ่นใหม่ในอนาคตด้วยเหตุนี้จึงทำให้มนุษย์เล็งเห็นคุณค่าในสิ่งใหม่เกิดขึ้นพัฒนาความรู้เพื่อให้มนุษย์พร้อมที่ต้องทำงานแข่งขันกับปัญญาประดิษฐ์ พัฒนามาตรฐานให้ทัดเทียมด้วยการเรียนรู้มากกว่าเดิม (Vardarlier, 2020) มนุษย์กำลังเผชิญกับวิวัฒนาการที่กำลังก้าวเข้าสู่การเกิดขึ้นของผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่เข้าไปมีส่วนร่วมและไม่สามารถหลีกเลี่ยงโลกแห่งความเป็นจริงที่ต้องเปลี่ยนตามกระแสสังคมและไมยอมที่จะล่าช้าในความหมายคือต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เช่นธุรกิจ บริการ ที่เข้าร่วมกับแอปพลิเคชัน เป็นต้น และความพยายามที่ซับซ้อนของผู้สร้างจนเกิดเทคโนโลยีให้ทันกับอนาคตการตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์งานที่ถูกออกแบบการบริการสามารถแบ่งแยกสัดส่วนจากโทรศัพท์เครื่องเดียวที่สามารถเข้าใจการใช้งานและใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้การทำงานเหล่านี้มักรู้จักกันในชื่อของงานแพลตฟอร์มหรืองานดิจิทัล (Rakic et al., 2020) การออกแบบมาเพื่อกระตุ้นทัศนคติความรวดเร็วในการทำงานสร้างยอดขายลดต้นทุนส่งผลให้เกิดความท้าทายด้านทรัพยากรรูปแบบใหม่หลายประการทั้งเรื่องสวัสดิการค่าตอบแทนโบนัสและภาษีของบริษัทที่มีอัตราที่ลดลงและค่าใช้จ่ายในบางส่วนที่เพิ่มขึ้นในการซ่อมบำรุงโดยการจัดสิ่งที่ไม่ชัดเจนความไม่เป็นธรรมออกไปเพื่อเป็นการสร้างบทบาทใหม่ที่เหมาะสมของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลที่ต้องตอบคำถามกับการเปลี่ยนแปลงถึงการกำหนดหน้าที่ของเทคโนโลยีสารสนเทศในการตัดสินใจจ้างงานโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์เข้ามาเกี่ยวข้องและดำเนินการตรงตามที่มนุษย์ได้วางระบบสามารถเข้าสู่ความลงตัวกับยุคสมัยได้อย่างดีที่สุด (Mazurchenko & Marsikova, 2019)

เมื่อมนุษย์พยายามสร้างสิ่งใหม่การหลีกเลี่ยงที่ทรัพยากรมนุษย์แบบเดิม ๆ เพราะอาจจะไม่สร้างประโยชน์และไม่สอดคล้องในการปฏิบัติงานในปัจจุบันและยังไม่สามารถตอบสนองต่อโอกาสและความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ (Bondarouk, Marsman, & Rekers, 2014) ตัวอย่างเช่น ดิจิทัลเป็นส่วนเสริมล่าสุดของแรงงานองค์กรและรูปแบบการจ้างงานแบบดั้งเดิม มันได้เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อเศรษฐกิจดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น เช่น Grab, Bolt, Robinhood, Lineman, Panda เป็นต้น และผู้ร่วมงานที่พยายามพัฒนามาตรฐานตนเองเพื่อทัดเทียมกับปัญญาประดิษฐ์ นอกจากนี้ Facebook และ LINE เป็นช่องทางสำหรับการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลหรือผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่งความคาดหวังในการจ้างงาน และข้อตกลงที่ปัญญาประดิษฐ์มีบทบาทแต่ยังไม่เป็นที่ราบแน่ชัดว่าองค์กร แพลตฟอร์ม และลูกค้าสามารถใช้และพัฒนาความสามารถเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนได้อย่างไร

การวางระบบที่สูงเกินไปอาจจะทำให้ผู้ร่วมหรือ Partner เกิดปัญหาและเข้าไม่ถึงการใช้มาตรฐานที่สูงไปทำให้มนุษย์ไม่สามารถเข้าถึงระบบที่ดีได้ (Culik & Otahalova, 2020) สิ่งสำคัญ คือ ต้องพัฒนาความเข้าใจถึงความสามารถประสบการณ์ของมนุษย์ที่เป็นแต่เดิมการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์ของพนักงานแบบดั้งเดิม ตลอดจนความต้องการของพวกเขาสำหรับการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ สรีรวิทยานั้นได้รับผลกระทบอย่างไรโดยทางตรงหรือทางอ้อมในยุคนโยบายประดิษฐ์และการพึ่งพาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ความต้องการความเข้าใจขั้นสูงนี้เกิดขึ้นจากแนวคิดที่ว่าบุคคลที่เข้าสู่การทำงานในระดับต่าง ๆ ที่เปิดรับจะทำให้ความคาดหวังในการทำงานและการปฏิบัติงานลดความผิดพลาดลงซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลต่อสถานที่ทำงานในอนาคตและความยั่งยืนที่เป็นปัจจัยบ่งบอกว่าอนาคตคนทำงานจะน้อยลงและพึ่งพาดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นบทความเรื่องนี้เป็นการศึกษาถึงการเตรียมความพร้อมในการทำงานของผู้ประกอบการและส่วนงานของหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์เพื่อความพร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Zehir, Karaboga, & Basar, 2020)

