

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	
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด. นวัตกรรมในการจัดการการตลาดสมัยใหม่)	นวัตกรรมในการจัดการการตลาดสมัยใหม่	ภาคปลาย ของทุกปี กันยายน - ตุลาคม
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.)	นวัตกรรมในการจัดการการตลาดสมัยใหม่	
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วท.ม.)	การจัดการสมรรถนะและนวัตกรรมดิจิทัล	



คณะการบัญชีและการจัดการ
MAHASARAKHAM BUSINESS SCHOOL



วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2567 Volume 16 No. 2 April - June 2024

2

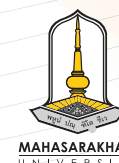


Journal of Accountancy and Management
วารสารการบัญชีและการจัดการ
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2567

Volume 16 No. 2 April - June 2024

- 1 การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์
ณัฐปภัสร์ ฤกษ์วัฒนวาณิช จิระวุฒิ เตียประพจน์ และ พรพิมล ขำเพชร
- 20 อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย
ฉัตรชัย อินทสิงห์ และ สุพรรณิ พรภักดี
- 35 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกจ้างธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย
ต้องพงศ์ พงษ์พาณิชย์
- 46 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19
เจณิสตา มะลิกา จิรัฐติกาณ วุฒิพันธุ์ เดชนันต์ บังทีโลล และ เสนกนก วิบูลอาจ
- 64 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
ปริญญพร เพลินลาภ ฉัตรธิดา วีโรจน์รัตน์ และ อำภาศรี พอคำ
- 81 การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี
มิตต์ จอเจริญ มาสินี คำเครือ พันธ์รินทร์ บุญสมรบ พชรนัฐ ใค่นุกา และ คนสิน ศรีบุญเรือง
- 109 ผลกระทบของสมรรถนะการบัญชีดิจิทัลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
ในประเทศไทย
ปริญญพร เพลินลาภ ฉัตรธิดา วีโรจน์รัตน์ และ อำภาศรี พอคำ
- 123 The Relationship of Ownership Structure, Board Structure, Auditor Choice and Corporate Governance Ratings
of Thai Listed Companies
Sumintorn Baotam and Kanokkan Vichasilp
- 140 อิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย:
กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ
เพ็ญนา เชาวนา ภูมิ บุญโสภา และ วิภาวดี นาคสวัสดิ์
- 157 ผลกระทบของโรควัวโรสโคโรนา 2019 ต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงาน
และการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ณัฐนาถ เชื้อวาทย์ชัยยง และ อัครเทพ อากาศวิภา
- 178 มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐกับพฤติกรรมการวางแผนภาษีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
ในประเทศไทย
วราพร เปรณพาณิชย์กุล
- 197 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ธารินี อังคัย และ สมทรง กันธนดี



มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
MAHASARAKHAM UNIVERSITY

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

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

บรรณาธิการ

สวัสดีค่ะ วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 1 ปีที่ 16 ประจำปี 2567 เป็นฉบับที่ยังเข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการ ทุกบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบทางวิชาการ เพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการศึกษาการ

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

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 12 บทความ ได้แก่ 1) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 2) การมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีกับผลการดำเนินงานทางการตลาด 3) ความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมทางการเงิน 4) ความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงาน 5) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลกับผลการดำเนินงานทางการตลาด 6) การใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน 7) สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน 8) The Relationship of Ownership Structure, Board Structure, Auditor Choice and Corporate Governance Ratings of Thai Listed Companies 9) โครงสร้างผู้ถือหุ้นกับความสามารถในการทำกำไร 10) ไวรัสโคโรนา 2019 กับอิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานและการถือครองเงินสด 11) มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี และ 12) ปัจจัยเชิงสาเหตุกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทวิจารณ์ กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลาขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากท้ายวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจักได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

ในสุดท้ายนี้กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอด จนปัจจุบันทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการ ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 1 อย่างไรก็ตาม กองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการศึกษาต่อไป

อาจารย์ ดร.ชลธิชา ธรรมวิญญู

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 เมษายน – มิถุนายน 2567

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
1. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตสัมพันธวงศ์ ณัฐปภัสร์ ฤทธิ์วัฒนาวาณิช จิระวดี เตียประพงษ์ พรพิมล ขำเพชร	1
2. อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด ของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย ฉัตรชัย อินทลั้งษ์ สุพรรณณี พรภักดี	20
3. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในประเทศไทย ต้องพงศ์ พงษ์พานิช	35
4. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การระบาด ของโควิด-19 เจนิสตา มะละกา จิรัฐติกาล วุฒิพันธุ์ เดชอนันต์ บังกิโล และธนภณ วิมูลอาจ	46
5. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ปริญญพร เพลินลาภ ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ อำภาศรี พ่อคำ	64

6. การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี	81
นิรุตต์ จรเจริญ มาลินี คำเครือ พัชรินทร์ บุญสมธป พชรณัฐ ไค่นุ่นภา คมสัน ศรีบุญเรือง	
7. ผลกระทบของสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย	109
ปริยานัฐ มรัตนไพร ณัฐวงศ์ พูนพล สลักจิต นิลผาย	
8. The Relationship of Ownership Structure, Board Structure, Auditor Choice and Corporate Governance Ratings of Thai Listed Companies	123
Sumintorn Baotham Kanokkan Vichasilp	
9. อิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ	140
เพ็ญนภา เซาวนา ภูมิ บุญโสภาส วิภาวดี นาคสวัสดิ์	
10. ผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	157
บุญญานุช ชีวเกียรติยิ่งยง อัศวเทพ อากาศวิภาต	
11. มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐกับพฤติกรรมกรวางแผนภาษีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย	178
วราพร เปรมพาณิชย์กุล	
12. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	197
ธาริณี อังคัยศ สมทรง คันธนที	

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

Mahasarakham Business School, Volume 16 No. 2 April - June 2024

TABLE OF CONTENTS

Research Articles	Page
1. The Development of Electronic Commerce System for Logistics and Supply Chain Activity of Small Entrepreneur in Samphanthawong District Area <i>Natprapas Ritwatthanavanich</i> <i>Jirawadee Tiaprapong</i> <i>Pornpimon Kampetch</i>	1
2. The Influence of Marketing Orientation and Technology Orientation on Marketing Performance of Instant Food Business, Thailand <i>Chatchai Inthasang</i> <i>Supannee Pornpakdee</i>	20
3. The relationship between financial literacy and financial planning behavior of commercial bank customers in Thailand <i>Thongpong Pongphanich</i>	35
4. The Association between Environmental, Social, and Governance (ESG) and the Performance of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand: The Context of the COVID-19 Pandemic <i>Janista Malaka</i> <i>Jiradtikhan Wutipphan</i> <i>Dej-anan Bungkilo</i> <i>Thanapon Wimonard</i>	46
5. Digital Marketing Strategy Affecting Marketing Performance of the E - Commerce Entrepreneurs in the Northeast of Thailand <i>Parinyaporn Ploenlap</i> <i>Chatratchada Wiroterat</i> <i>Ampasri Phokha</i>	61

Research Articles	Page
6. Promoting the Use of technology in the digital society to Raise Income Community Enterprise in Kanchanaburi Province <i>Nirut Jorncharoen</i> <i>Malinee Kumkrua</i> <i>Patcharin Boonsomthop</i> <i>Phacharanat Kainunpa</i> <i>Komsan Sriboonruang</i>	81
7. The Effects of Digital Accountancy Competency on Performance of Finance and Accounting Analysts Higher Education Institutions in Thailand <i>Preeyanat Mirattanaphrai</i> <i>Nuttavong Poonpool</i> <i>Salakjit Ninlaphay</i>	109
8. The Relationship of Ownership Structure, Board Structure, Auditor Choice and Corporate Governance Ratings of Thai Listed Companies <i>Sumintorn Baotham</i> <i>Kanokkan Vichasilp</i>	123
9. The Influence of ownership structure on The Profitability of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand: Service Industry Group <i>Pennapa Chaowana</i> <i>Pum Boonsopat</i> <i>Wipavadee Narksawat</i>	140
10. The Impact of Coronavirus 2019 on the Influence of Business Specific Factors on Firm Performance and Cash Holding: Evidence From The Stock Exchange of Thailand <i>Boonyanuch Cheewakiatyingyong</i> <i>Ausawatap Akartwipart</i>	157
11. Government Tax Support Concepts and Tax Planning Behavior in the COVID-19 Spreading Situation in Thailand <i>Varaporn Prempanichnukul</i>	178
12. The Causal Factors Affecting Quality of the Financial Reporting of Small and Medium Enterprises in the Northeast Region <i>Tharinee Aungyot</i> <i>Somsong Khanthanatee</i>	197

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์

The Development of Electronic Commerce System for Logistics and Supply Chain Activity of Small Entrepreneur in Samphanthawong District Area

ณัฐปภัศร์ ฤทธิวัฒนาวณิช¹, จิระวดี เตียประพงษ์², และพรพิมล ขำเพชร³

Natprapas Ritwatthanavanich¹, Jirawadee Tiaprapong² and Pornpimon Kampetch³

Received : August 14, 2023 Revised : December 7, 2023 Accepted : December 12, 2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาข้อมูลความเป็นไปได้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ 2) ออกแบบ พัฒนา และสร้างระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้วิจัย นักพัฒนาระบบและผู้ประกอบการรายย่อย สำหรับใช้งานจริงในธุรกิจ 3) ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน สำหรับใช้จริงในธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงและตามเกณฑ์ผู้วิจัย วิจัยตามขั้นตอนวงจรการพัฒนาระบบ SDLC 3 ระยะ ได้แก่ ระยะ 1 กำหนดปัญหาและศึกษาความเป็นไปได้ จัดตั้งทีมงานกลุ่มย่อย 11 คน กลุ่มใหญ่ 36 คน อบรมเชิงปฏิบัติการ 55 คน เครื่องมือ คือ หัวข้อการประชุม แบบสำรวจความพึงพอใจ พบปัญหา อุปสรรค และความต้องการในการพัฒนาระบบ ผลสำรวจความพึงพอใจในการเข้ารับการอบรมอยู่ในระดับดีมาก ระยะ 2 การวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนาระบบ เครื่องมือ คือ หัวข้อสำหรับการประชุม ผู้เข้าร่วมประชุม 7 คน พบว่า รูปแบบระบบที่พัฒนาขึ้นมาประกอบไปด้วย การซื้อ การขาย สินค้าคงคลัง ฐานข้อมูล รายรับ รายจ่าย ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลกัน และออกมาเป็นระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs สำหรับใช้งานจริงในธุรกิจ ระยะ 3 ทดสอบและประเมินผล เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ภายหลังการส่งมอบระบบมีการติดตามและปรับปรุงระบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน ผลการประเมินจากการสัมภาษณ์เชิงลึก 12 คน พบว่า ระบบมีข้อดีในเรื่องประโยชน์และประสิทธิภาพการใช้งาน ข้อเสียคือธุรกิจบางประเภทใช้งานระบบได้ไม่เต็มที่ ข้อเสนอแนะให้มีการปรับปรุงพัฒนาการใช้งานให้เหมาะกับธุรกิจหลากหลายประเภท

คำสำคัญ : การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โลจิสติกส์ โซ่อุปทาน ผู้ประกอบการรายย่อย
ระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน

^{1,2,3} อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

^{1,2,3} Lecturer, Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Rattanakosin.

* Corresponding author E-mail: natprapas.rit@rmutr.ac.th

Abstract

The objectives of this study were to: (1) study the feasibility information regarding development of an electronic commerce system for logistics and supply chain activities of small entrepreneurs in Samphanthawong District, (2) design, develop, and generate the system of Enterprise Resource Planning (ERP) derived from researchers, system developers, and small entrepreneurs for practical use in business, (3) follow up and evaluate results of the use of ERP as for practical use in business of small entrepreneurs in Samphanthawong District. Purposive sampling was used for this research according to the researchers' criteria. The research methods followed the steps of System Development Life Cycle (SDLC) for 3 phrases; namely, Phrase 1 is defining problems and studying the feasibility by arranging seminars consisting of 11 participants in small group, 36 participants in large group, 55 participants in workshop. The instrument used were topics for the seminar and a satisfaction survey. It was found that there were problems, obstacles, and needs to develop the system. The satisfaction of participating in a training was at a very good level. Phrase 2 is analyzing, designing, and developing the system. The instrument used were topics for seminar with 7 participants. It was found that the developed system consists of purchasing, selling, inventory, revenue and expenses databases which the information is linked and released as the TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs for practical use in business. Phrase 3 is testing and evaluating by using in-dept interviews as the instrument. The showed that, after delivering the system, there were the following up and improving the system to be suitable for use. The results of evaluation from 12 in-depth interviewees showed that the advantages of the system were benefits and efficiency in use, while the disadvantage was not fully supported in some business. The suggestions were developing and improving the system to be suitable for various kinds of business.