2. การเปลี่ยนผ่านการจัดการทรัพยากรมนุษย์สู่ยุคดิจิทัล

ผลงานวิจัยนวัตกรรมนับตั้งแต่ปี 2000 ตามรายงานผลงานวิจัยในอดีตที่เกิดขึ้นในประเทศไทยและอาเซียน ภายใต้อุดมการณ์ของนักทรัพยากรมนุษย์ การจ้างงาน การบริหารงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพูดถึงด้านวิชาชีพ เช่น การจัดการทรัพยากรบุคคลโดยเทียบกับบริบทในกลุ่มประเทศเอเชีย เช่น ประเทศไทยที่มีรัฐบาลทำการปกป้องนายทุน (ผู้ประกอบการ) และการดำเนินธุรกิจก็เป็นที่มาตามกฎหมายที่คุ้มครองในส่วนผู้บริโภคลูกค้า เป็นเหมือนห่วงลูกโซ่ที่ร้อยลงมาเป็นลำดับ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาและเข้าร่วมกับปัญญาประดิษฐ์ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นในเวลาต่อมา กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมนี้เป็นปัญหาของมนุษย์ที่จะเรียนรู้ว่าการร่วมงานระหว่างคนและดิจิทัลที่มีระเบียบวินัยที่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงที่ต่างกันที่นำไปใช้ในบริษัทสู่ประสิทธิภาพขององค์กรที่ดีขึ้นประเด็นสำคัญประการหนึ่งคือการสรรหาและคัดเลือกพนักงานต่างจากเดิมในรอบหลายปีที่ผ่านมา (นิภาพรณ เจนสันติกุล, 2564) นวัตกรรมที่มีการบูรณาการแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นวิธีสำคัญสำหรับองค์กรในการมุ่งมั่นเพื่อพนักงานที่มีคุณสมบัติดีเยี่ยมแต่องค์กรกลับพบว่า การสรรหาและคัดเลือกทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นกระบวนการที่ลดต้นทุนรวดเร็วสำหรับการสรรหาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพโดยผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ส่วนใหญ่ในเวลานี้เข้าถึงความทันสมัยเพื่อสรรหาและเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติสูงได้ดีขึ้นกว่าเดิม (Thite, 2018)

การปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานการว่าจ้างผู้สมัครที่มีทักษะสูงโดยที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติเพื่อให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันแม้ว่าดิจิทัลจะมีประโยชน์ในการปรับปรุงการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีทักษะสูงแต่บางองค์กรอาจเผชิญกับความท้าทายในการดำเนินการเพราะในการใช้เครื่องมือเหล่านี้ยังมีความเสี่ยงในการเกิดข้อผิดพลาด ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดอุปสรรคที่อาจส่งผลต่อการดำเนินการและการใช้เครื่องมือสรรหาและคัดเลือกอย่างระมัดระวังและอาจจะเกิดผลเสียร้ายขึ้นได้หากขาดความรู้ความชำนาญเท่าที่ควร

3. รูปแบบการจ้างงานที่เกิดขึ้นใหม่ตลอดจนความคาดหวังที่เพิ่มขึ้น

ในโครงสร้างของการจ้างงานแบบดั้งเดิมนั้น ทำให้องค์กรมีโอกาสเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ที่น้อยมาก การดำเนินงานและรูปแบบธุรกิจทั้งหมดของพนักงานอย่างไรก็ตามเพราะสิ่งสำคัญคือต้องตระหนักถึงข้อเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีสำหรับงานที่ใช้สมรรถนะกายภาพข้อดีของการปฏิบัติงานของทรัพยากรมนุษย์ภายในกฎระเบียบธรรมเนียม เช่น กระบวนการที่ยึดธรรมเนียมสำหรับการคัดเลือกและการประเมินการฝึกอบรมและการพัฒนาดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการตรวจสอบอย่างเป็นระบบมากขึ้นเกี่ยวกับสถานะการทำงานและผลของการใช้เทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นโดยพนักงานตลอดจนคำแนะนำในการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการขององค์กรได้ดีที่สุด (Bernacki, Vosicka, & Warren, 2021) เพื่อดิจิทัล

เข้ามามากขึ้นในส่วนของงานทรัพยากรมนุษย์อาจจะเป็นไปได้ที่อนาคตจะถอยห่างจากระบบอุปถัมภ์และก้าวเข้าสู่มาตรฐานในอาชีพมากขึ้นฉะนั้นแล้วการสำรวจงานวิจัยให้เกิดความเข้าใจที่เกิดขึ้นจริงจึงมีความเป็นที่จะนำเสนอวรรณกรรมบางส่วนจากที่สำรวจดังต่อไปนี้