Keywords : The Development of Electronic Commerce System, Logistics, Supply, Small Entrepreneur Enterprise Resource Planning

1. บทนำ

สภาพเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดและดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางแก้ไขก็คือผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นธุรกรรมซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงทั่วโลก ที่อยู่ของเว็บไซต์บนระบบค้นหาและเข้าถึงข้อมูลบนเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันทั่วโลกหรือโปรแกรมประยุกต์ในระบบคอมพิวเตอร์เป็นสื่อในการนำเสนอสินค้า บริการ รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายให้เข้าถึงร้านค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการโดยอาศัยการตลาดที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลาง การขายสินค้าหรือบริการผ่านเครื่องมือในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแบ่งปันเรื่องราวกับสาธารณชนผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก (Social Media) การนำเทคโนโลยี นวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การทำความร่วมมือกับพันธมิตรที่มาเติมเต็มผลประโยชน์ร่วมกัน และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ใน

กิจกรรมของโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้าง การผลิตสินค้าหรือบริการ การจัดส่งสินค้า โดยแต่ละกระบวนการต้องมีการดำเนินงานในส่วนของการตัดสินใจ การส่งต่อข้อมูล และการขนถ่ายรวมทั้งการเก็บรักษาสินค้า เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ได้มีบทบาทในทุกกระบวนการของการดำเนินงานที่จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนและตัดสินใจในธุรกิจได้อย่างถูกต้องตามเป้าหมาย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2566)

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเป็นแนวคิดใหม่ในการนำความรู้ด้านเทคโนโลยีมาช่วยและประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการควบคุมการดำเนินงาน ได้แก่ ความสามารถในการส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างคู่ค้าที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานผ่านระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและเกิดการซื้อขายสินค้าและบริการมากขึ้น (บัณฑิต ศรีสวัสดิ์, 2560) และการเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับโซ่อุปทานของผู้ประกอบการก็คือการนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในกระบวนการบริหารข้อมูลรวมทั้งการจัดการทรัพยากรให้เหมาะสมซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ (Li & Wang, 2007) นอกจากนี้แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ เติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเทคโนโลยีและระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกันทั่วโลกกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่จะต้องเข้าใจและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะในยุคที่มีการแข่งขันรุนแรงจนทำให้ผู้ประกอบการต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อต่อสู้กับคู่แข่ง ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป มีการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากพบว่าการใช้งานระบบดังกล่าว สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา

สถานการณ์ของร้านค้าที่ตั้งอยู่ในเขตสัมพันธวงศ์เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่ขายสินค้า ณ จุดขาย เช่น คลองโองอ่าง สำเพ็ง ยาวราช และตลาดน้อย โดยเฉพาะคลองโองอ่าง ปัจจุบันพบว่าร้านค้าที่เปิดให้บริการมีจำนวนไม่มาก บางแห่งถูกปิดกิจการเนื่องจากไม่มีลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเหมือนในยุคเริ่มต้น จากที่เคยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล ปัจจุบันกลายเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกซื้อสินค้าและบริการจำนวนไม่มากเหมือนในยุคเริ่มต้น ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้รับผลกระทบเนื่องจากไม่สามารถขายสินค้าได้อย่างเต็มที่ ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการที่ผู้ประกอบการรายย่อยมีการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบการขาย ณ จุดขาย เพียงช่องทางเดียวโดยไม่มี การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ มาเป็นเครื่องมือช่วยในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเหมือนในอดีตที่ผ่านมา (ผู้จัดการออนไลน์, 2565) นอกจากนี้ ยังมีแหล่งการค้าที่อยู่ในเขตสัมพันธวงศ์อีก 3 แห่ง ได้แก่ สำเพ็ง ยาวราช และตลาดน้อย ถึงแม้ว่าปัจจุบันสถานการณ์ทางการค้าเริ่มดีขึ้นแต่การเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า ด้วยการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ประโยชน์ในการเพิ่มยอดขายก็ยังเป็นประเด็นสำคัญที่น่าสนใจในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปสู่การสร้างยอดขายและขยายธุรกิจ เนื่องจากร้านค้าส่วนใหญ่ในย่านการค้าดังกล่าวส่วนใหญ่ยังคงใช้รูปแบบการกระจายสินค้าด้วยวิธีการขาย ณ จุดขายเพียงวิธีเดียว

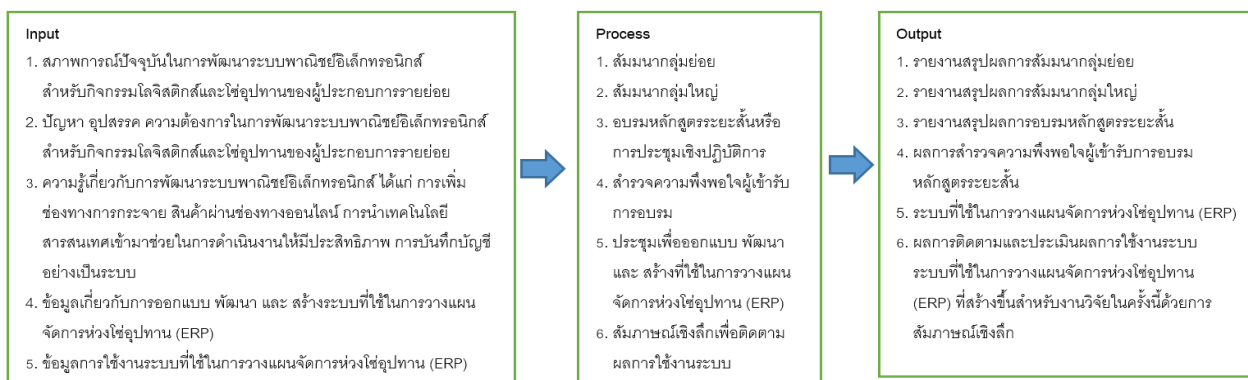
จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การพัฒนาธุรกิจโดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือการเพิ่มช่องทางการขายผ่านระบบออนไลน์ จะช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพราะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีต้นทุนต่ำ ระยะเวลา และประหยัดค่าใช้จ่าย เข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเชื่อมต่อกับระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีในชีวิตประจำวันมากขึ้น และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการดำเนินงานในกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ถือเป็นการสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการพัฒนากระบวนการดำเนินงาน ปัจจุบันยังมีผู้ประกอบการรายย่อยอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่สามารถเข้าถึงและยอมรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนิน

ธุรกิจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการให้ผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ที่ยังไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้มีการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและมีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยการอบรมหลักสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อยให้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานอย่างแท้จริง รวมทั้งยังมีการออกแบบ พัฒนา และสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบระบบที่ใช้ในการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning : ERP) ที่จัดทำขึ้นด้วยการระดมสมองร่วมกันระหว่างผู้วิจัย นักพัฒนาระบบและผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อนำไปใช้จริงในธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่เข้าร่วมโครงการ และให้มีการติดตาม ประเมินผลการใช้งานพร้อมทั้งนำผลการติดตามมาพัฒนาและปรับปรุงระบบให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2. กระบวนการ วัตถุประสงค์ และการทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย กลุ่มใหญ่ การประชุมเชิงปฏิบัติการ การประชุมร่วมกันสำหรับออกแบบ พัฒนา และสร้างระบบสำหรับงานวิจัยนี้ การสำรวจความพึงพอใจในการเข้าร่วมอบรม การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประเมินผลการใช้งานระบบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ มีกระบวนการและขั้นตอนดังต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 1
กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยในภาพรวม



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลและความเป็นไปได้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์
2. ออกแบบ พัฒนา และ สร้างระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ร่วมกันระหว่างผู้วิจัย นักพัฒนาระบบ และ ผู้ประกอบการรายย่อย สำหรับใช้งานจริงในธุรกิจ
3. ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ที่จัดทำขึ้นสำหรับใช้จริงในธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์

คำถามการวิจัย

1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ ประกอบไปด้วยข้อมูลอะไรบ้าง

2. รูปแบบของระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ควรมีลักษณะอย่างไร

3. ผลการติดตามและประเมินการใช้งานระบบวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ที่พัฒนาขึ้น มีผลลัพธ์เป็นอย่างไร

การทบทวนวรรณกรรม

การเข้าถึงเทคโนโลยีหรือการทำธุรกิจบนเครือข่ายที่มีการเชื่อมโยงกันทั่วโลก สำหรับผู้ประกอบการโดยสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือ โปรแกรมประยุกต์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเริ่มได้รับความนิยม ทั้งนี้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พฤติกรรมผู้บริโภค สภาพแวดล้อมภายนอกอื่น ๆ ที่เข้ามากระทบกับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการต้องทำการตัดสินใจเลือกและนำกระบวนการต่าง ๆ หลายขั้นตอนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ (Burgess et al., 2001) และ การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) หรือการแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) ในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือใช้ตัดสินใจในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จได้ (Holsapple & Joshi, 2002) จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์การเรียนรู้ที่จะนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการแก้ปัญหา ขึ้นอยู่กับการฝึกฝนและมุมมองในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในธุรกิจ

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) ในการทำธุรกรรม เช่น การซื้อ การขาย การชำระเงิน เป็นต้น ได้แก่ 1) ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business-to-Consumer : B2C) 2) ธุรกิจกับภาคธุรกิจ (Business-to-Business : B2B) 3) ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer-to-Consumer : C2C) 4) ผู้บริโภคกับภาคธุรกิจ (Consumer-to-Business : C2B) 5) ธุรกิจกับพนักงาน (Business-to-Employee : B2E) และ 6) รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ธุรกิจสามารถขยายโอกาสไปสู่ตลาดระหว่างประเทศด้วยการลงทุนที่มีมูลค่าต่ำแต่เพิ่มโอกาสการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ขายปัจจัยการผลิตที่ดีที่สุดและร่วมธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าที่มีความเหมาะสม (ชวณัญญ์ ด่านวิริยะกุล, 2560)

ระบบโลจิสติกส์ (Logistic System) หมายถึง กระบวนการในการวางแผน การควบคุม การเคลื่อนย้าย ทั้งไปและกลับ การเก็บรักษาสินค้า การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิต ไปสู่จุดสุดท้ายคือสินค้าถึงมือผู้บริโภคและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี (สุรศักดิ์ พรพรรเจตกุล, 2561) ปัจจุบันในยุคดิจิทัล มีการเปลี่ยนแนวคิดในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานโดยนำเทคโนโลยีมาใช้ ซึ่งการเริ่มต้นตั้งแต่ วางรากฐาน เป้าหมาย ไปจนถึงการดำเนินธุรกิจและส่งต่อคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งการดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและส่งมอบสินค้า บริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain) คือ การประสานงานร่วมกันของธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำโดยเริ่มตั้งแต่ ผู้จัดส่งวัตถุดิบที่ทำหน้าที่ในการจัดหาสินค้า บริการ และสารสนเทศ ไปจนถึงลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจ ซึ่งการติดต่อสื่อสารและประสานงานที่มีประสิทธิภาพถือเป็นการสร้างหรือเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในโซ่อุปทาน (Stock & Lambert, 2001)

ทฤษฎีรูปแบบการต่อ ยอดการใช้อินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์(The Theory of Extended Model of Internet Commerce Adoption: eMICA) เป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นำไปใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ในเชิงพาณิชย์ให้ดียิ่งขึ้น ประกอบไปด้วย ขั้นตอนที่ 1 การใช้เว็บไซต์เพื่อ

ส่งเสริมการขายสินค้าและบริการของธุรกิจ ขั้นตอนที่ 2 การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร บริการของธุรกิจซึ่งจะมีการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างธุรกิจและลูกค้าหรือธุรกิจด้วยกัน ขั้นตอนที่ 3 การประมวลผลธุรกรรมที่เพิ่มระดับการทำงานของเว็บไซต์เป็นการประยุกต์ใช้และสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานผ่านการจัดการข้อมูลและการทำงานที่มีความหลากหลาย (Burgess et al., 2001)

รูปแบบการผสมผสานการขายสินค้าในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ (Online to Offline Marketing : O2O) เป็นการนำข้อดีของการขายแบบสินค้าแบบออนไลน์ที่มีการกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึงและนำจุดแข็งของการขายสินค้าแบบออฟไลน์หรือการขาย ณ จุดขาย มาช่วยยกระดับการให้บริการสำหรับโลกออนไลน์ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและนำไปสู่การเพิ่มยอดขาย ปัจจุบันความนิยมของลูกค้าในการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นดังนั้นการนำระบบการซื้อขายแบบ O2O จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อเข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและรอบด้าน ทำให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Weng & Zhang, 2015)

ระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning : ERP) เป็นระบบสารสนเทศแบบบูรณาการที่ช่วยสนับสนุนและเชื่อมต่อกระบวนการทำงานของแผนกต่าง ๆ ภายในธุรกิจ (Stair & Reynolds, 2010) รวมทั้งยังมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้นจำเป็นต้องหาเครื่องมือทางเทคโนโลยีมาช่วยในการเชื่อมโยงข้อมูลของแต่ละส่วนงานเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และยังเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของธุรกิจ (Laudon & Laudon, 2010)

3. กระบวนการ ขั้นตอน รายละเอียดของการดำเนินงานวิจัย

ประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกตามเกณฑ์ผู้วิจัย (Judgmental or Purposive Sampling) เป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามหลักเกณฑ์หรือจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย พิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ เชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ โดยตรง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จะเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติ มีประสบการณ์ตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อจะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน ตรงประเด็นมากที่สุด สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างในกิจกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. **การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (การวิพากษ์หลักสูตร)** ประกอบไปด้วย 1) นักวิชาการที่มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 3 คน 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก รวมทั้งการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ 2 คน 3) ตัวแทนผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ 2 คน 4) ทีมผู้วิจัย 3 คน และ 5) ตัวแทนผู้บริหารจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 1 คน รวมทั้งสิ้น 11 คน