การสำรวจงานวิจัย ครั้งที่ 1 งานวิจัยของ Donnelly และ Johns (2021) กล่าวว่า ความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างกว้างขวางในด้านงานและการจัดการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำงานที่อยู่ห่างไกลกันติดต่อประสานงานได้อย่างรวดเร็วจะช่วยให้พนักงานที่อยู่ไกลมีการบริหารเวลาตำแหน่งในหน้าที่ได้ดีขึ้นแต่ก็มีความกังวลว่างานของพวกเขา กำลังถูกดัดแปลงปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานที่เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องของเทคโนโลยีที่สามารถยกระดับตำแหน่งของบริษัทการบูรณาการ จนทำให้การค้นพบได้ว่าการทำงานทางไกลมีการปรับเปลี่ยนใหม่อย่างไร การควบคุมพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีพนักงานในบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น การแปลงเปลี่ยนกระบวนการแรงงานเป็นดิจิทัลกำลังก่อให้เกิดผลกระทบที่เหมาะสมและสำหรับพนักงานที่อยู่ห่างไกลออกไปการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ จะมีนโยบายการกำหนดคุณค่าของงานเพิ่มขึ้นใหม่เพื่ออนาคตที่ดีของงานทรัพยากรมนุษย์

การสำรวจงานวิจัยครั้งที่ 2 Ogbeibu และคณะ (2021) การศึกษาเพื่อรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันสิ่งสำคัญ คือ พนักงานต้องเต็มใจที่จะสร้างและแสวงหาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความได้เปรียบด้วยวิธีนี้ สามารถทำให้ผู้นำองค์กรมีความมุ่งมั่นปรับปรุงแรงผลักดันเพื่อให้แน่ใจว่าเทคโนโลยีการจัดการทรัพยากรมนุษย์ดิจิทัลเป็นเรื่องใหม่ถูกนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อขับเคลื่อนการแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในที่ทำงาน แม้ว่าการสร้างสรรค์แนวความคิดโดยรวมสามารถเพิ่มการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างงานได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้เงื่อนไขทางเทคโนโลยี การศึกษาใช้การออกแบบการสำรวจกับผู้ตอบแบบสอบถาม 396 คนจากองค์กรการผลิต 56 แห่งในไนจีเรีย ผลการวิจัยระบุว่า การพึ่งพาอาศัยกันของงานดิจิทัล เทคโนโลยี ส่งผลโดยตรงต่อความเต็มใจในการสร้างสรรค์ของทีมและหลักการพึ่งพาอาศัยกันของงานดิจิทัลผู้ปฏิบัติงานอาจสามารถสนับสนุนความเต็มใจในการสร้างสรรค์ของทีมเพื่อรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน

4. เทคโนโลยีที่เปิดเผยรูปแบบลดการจ้างงานแบบดั้งเดิมจำนวนมาก

การสูญเสียการจ้างงานเนื่องจากระบบที่ทันสมัยจะอยู่ในธุรกิจบริการมากขึ้นตำแหน่งเหล่านี้มีทั้งงานระดับล่างจนถึงผู้ที่มีความรู้ความสามารถสูงอย่างไรก็ตามรูปแบบเริ่มต้นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการชี้ให้เห็นว่ามีคำถามมากมายเกี่ยวกับวิธีที่ควรประสานการแลกเปลี่ยนที่ยุติธรรมระหว่างคนงานและนายจ้างที่ให้ดิจิทัลปัญญาประดิษฐ์เข้ามามีบทบาทในเรื่องของวินัยสำหรับนายจ้าง ไม่ว่าจะเป็นในพื้นที่ทำงานอิสระหรือพื้นที่ทำงานที่จำเป็นต้องอาศัยสื่อดิจิทัลหากเป็นไปได้ในอนาคตคุณลักษณะเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบใหม่ของแรงงานดิจิทัลคือ "การมีส่วนร่วม" "เข้าใจง่าย" และ "เข้าถึงได้" เพราะในความเป็นจริงมนุษย์ที่ก้าวเข้าสู่ผู้ประกอบการหลายคนหลุดพ้นจากพนักงานบริษัทมักจะประกอบอาชีพอิสระรูปแบบการดำเนินงานที่ต่างจากเดิมและในโลกดิจิทัลความสัมพันธ์ในการทำงานเริ่มมีความยืดหยุ่นมากขึ้นเพราะปัญญาประดิษฐ์ส่งผลให้มนุษย์มีมาตรฐานการทำงานในเรื่องของวินัยที่ดีขึ้น (McLeod, 2019) เมื่อโลกเข้าสู่แพลตฟอร์มบริการดิจิทัลส่วนใหญ่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่ส่งผลต่อกลไกธุรกิจซึ่งขัดกับรูปแบบจากเดิมการสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานระยะยาวที่เป็นรูปธรรมในทางกลับกันการเตรียมงานผ่านมือถือเครือข่ายหากเป็นเช่นนั้นงานที่ไม่ได้มาตรฐานอื่น ๆ กำลังเริ่มลดลงปัญญาประดิษฐ์เข้าทำลายสิ่งที่ไม่ได้มาตรฐานแต่จากที่ศึกษาของผู้เข้ามีส่วนร่วมหุ้นส่วนโดยส่วนใหญ่ประสิทธิภาพการทำงานผ่านดิจิทัลก็ยังคงไม่สมบูรณ์ 100% เพราะการวางระบบจากมนุษย์ยังมีเหตุผลในเรื่องนโยบายของบริษัทกลุ่มคนทำงานอิสระที่เข้าแพลตฟอร์มเป็นสื่อกลางมีส่วนร่วมในรูปแบบของชิ้นงานดิจิทัล ซึ่งส่วนใหญ่แยกออก

จากโครงสร้างองค์กรนอกเหนือจากแพลตฟอร์มและยังสามารถระบุค่าจ้างตามรายชั่วโมงหรือเงินเดือนแพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้สามารถบันทึกผลงานได้แบบเรียลไทม์เพื่อให้ฝ่ายงานและพนักงานและลูกค้าสามารถติดตามได้อย่างแม่นยำว่าบริการใดบ้างที่ให้บริการเมื่อใดโดยใครและด้วยคุณภาพระดับใดที่เกี่ยวข้องกับงานด้านความรู้ความเข้าใจจะกลายเป็นเรื่องท้าทายที่หาข้อทดแทนกันได้การเข้าถึงกำไรมากขึ้นด้วยแรงกระตุ้นทางเทคโนโลยีที่ชักนำให้ค่าจ้างและสภาพการทำงานลดความด้อยคุณภาพของลงได้ (Sotnikova et al., 2020) เมื่อลูกจ้างรู้สึกว่าหุ้นส่วนความผูกพันของพนักงานที่องค์กรให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่ตามมาการสร้างคุณค่าในสถานที่ทำงานสร้างความมั่นใจให้กับคนงานไม่ได้รับการปฏิบัติเหมือนจากเดิมที่มีสถานะลูกจ้างอีกต่อไปมีคุณค่าให้เกิดขึ้นต่อองค์กรในอนาคตและองค์กรมีระบบการจ่ายภาษีที่ต้องเปลี่ยนไปจากเดิม ด้วยเหตุผล หุ้นส่วน อย่างเช่น กรณี บริษัท แกรป ใช้คำว่าหุ้นส่วนเป็นกรณีศึกษาฝ่ายทรัพยากรบุคคลที่มุ่งเน้นในเรื่องสวัสดิการและติดตามความก้าวหน้าของผู้ร่วมงานส่งผลต่อสร้างกระบวนการการฝึกอบรมและการพัฒนาการออกแบบงานการจัดหาและคัดเลือกเพื่อให้เข้ากับระบบและเทคโนโลยีทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่ทันสมัยที่มีไว้เพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนตลอดจนผู้ที่ทำงานในองค์กรและเล็งเห็นงานด้านความสามารถอื่น ๆ ทำให้ได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด ถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรเพื่อให้เกิดความพอใจของพนักงานและความสุขในการทำงาน (Berman, Bowman, & Wart, 2021) นอกจากนี้ การอธิบายเนื้อหาโดยรวมนั้นถือเป็นหนึ่งในผลผลิตทางวิชาการจะส่งผลต่อการเรียนรู้มากขึ้นปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและมนุษย์ก็ยังคงขาดความเข้าใจในเนื้อหาการเรียนรู้ที่ครอบคลุมเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในองค์กรบริษัทจนถึงระดับพนักงานนอกจากเหล่าบรรดานักปฏิบัติในเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรมในองค์กรแล้ว งานวิจัยมากมายที่พยายามศึกษามุ่งเน้นเพื่อการใช้ความอัจฉริยะของปัญญาประดิษฐ์นำมาใช้กับมนุษย์ให้เกิดคุณค่าในการทำงานมากขึ้น งานวิจัยของ Vrontis และคณะ (2022) ได้กล่าวถึง งานวิจัยจำนวน 45 เรื่องที่ศึกษาถึงปัญญาประดิษฐ์ภายใต้คำจำกัดความของทรัพยากรมนุษย์ ผลลัพธ์โดยส่วนใหญ่ได้แสดงให้เห็นว่า เทคโนโลยีมีความจำเป็นต่อการจัดการพนักงานและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรการทำงาน และเป็นโอกาสอีกมากมายสำหรับการพัฒนา รวมถึงความท้าทายอย่างมากถึงการใช้เทคโนโลยี เพราะเป็นสิ่งที่เกิดความขัดแย้งมากกว่าการทำงานร่วมกับมนุษย์ แม้ว่าผลกระทบจะเกิดขึ้นกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมระเบียบวินัยที่มนุษย์ถูกควบคุมการทำงานด้วยปัญญาประดิษฐ์ที่เที่ยงตรงโอกาสในการตัดสินใจเรียนรู้ และผลดีของปัญญาประดิษฐ์วางระเบียบระบบกับการทำงานของมนุษย์ได้อย่างดีมากขึ้นระบบทรัพยากรมนุษย์แบบดิจิทัลหรือปัญญาประดิษฐ์ สามารถนำมาใช้เพื่อต่อยอดความแตกต่างได้ระหว่างคนงานที่มีสถานะที่ต่างกันโดยเฉพาะหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์ดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนา เพื่อการใช้งานของผู้ปฏิบัติงานต่าง ๆ บทบาทสำคัญที่ดำเนินการด้วยความช่วยเหลือจากเทคโนโลยีอื่น ๆ องค์ประกอบสำคัญของการใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ก็คือ การนำไปใช้อย่างโปร่งใส พนักงานจะรู้ว่าเป็นเรื่องยากที่จะคาดเดาของปัญญาประดิษฐ์ในการควบคุมการทำงาน ในเรื่องการตรวจสอบความถูกต้องฝ่ายทรัพยากรบุคคลต้องรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยีวางระบบเพื่อไม่ให้เกินความสามารถของมนุษย์ พนักงานต้องมีความสามารถรับรู้ข้อมูลที่รวบรวมได้ส่งผลกระทบต่อผลการจ้างงานของพวกเขาอย่างไร โดยการพึ่งพาเทคโนโลยีแทนความสัมพันธ์ส่วนตัว ความแตกต่างระหว่างคนงานและพนักงานก็ชัดเจนขึ้น (Markauskaite et al., 2022)