2. **การสัมภาษณ์กลุ่มใหญ่ (การประชุมร่วมกับผู้ประกอบการรายย่อย)** ประกอบไปด้วย 1) ผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ 30 คน 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก รวมทั้งการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ 2 คน 3) ทีมผู้วิจัย 3 คน และ 4) ตัวแทนผู้บริหารจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 1 คน รวมทั้งสิ้น 36 คน

3. **การสัมภาษณ์เชิงปฏิบัติการหรือการอบรมหลักสูตรระยะสั้น** ประกอบไปด้วย 1) ผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ในเขตสัมพันธวงศ์ 50 คน 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก รวมทั้งการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ 2 คน 3) ทีมผู้วิจัย 3 คน รวมทั้งสิ้น 55 คน

4. การออกแบบ พัฒนา และสร้างระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ประกอบไปด้วย 1) นักพัฒนาระบบที่มีความเชี่ยวชาญในการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก 1 คน 2) ทีมผู้วิจัย 3 คน 3) ผู้ประกอบการรายย่อยที่เป็นตัวแทน 3 คน รวมทั้งสิ้น 7 คน

5. การติดตามผลการใช้งานระบบที่ใช้ในการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก (ERP) ที่ถูกสร้างขึ้นสำหรับงานวิจัยนี้ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบไปด้วยกลุ่มตัวอย่าง คือ 1) ผู้ประกอบการรายย่อยจำนวน 10 คน ที่เข้าร่วมโครงการและได้รับการคัดเลือกตามความเหมาะสมและได้มีการเข้าใช้งานระบบที่ใช้ในการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลักที่มีการออกแบบพัฒนาและสร้างระบบร่วมกันสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ 2) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก รวมทั้งการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ 2 คน สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมผู้ถูกสัมภาษณ์จำนวน 12 คน และทีมผู้วิจัย 3 คน เป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก (ERP) ที่ถูกสร้างขึ้น

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ เขตสัมพันธวงศ์ ประกอบไปด้วย คลองโอร่าม ลำเพ็ง เยวราช และตลาดน้อย เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้อยู่ใกล้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ บพิธพิมุข จักรวรรดิ การคัดเลือกพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ในการศึกษาเพื่อทำความรู้จักผู้คนในชุมชน สร้างความสัมพันธ์ และสร้างความร่วมมือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย กลุ่มใหญ่ การประชุมเชิงปฏิบัติการการประชุมร่วมกันเพื่อพัฒนา ออกแบบ และสร้างระบบ จะใช้การจัดเตรียมหัวข้อสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยในครั้งนี้และใช้วิธีการระดมสมองร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปในแต่ละกิจกรรม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตรระยะสั้นจำนวน 50 คน ใช้เครื่องมือแบบสำรวจจากระบบ Google Form โดยมีหัวข้อคำถามเกี่ยวกับ ด้านการบริหารจัดการ ด้านวิทยาการ ด้านเนื้อหา ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้จริงในธุรกิจ

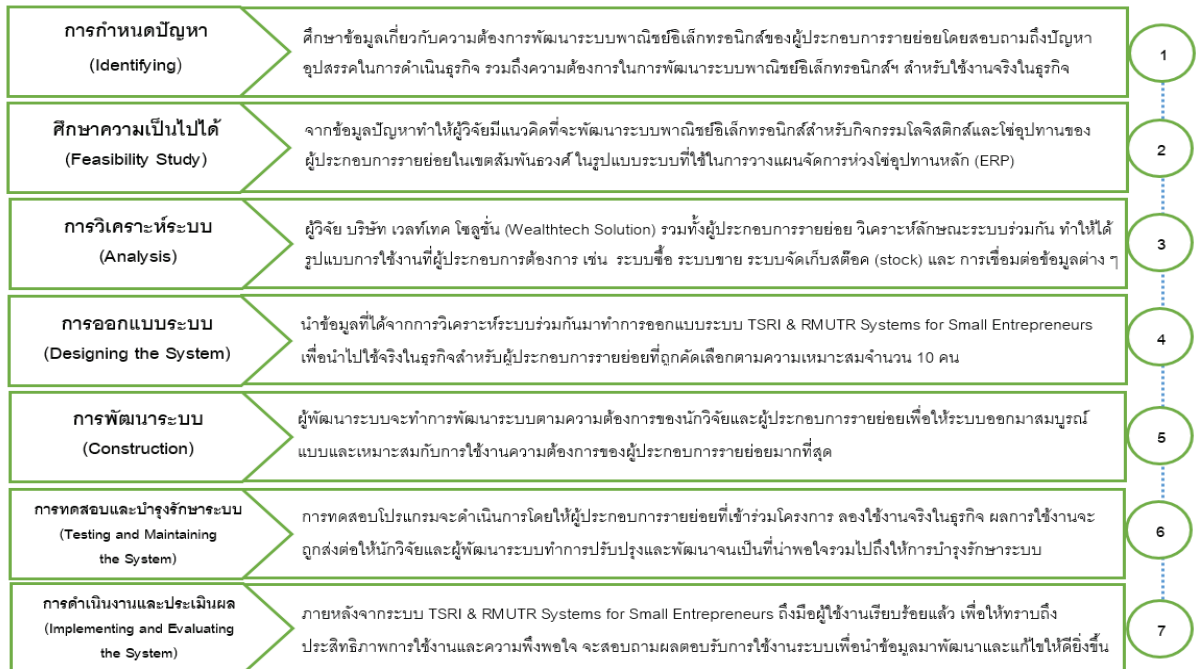
3. เครื่องมือที่ใช้สำหรับการติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก (ERP) ที่ออกแบบและพัฒนาแบบร่วมกันสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ใช้เครื่องมือสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ลักษณะคำถามเป็นเค้าโครง (Outline) หรือหัวข้อสนทนา ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างปลายเปิดเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างอิสระ หัวข้อคำถามประกอบไปด้วย ข้อดี ข้อเสีย ความเหมาะสมของการใช้งานระบบ ERP รวมทั้งข้อเสนอแนะที่จะนำไปปรับปรุงและพัฒนาแบบให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

กระบวนการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้มีการจัดทำตามขั้นตอนของวงจรการพัฒนาแบบ SDLC (System Development Life Cycle: SDLC) มีรายละเอียดการดำเนินงานตามขั้นตอนดังรูปภาพประกอบต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 2