5. การกำหนดสิทธิประโยชน์ในเรื่องค่าตอบแทน

ความรับผิดชอบในการชดเชย และผลประโยชน์ของแผนกทรัพยากรบุคคลได้รับผลกระทบอย่างมากจากการถือกำเนิดของเทคโนโลยีใหม่ที่เป็นทิศทางไปในทางที่ดี อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีเหล่านี้มีความสามารถที่เหมือนกันในแง่ของการเพิ่มประสิทธิภาพการชดเชยให้กับคนงาน การได้รับอย่างยุติธรรมแม้ว่าบริษัทต่าง ๆ อาจมีนโยบายว่าการจ้าง

พนักงานชั่วคราวนั้นคุ้มค่ากว่า แต่ความจริงแล้ว สิ่งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทเฉพาะขององค์กรและกฎหมายแรงงานที่รองรับจากเดิม แม้ว่า เทคโนโลยีนี้จะมีผลกับการติดตามตรวจสอบพนักงาน แต่โดยหลักแล้วเทคโนโลยีนี้มีอยู่จุดประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างแรงจูงใจในการส่งเสริมการเรียนรู้ของธุรกิจ ถือเป็นโอกาสของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจาก มีผลกระทบต่อวิธีการจัดการผลการปฏิบัติงานของพนักงานในแง่ของค่าตอบแทนและการฝึกอบรมของงานและจะออกห่างจากใช้โปรแกรมการฝึกอบรมแบบเดิม ๆ อาจทำให้ขอบเขตระหว่างพนักงานกับคนทำงานประเภทอื่น ๆ มีความชัดเจนมากขึ้น (Thite, 2018)

6. ระบบดิจิทัลส่งผลต่อระบบการทำงาน

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลมีส่วนสำคัญในการพัฒนาการออกแบบงานที่เหมาะสม สำหรับทุกบทบาทภายในองค์กร อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความผูกพันของผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถส่งเสริมผ่านความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับหัวหน้างาน หากว่าระบบการทำงานสร้างช่องว่างมากเกินไป หรือแม้แต่ความสัมพันธ์ในการจ้างงานในรูปแบบเดิมลักษณะการทำงานที่เปลี่ยนไปเพราะมนุษย์เริ่มให้ความสำคัญกับดิจิทัลเป็นส่วนสำคัญ Reamer (2013) ได้กล่าวว่า เทคโนโลยี ดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงธรรมชาติของมนุษย์ ออกห่างจากการปฏิบัติงานในรูปแบบเดิม การให้บริการแบบออนไลน์ให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์หรือ การตอบคำถามกับระบบอัตโนมัติ ปัญหาด้านจริยธรรมที่ซับซ้อนมากขึ้นของการดำเนินงานวางระบบที่มาจากมนุษย์ และถือเป็นเรื่องที่ยุติธรรมในรูปแบบใหม่ที่เหมาะสมกับการทำงานของผู้ประกอบการและพนักงาน และถือเป็นการประมวลผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นและมนุษย์ก้าวเข้าสู่ยุคที่ การดำเนินงานที่เป็นมืออาชีพมากขึ้น