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามหลักขั้นตอนวงจรการพัฒนาแบบ SDLC



เพื่อให้เกิดความชัดเจนมากขึ้นผู้วิจัยได้ทำการแยกการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะ ประกอบไปด้วย ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูล (ขั้นตอนที่ 1-2) ระยะที่ 2 การออกแบบ วิเคราะห์ และพัฒนาระบบ (ขั้นตอนที่ 3-5) ระยะที่ 3 การติดตามและประเมินผล (ขั้นตอนที่ 6-7) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหา

1) การจัดสัมมนากลุ่มย่อย เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น สร้างความรู้ความเข้าใจ ลดความขัดแย้ง และให้เป็นที่ยอมรับหรือเป็นการจุดประเด็นปัญหาในเนื้อหาการสัมมนาครั้งนี้เป็นการวิพากษ์หลักสูตรระยะสั้นก่อนจะนำไปสู่การถ่ายทอดความรู้ในการจัดอบรมหลักสูตรระยะสั้น โดยผู้เข้าร่วมสัมมนา ได้แก่ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ทีมผู้วิจัย ตัวแทนผู้บริหารคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และตัวแทนผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ หัวข้อการอบรมประกอบไปด้วย การระดมสมองร่วมกันเพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค และความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การให้ความรู้และข้อเสนอแนะของนักวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การเพิ่มช่องทางการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ สามารถแสดงบรรยากาศของการสัมมนากลุ่มย่อยได้ ดังรูปภาพประกอบต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 3

บรรยากาศของการสัมมนากลุ่มย่อยหรือการวิพากษ์หลักสูตร



2) **การจัดสัมมนากลุ่มใหญ่** การประชุมร่วมกันระหว่างทีมผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ทีมผู้วิจัย ผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ 30 คน หัวข้อในการระดมสมองในเรื่องปัญหา อุปสรรค และความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน พร้อมทั้งนำเสนอแนวคิดร่วมกันในการแก้ไข กำหนดแนวทางในการตอบสนองความต้องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน และ การให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ และนำเทคโนโลยีหรือระบบต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ แสดงรายละเอียดการสัมมนากลุ่มใหญ่ได้ดังรูปภาพประกอบต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 4

บรรยากาศของการสัมมนาสัมมนากลุ่มใหญ่ร่วมกับผู้ประกอบการรายย่อย



ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความเป็นไปได้

การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาระบบในเบื้องต้นจัดให้มีการอบรมหลักสูตรระยะสั้นหรือการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย 50 คน โดยเนื้อหาการอบรมประกอบไปด้วย 1) การผลักดันผู้ประกอบการรายย่อยเข้าสู่กระบวนการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ พร้อมทั้งการใช้งานเครื่องมือในรูปแบบแพลตฟอร์มประเภทต่าง ๆ ได้แก่ Facebook Line OA Myshop Google การนำเสนอรูปแบบที่น่าสนใจผ่านแพลตฟอร์ม การสร้างกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 2) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปช่วยในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ ได้แก่ การใช้งานระบบ Peak ระบบ FlowAccount ซึ่งเป็นระบบที่มีการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อเชื่อมต่อกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และ การบันทึกบัญชีเบื้องต้น โดยมีระยะเวลาอบรม 4 วัน ซึ่งภายหลังการอบรมหลักสูตรระยะสั้นเสร็จสิ้นได้มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 50 คน ผ่านระบบ Google Form ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านวิทยากร ด้านเนื้อหา ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตรระยะสั้นอยู่ในระดับมากที่สุด และการอบรมหลักสูตรระยะสั้นในครั้งนี้ถือเป็นการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยให้เห็นภาพการใช้งานโดยรวมของระบบที่มีการใช้งานอยู่ทั่วไป นอกจากนี้ทีมผู้วิจัยและนักพัฒนาระบบสามารถนำความรู้จากการอบรมหลักสูตรระยะสั้นในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบ พัฒนา และสร้างระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป แสดงรายละเอียดการอบรมหลักสูตรระยะสั้นได้

ดังภาพต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 5

บรรยากาศของการการจัดอบรมหลักสูตรระยะสั้นหรือการประชุมเชิงปฏิบัติการ



ระยะที่ 2 การออกแบบและพัฒนาระบบ

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระบบ

ภายหลังจากการอบรมหลักสูตรระยะสั้นเสร็จสิ้น เนื้อหาการอบรมที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันให้ผู้ประกอบการเข้าสู่กระบวนการขายผ่านระบบออนไลน์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์และเพิ่มยอดขายได้จากการนำการขาย ณ จุดขาย มาบูรณาการร่วมกับการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ และในส่วนของการทำงานของระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน เป็นสิ่งที่ทีมผู้วิจัยสนใจที่จะนำมาประยุกต์และพัฒนาระบบการใช้งานให้เกิดขึ้นสำหรับงานวิจัยนี้ จึงได้ติดต่อประสานงานกับนักพัฒนาระบบภาคเอกชนซึ่งให้ความร่วมมือในการออกแบบและพัฒนาระบบร่วมกัน และจัดให้มีการประชุมระหว่างทีมผู้วิจัย นักพัฒนาระบบ และ ผู้ประกอบการรายย่อย ทำการวิเคราะห์ รูปแบบ ลักษณะ ของระบบร่วมกัน เพื่อให้ได้รูปแบบการใช้งานที่มีความเหมาะสมและผู้ประกอบการรายย่อยต้องการ

ขั้นตอนที่ 4 ออกแบบระบบ

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ระบบร่วมกันทั้ง 3 ฝ่าย มาออกแบบระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ระบบดังกล่าวจะทำให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปโดยอัตโนมัติ สะดวก รวดเร็วมากขึ้น จากการประชุมสัมมนาและหาข้อสรุปร่วมกันของการจัดทำระบบประกอบไปด้วยการสร้างรูปแบบการใช้งานที่มีการเชื่อมต่อข้อมูล ภายหลังจากการประชุมเสร็จสิ้นได้ข้อสรุป คือ ผู้ประกอบการต้องการให้มีระบบที่มีการดำเนินงานโดยมีองค์ประกอบของ ระบบซื้อ ระบบขาย ระบบสินค้าคงคลัง ระบบการเชื่อมต่อข้อมูลบัญชีเบื้องต้น รวมทั้งการบันทึกข้อมูลลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิต ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแสดงบรรยากาศของการประชุมสัมมนาร่วมกันระหว่าง ทีมผู้วิจัย นักพัฒนาระบบ และ ผู้ประกอบการรายย่อย ดังรูปภาพประกอบต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 6

บรรยากาศของการประชุมสัมมนาร่วมกันระหว่าง ทีมผู้วิจัย นักพัฒนาระบบ และ ผู้ประกอบการ



ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาระบบ

ผู้พัฒนาระบบทำการพัฒนาระบบตามความต้องการของทั้ง 3 ฝ่ายที่มีการประชุมร่วมกันเพื่อให้ระบบออกมาสมบูรณ์แบบเหมาะสมกับการใช้งานตามความต้องการของผู้ประกอบการรายย่อยมากที่สุด โดยพัฒนาระบบมาเป็นระบบงานที่ชื่อว่า TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs ซึ่งเป็นระบบงานที่มีการเชื่อมต่อข้อมูลในกิจกรรมการซื้อขาย การจัดการสินค้าคงคลัง ข้อมูลระบบบัญชีรายได้ รายจ่าย ข้อมูลลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิต ซึ่งเหมาะสมกับการใช้งานของผู้ประกอบการรายย่อยที่เพิ่งเริ่มต้น สามารถแสดงรายละเอียดการใช้งานระบบผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code) ดังรูปภาพประกอบ ต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 7

คู่มือระบบงาน TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs ผ่าน QR Code



นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำคลิปวิดีโอ (Clip VDO) การใช้งานระบบผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพื่อให้ช่วยต่อการทำความเข้าใจสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังรูปภาพประกอบต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 8

คลิปวิดีโอ (Clip VDO) วิธีการใช้งานระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs ผ่าน QR Code



ภายหลังการสร้างระบบเสร็จสิ้นมีการแจกรหัส (User id) การเข้าใช้งาน คู่มือการใช้งาน คลิปวิดีโอ ที่แสดงถึงขั้นตอนการใช้งานให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยอย่างละเอียดและเข้าใช้งานได้ทันที

ระยะที่ 3 การติดตามประเมินผล

ขั้นตอนที่ 6 การทดสอบและบำรุงรักษาระบบ

ภายหลังการมอบระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs ให้แก่ผู้ประกอบการจำนวน 10 คน เข้าใช้งานจริงในธุรกิจ ระหว่างการใช้งานมีการทดสอบโปรแกรมโดยผู้ประกอบการรายย่อยร่วมกับนักพัฒนาระบบ ในกรณีที่พบปัญหาในระหว่างการใช้งานจะมีการสอบถามมายังทีมผู้วิจัยและทีมผู้วิจัยจะทำการส่งต่อไปยังผู้พัฒนาระบบเพื่อทำการแก้ไขปัญหาและให้คำแนะนำการใช้งาน และปัญหาดังกล่าวผู้พัฒนาระบบจะทำการปรับปรุงแก้ไขจนเป็นที่น่าพอใจของผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงการให้บริการบำรุงรักษาระบบอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 7 การดำเนินงานและประเมินผล

ภายหลังจากระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs ถึงมือผู้ใช้งานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์และประสิทธิภาพการใช้งานและความพึงพอใจ จะมีการติดตามและประเมินผลการใช้งานโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นวิธีการสอบถามและสนทนากันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการเจาะลึกคำตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน ซึ่งการติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning : ERP) จะใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth

Interview) เป็นการสัมภาษณ์โดยไม่มีกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคำถาม สนทนาในลักษณะแบบธรรมชาติ มีคำถามเป็นเค้าโครง หัวข้อสนทนาประกอบไปด้วย ข้อดี ข้อเสีย ความเหมาะสมของการใช้งานระบบ รวมทั้งข้อเสนอแนะที่จะนำไปปรับปรุงและพัฒนาระบบให้ดียิ่งขึ้น หลังจากได้รับข้อมูลการสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งการออกไปสัมภาษณ์จะมีการแบ่งทีมผู้วิจัย 3 คน โดยหัวหน้าโครงการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายย่อย 4 คน และทีมผู้วิจัยอีก 2 คน จะสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายย่อยและผู้เชี่ยวชาญคนละ 3 คน รวม 10 คน การดำเนินการเช่นนี้จะทำให้มั่นใจว่าการให้ผู้สัมภาษณ์ 3 คนจะได้รับผลดีกว่าการที่ผู้วิจัยเพียงคนเดียวสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 10 คน และเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือผู้วิจัยได้นำระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs ให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นวิทยากรของการอบรมหลักสูตรระยะสั้น 2 ท่าน ได้ลองเข้าใช้งานและตรวจสอบระบบงานดังกล่าว และจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยทีมผู้วิจัยเพื่อสรุปผลต่อไป

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลลัพธ์การวิจัย

4.1.1 การศึกษาข้อมูลและความเป็นไปได้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ พบว่า ประเด็นที่เกี่ยวข้องจะเป็นในเรื่องของปัญหา อุปสรรค และความต้องการในการพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ประกอบไปด้วย 1) ปัญหาในการดำเนินงาน ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด เช่น ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและตลาดเป้าหมาย ปัญหาด้านราคา (Price) ไม่สามารถกำหนดราคาได้อย่างอิสระ เนื่องจากมีต้นทุนสูงกว่าคู่แข่ง ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่สามารถกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึงเนื่องจากมีรูปแบบการขาย ณ จุดขายเพียงรูปแบบเดียว และปัญหาทางด้านการดำเนินงานในระบบของโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ได้แก่ การจัดการวัตถุดิบ และการบริหารการลงทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่มีการจัดระเบียบเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจและบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ 2) อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ประกอบไปด้วย สภาพเศรษฐกิจที่มีสถานการณ์ไม่แน่นอนส่งผลทำให้ผู้บริโภคชะลอการตัดสินใจซื้อสินค้า ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเริ่มใช้บริการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินงานเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการรายย่อยไม่มีความรู้และไม่สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ 3) ความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมของโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยมีความต้องการอบรมในเรื่องการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ จากข้อมูลปัญหา อุปสรรค ความต้องการการอบรมในการพัฒนาระบบนำไปสู่การจัดทำหลักสูตรการอบรมระยะสั้นเรื่องการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ 1) การเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าจากระบบออนไลน์ไปสู่ระบบออนไลน์ 2) การนำเทคโนโลยีและระบบมาช่วยในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ 3) การจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบโดยมีระยะเวลาการอบรม 4 วัน เนื้อหาการอบรมประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 การเพิ่มช่องทางการขายสินค้าจากระบบออนไลน์ไปสู่ระบบออนไลน์ ได้แก่ การเข้าใช้งานแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Google, Line, MyShop, และ TikTok เพื่อนำไปใช้ในการสร้างยอดขายในธุรกิจ การนำกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดไปใช้ในธุรกิจ การสร้างเคล็ดลับ