มุมมองของ Reamer (2013) เกี่ยวกับบทบาทของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ซึ่งพบทวนให้เห็นถึงวิถีชีวิตแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การรับรู้ถึงวรรณกรรมในงานวิชาการที่มีการค้นพบการทำงานร่วมกัน ระหว่างมนุษย์กับดิจิทัล ผู้เขียนทราบและเข้าใจปัญหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ในการจัดการทรัพยากรในองค์กร ซึ่งกำลังได้รับแรงหนุนจากข้อมูลทางวิชาการที่มากขึ้น โดยผ่านการใช้เทคโนโลยีแนวคิดที่เป็นดิจิทัลเป็นแบบจำลองที่มนุษย์สามารถเข้าถึง และเทคนิคการศึกษาข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ในการคาดการณ์ของการทำงานในอนาคต เช่น ช่องว่างความสามารถที่เปลี่ยนไปเพื่อรองรับกับ แพลตฟอร์มให้ทันสมัยมากขึ้น การยอมรับเข้าใกล้กับข้อโต้แย้งว่านวัตกรรมหลักคือความสำคัญที่มนุษย์เข้าใจในเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มการทำงานให้เหมาะสมที่สุด และมุ่งไปสู่การประยุกต์ใช้ในการคาดการณ์ความสัมพันธ์กันที่เชื่อมโยงระหว่างความมีสติสัมปชัญญะและความสำเร็จของงาน (Bondarouk, Ruël, & Parry, 2017)

7. ผลจากการสังเคราะห์เนื้อหาเพื่อทำงานวิจัยในอนาคต

จากเนื้อหาที่สรุปไว้จนถึงตอนนี้ สามารถกล่าวได้ว่าในอนาคตพิจารณาว่าระบบทรัพยากรมนุษย์ ถูกใช้อย่างไร และเมื่อใดเพื่อเสริมสร้างความแตกต่างระหว่างพนักงานที่มีสถานะต่างกัน งานวิจัยอ้างอิงจะเกี่ยวกับแนวปฏิบัติและความสัมพันธ์ระหว่างลูกจ้างกับนายจ้างในแนวทางการบริหารจัดการ ซึ่งบางครั้งอาจมีการละเลยประเภทหรือระดับอื่น ๆ ของพนักงาน แนวทางนี้แม้จะมีประโยชน์แต่ก็ไม่ได้สะท้อนถึงความสำเร็จของงาน ความแม่นยำในงานด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาความเข้าใจในบุคลากรที่ทันสมัยและเป็นระบบดิจิทัลทั้งหมด เนื้อหาบทความพยายามที่จะกล่าวถึงวิธีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาแนวทางปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเป็นระบบที่ทันสมัยและดีขึ้นจากประสบการณ์ปฏิบัติงานในประเภทต่าง ๆ ที่แตกต่างกันในอนาคตระบบการทำงานขององค์กร นอกจากนี้ การสำรวจเป้าหมายที่สำคัญคือต้องทำแผนที่ว่าด้วยความมุ่งมั่น ในปัจจุบันการมีแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในด้านดิจิทัลเพื่อปรับปรุงงานนั้นสามารถส่งผลดีและส่งผลเสียต่อการคงอยู่ของพนักงานซึ่งเป็นความท้าทายในการรักษาพนักงาน

8. บทสรุป

การให้มุมมองเกี่ยวกับโอกาส และความท้าทายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในเศรษฐกิจดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นด้วยการใช้ในโทรศัพท์กลายเป็นเครื่องมือที่แพร่หลายมากขึ้นเรื่อย ๆ ที่ใช้เพื่อจัดการแรงงานที่ตกอยู่ในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงการทำงานแบบใหม่แพลตฟอร์ม และองค์การบริการที่แตกต่างจากเดิม จะพบเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นสู่เทคนิคการจัดการกำลังคนแบบอัตโนมัติ และยังไม่เป็นที่ทราบแน่ชัดว่า สิ่งเหล่านี้สามารถบรรเทาปัญหาของมนุษย์และให้สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและยั่งยืนภายใต้การตัดสินใจดิจิทัลหรือไม่ บทความที่รวบรวมไว้ในส่วนของจัดการทรัพยากรมนุษย์ในรูปแบบของดิจิทัลเตรียมพร้อมสู่การเปลี่ยนแปลง ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการ ภาระงานงานผู้ร่วมงานซึ่งค้นหาและสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมกับความต้องการ การผู้เขียนหวังว่าจะได้เปิดการอภิปรายกับผลงานวิจัยเหล่านี้ เกี่ยวกับประเภทของสภาพแวดล้อมทรัพยากรมนุษย์ที่ควรพยายามสร้างมนุษย์ที่รักในการทำงานให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ชฎาริน สีละชนันท์ และ สวรรต ศรีสุตโต. (2563). พฤติกรรมของผู้บริโภคและทัศนคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับสัปดาห์เดียว: ในจังหวัดชลบุรี. In Rangsit Graduate Research Conference: RGRC 15, 978-990.
- นิภาพรณ เจนสันติกุล. (2564). แนะนำหนังสือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของ จิระพงศ์ เรืองกุล. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ม.มร. วิทยาเขต อีสาน, 2(1), 69-71.
- Berman, E. M., Bowman, J. S., West, J. P., & Van Wart, M. R. (2021). *Human resource management in public service: Paradoxes, processes, and problems*. Washington D.C. : CQ Press.
- Bernacki, M. L., Vosicka, L., Utz, J. C., & Warren, C. B. (2021). Effects of digital learning skill training on the academic performance of undergraduates in science and mathematics. *Journal of Educational Psychology*, 113(6), 1107-1125.
- Bondarouk, T., Marsman, E., & Rekers, M. (2014). *HRM, technology and innovation: new HRM competences for old business challenges? In Human resource management, social innovation and technology*. UK. : Emerald Group Publishing Limited.
- Bondarouk, T., Ruël, H., & Parry, E. (2017). *Electronic HRM in the smart era*. UK. : Emerald Publishing Limited.
- Culík, K., & Otahálová, Z. (2020). Alternative taxi services and their cost analysis. *Transportation Research Procedia*, 44(4), 240-247.
- Donnelly, R., & Johns, J. (2021). Recontextualising remote working and its HRM in the digital economy: An integrated framework for theory and practice. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(1), 84-105.
- Mazurchenko, A., & Maršíková, K. (2019). Digitally-powered human resource management: skills and roles in the digital era. *Acta Informatica Pragensia*, 8(2), 72-87.
- McLeod, A. (2019). Employment and Technology in Manufacturing. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development (IJSKD)*, 11(3), 14-29.

- Markauskaite, L., Marrone, R., Poquet, O., Knight, S., Martinez-Maldonado, R., Howard, S., Tondeur, J., De Laat, M., Shum, S. B., Gašević, D., & Siemens, G. (2022). Rethinking the entwinement between artificial intelligence and human learning: What capabilities do learners need for a world with AI?. *Computers and Education Artificial Intelligence*, 3(2022), 100056.
- Ogbeibu, S., Pereira, V., Emelifeonwu, J., & Gaskin, J. (2021). Bolstering creativity willingness through digital task interdependence, disruptive and smart HRM technologies. *Journal of Business Research*, 124, 422-436.
- Rakic, S., Tasic, N., Marjanovic, U., Softic, S., Lüftenegger, E., & Turcin, I. (2020). Student Performance on an E-Learning Platform: Mixed Method Approach. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 15(2), 187-203.
- Reamer, F. G. (2013). Social work in a digital age: Ethical and risk management challenges. *Social work*, 58(2), 163-172.
- Sotnikova, Y., Nazarova, G., Nazarov, N., & Bilokononko, H. (2020). Digital technologies in HR Management. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(4), 527-535.
- Thite, M. (2018). *e-HRM: digital approaches, directions & applications*. New York : Routledge.
- Vardarlier, P. (2020). Digital transformation of human resource management: digital applications and strategic tools in HRM. In *Digital Business Strategies in Block chain Ecosystems*, 239-264.
- Vrontis, D., Christofi, M., Pereira, V., Tarba, S., Makrides, A., & Trichina, E. (2022). Artificial intelligence, robotics, advanced technologies and human resource management: a systematic review. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(6), 1237- 1266.
- Zehir, C., Karaboa, T., & Başar, D. (2020). The transformation of human resource management and its impact on overall business performance: big data analytics and AI technologies in strategic HRM. In *Digital business strategies in blockchain ecosystems*.



คำแนะนำและการจัดเตรียมต้นฉบับ
วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้ส่งบทความ โดยตรง

นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ

วารสารการบัญชีและการจัดการประสงค์จะรับบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ วัตถุประสงค์บทความต้องการนำเสนอ บทความที่มีคุณภาพที่สามารถแสดงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เพื่อที่จะให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้นบทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์ จะต้องผ่านการพิจารณากลับกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องและจะต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางด้านวิชาการและประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตของวารสารการบัญชีและการจัดการจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาค หรือจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ ต่อไปนี้ เช่น

- | | |
|---------------------------|--|
| ● การบัญชี | ● การตลาด |
| ● การจัดการ | ● การจัดการทรัพยากรมนุษย์ |
| ● การประกอบการ | ● คอมพิวเตอร์ธุรกิจ |
| ● เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ | ● พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ |
| ● การเงิน | ● เศรษฐศาสตร์ |
| ● ธุรกิจระหว่างประเทศ | ● หัวข้ออื่นที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี บริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์ |

การจัดเตรียมต้นฉบับ (Manuscript Preparation)

ต้นฉบับที่ส่งมายังบรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการต้องประกอบด้วยบทความต้นฉบับ จำนวน 3 ชุด และแผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีที่บรรจุข้อมูลต้นฉบับ 1 แผ่น ระบุชื่อบทความ และชื่อผู้เขียนกำกับไว้ที่แผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีทุกแผ่น (หากมีมากกว่า 1 แผ่น)

การจัดเตรียมต้นฉบับและการจัดส่งบทความ ประเภทของผลงานที่จะตีพิมพ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1) บทความวิจัย

2) บทความวิชาการ

โดยความยาวของบทความ/งานวิจัย 10-15 หน้ากระดาษ A4 (รวมเอกสารอ้างอิง) และชนิดของตัวอักษรที่พิมพ์เป็น Cordia New ขนาด 16 การกำหนดหัวข้อ และรูปแบบการพิมพ์ให้เป็นไปตามรูปแบบของวารสารการบัญชี และการจัดการ ส่งผ่านเว็บไซต์ (Online Submission) ตามเว็บไซต์ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs>

ขั้นตอนการดำเนินงานภายหลังได้รับต้นฉบับ

หากกองบรรณาธิการตรวจพบข้อผิดพลาดของรูปแบบ และ/หรือ ความไม่สมบูรณ์ขององค์ประกอบในบทความ บทความนั้นจะถูกส่งกลับไปยังผู้เขียนสำหรับติดต่อ (Corresponding Author) เพื่อทำการแก้ไขบทความที่จัดเตรียมถูกต้องตามระเบียบการตีพิมพ์และมีความสมบูรณ์ของเนื้อหาจะถูกส่งไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาคุณค่าต่อไป

องค์ประกอบบทความงานวิจัย (Research Article)

จัดเตรียมเนื้อหาตามลำดับดังนี้ : ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ เนื้อหา เอกสารอ้างอิง โดยหน้าชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนสังกัด (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 การวิเคราะห์เปรียบเทียบผล การศึกษากับงานของผู้อื่นให้เขียนไว้ในส่วนวิจารณ์ผลการศึกษา และการสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ให้เขียนไว้ในส่วนสรุปผลการวิจัย ผู้เขียนอาจมีหัวข้อย่อยในส่วนวิธีการศึกษา และ/หรือ ในส่วนผลการศึกษาได้แต่ไม่ควรมีจำนวนหัวข้อย่อยมากเกินไป

การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

1. การจัดรูปแบบบทความ

- 1.1 จัดหน้ากระดาษให้ได้ขนาด A4 โดยตั้งค่าน้ำกระดาษขอบบน 2.5 เซนติเมตร ขอบล่าง 2.5 เซนติเมตร 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 และใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (Corresponding Author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

ผู้เขียนสำหรับติดต่อ : รายละเอียดของผู้นิพนธ์ หน่วยงานที่สังกัด โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ในระหว่างดำเนินการ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 12 ตัวธรรมดา

บทคัดย่อ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) : ให้จัดหัวข้อบทคัดย่อ 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 ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือตัวเลขที่นำเสนอในรูปภาพ 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 และใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (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) ให้ขีดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร 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 และหัวรูปภาพสำหรับ คำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือ ตัวเลขที่นำเสนอนิรูปกรภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบาย เเงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

การอ้างอิงเอกสาร

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด

การอ้างอิงในเนื้อหา (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

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อ-สกุลผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทย์อุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทย์อุดมและ พยอม สิงเสนห์, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เครื่องหมาย จุลภาคตามด้วยปีที่พิมพ์ตามลำดับ (พยอม สิงเสนห์ 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 :

เว็บไซต์

ชวนะ ภวากันท์. (2548). ธุรกิจสปาไทยนำก้าวไกลไปกว่านี้. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก
<http://www.businessstgai.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

Scarborough, D. A., Coblenz, 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* (5th 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* (5th 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* (20th 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* (7th 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. หน้า)
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (Cordia New 18 pt. หน้า)

ชื่อ-สกุลภาษาไทย.....*² และ.....³

(Cordia New 14 pt. ปกติ)

บทคัดย่อ (Cordia New 16 pt. หน้า)

.....
.....
.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

คำสำคัญ : (หัวข้อ Cordia New 16 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

Abstract (Cordia New 16 pt. หน้า)

.....
.....
.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

Keywords : (หัวข้อ Cordia New 16 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

* รายละเอียดของผู้นิพนธ์ภาษาไทย (เนื้อหา Cordia New 12 pt. ปกติ) หน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ Email

1. บทนำ (Cordia New 16 pt. หน้า)

.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

(พูดถึง Model).....
.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....

รูปภาพประกอบ 1 (Cordia New 14 pt. หน้า)

โมเดลของ.....

อธิบายตัวแปรแต่ละตัว ภายใต้โมเดลด้วยสมมุติฐาน โยงเข้า Hypotheses.....

.....
.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....

สมมุติฐานการวิจัย 1 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

.....

สมมุติฐานการวิจัย 2 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

.....

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

(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. หน้า)

.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

6. สรุปผลการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

เอกสารอ้างอิง (Cordia New 16 pt. หน้า)

ตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)



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) |
| ☐ ปรัชญา (critical review paper) | |

โดยเป็นส่วนหนึ่งของ ☐ งานวิจัย ☐ วิทยานิพนธ์ (เอก) ☐ วิทยานิพนธ์ (โท) ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

คำรับรองจากผู้เขียน

“ข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) ขอรับรองว่า ต้นฉบับที่เสนอนี้ยังไม่เคยได้รับตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด ข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) ยอมรับหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีสิทธิ์ตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ตีพิมพ์ให้แก่ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ข้อคิดเห็นใดๆ ในต้นฉบับเป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) แต่เพียงฝ่ายเดียว”

ลงชื่อ..... วัน/เดือน/ปี.....

()

ผู้เขียนหลักชื่อแรก