สู่ความสำเร็จเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ส่วนที่ 2 การเข้าใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning : ERP) ได้แก่ ระบบ PEAK FlowAccount ส่วนที่ 3 การบันทึกบัญชีเบื้องต้น ภายหลังการอบรมเสร็จสิ้นมีการจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจในการเข้ารับการอบรมหลักสูตรระยะสั้นโดยใช้แบบสำรวจความพึงพอใจจากระบบ Google Form เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม จำนวน 50 คน หัวข้อคำถามที่ผ่านการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่า ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 4.61$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านวิทยากร ($\bar{X} = 4.59$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความรู้ความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.64$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ($\bar{X} = 4.68$) อยู่ในระดับมากที่สุด สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตรระยะสั้น ($\bar{X} = 4.63$) อยู่ในระดับมากที่สุด

4.1.2 การออกแบบ พัฒนา และ สร้างระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ร่วมกันระหว่างผู้วิจัย นักพัฒนาระบบ และ ผู้ประกอบการรายย่อย สำหรับใช้งานจริงในธุรกิจ พบว่า จากความร่วมมือของทีมงานออกแบบและพัฒนาระบบสามารถสร้างระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ได้สำเร็จ ซึ่งระบบดังกล่าวมีการเชื่อมต่อข้อมูลในกิจกรรมการซื้อขาย การจัดการสินค้าคงคลัง ข้อมูลระบบบัญชีรายได้ รายจ่าย ข้อมูลลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิต ซึ่งเหมาะสมกับการใช้งานของผู้ประกอบการรายย่อยที่เพิ่งเริ่มต้นใช้งาน ประกอบไปด้วยเมนูการใช้งานระบบในภาพรวม ได้แก่ 1) เมนูการกำหนดฐานข้อมูล ประกอบไปด้วย การเพิ่ม/แก้ไข รายชื่อสินค้า รายชื่อลูกค้า รายชื่อผู้จำหน่าย 2) เมนูระบบการขายสินค้า ประกอบไปด้วย การเพิ่ม/แก้ไข เอกสารใบเสนอราคา เอกสารขายสด/ขายเชื่อ และเอกสารใบเสร็จรับเงิน 3) เมนูระบบซื้อสินค้า ประกอบไปด้วย การเพิ่ม/แก้ไข เอกสารใบสั่งซื้อสินค้า เอกสารซื้อเงินสด/เงินเชื่อ เอกสารใบเสร็จจ่ายชำระหนี้ 4) เมนูระบบสินค้าคงคลัง ประกอบไปด้วย การเพิ่ม/แก้ไข เอกสารปรับปรุงยอดสินค้า และระบบการพิมพ์รายงานการเคลื่อนไหวสินค้าคงคลัง ซึ่งแต่ละเมนูจะมีการเชื่อมต่อข้อมูลอย่างเป็นระบบ และสามารถจัดพิมพ์รายงานการเคลื่อนไหวสินค้า รายงานรายรับและรายจ่ายตามระยะเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถนำข้อมูลที่มีการบันทึกอยู่ในระบบ Excel ทำการโอนถ่ายข้อมูลเข้าสู่ระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเช่นเดียวกัน

4.1.3 การติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ที่จัดทำขึ้นสำหรับใช้จริงในธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ พบว่า ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ประกอบการรายย่อยทั้ง 10 คนที่ใช้งานระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs และ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานหลัก รวมทั้งการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ 2 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน ภายหลังการรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปประเด็นเนื้อหาที่สำคัญของการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 12 คน มีความคิดเห็นตรงกัน โดยสามารถทำการสรุปข้อดี ข้อเสีย และ ข้อเสนอแนะ ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อดีของการใช้งานระบบ

- 1) การใช้งานระบบ TSRI & RMUTR มีประสิทธิภาพในด้านการเชื่อมต่อข้อมูลจากการบันทึก ระบบซื้อและ ระบบขายไปยังระบบสินค้าคงคลัง (Stock) ทำให้สามารถควบคุมสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) ระบบ TSRI & RMUTR สามารถที่จะบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิตเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้าในลำดับถัดไป

- 3) การเข้าใช้งานไม่ยุ่งยากหรือสลับซับซ้อนจนเกินไปสามารถใช้งานผ่านลิงค์ (Link) ที่สร้างขึ้นโดยผู้พัฒนาระบบ ซึ่งผู้ประกอบการรายย่อยสามารถนำลิงค์ (Link) มาวางไว้ที่หน้าจอเดสก์ทอป (Desktop) และเข้าใช้งานได้ทันที
- 4) การให้บริการที่ดีของผู้ดูแลและพัฒนาระบบกรณีพบปัญหาในการใช้งานเป็นไปด้วยดี รวดเร็วทันใจ
- 5) การใช้งานระบบ TSRI & RMUTR ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยทราบรายละเอียดของการทำธุรกรรมการซื้อขาย และการจัดเก็บสินค้าคงคลัง (Stock) ในแต่ละวันและสามารถนำข้อมูลไปวางแผนในธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ
- 6) การใช้งานระบบ TSRI & RMUTR สามารถที่จะทำการดาวน์โหลดแบบฟอร์ม ข้อมูล เพื่อส่งให้ลูกค้า หรือคู่ค้าผ่านระบบอีเมลได้ทันที ทำให้สะดวกและรวดเร็วในการติดต่อธุรกรรมซื้อขายสินค้าของธุรกิจ

ข้อเสียของการใช้งานระบบ

- 1) การบันทึกข้อมูลรายละเอียดการซื้อขาย และข้อมูลสินค้าคงคลัง เพื่อตั้งต้นก่อนการเชื่อมต่อข้อมูลในแต่ละรายการอาจใช้เวลานาน ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่ได้เข้ามาทำการบันทึกข้อมูลให้เป็นปัจจุบันจะทำให้ข้อมูลขาดความต่อเนื่องของการใช้งานระบบ
- 2) การใช้ระบบงาน TSRI & RMUTR เหมาะกับธุรกิจบางประเภท เช่น เหมาะสำหรับสินค้าประเภทของใช้ที่สามารถนับจำนวนได้อย่างชัดเจน เช่น เสื้อผ้าเด็ก รองเท้า ถุงเท้า เป็นต้น แต่ไม่เหมาะกับธุรกิจประเภทอาหาร และเครื่องดื่มที่ต้องมีรายละเอียดของวัตถุดิบที่มากกว่าและการบันทึกรายการอาจไม่มีความชัดเจน และมีความยุ่งยากในการแจกแจงวัตถุดิบในแต่ละประเภท
- 3) เนื่องจากระบบ TSRI & RMUTR มีการใช้งานผ่านระบบเครือข่ายที่มีการเชื่อมต่อข้อมูลทั่วโลกทำให้ในบางครั้งระบบเครือข่ายติดขัดหรือขาดการเชื่อมต่อข้อมูลทำให้การใช้งานระบบติดขัดตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

- 1) ควรเพิ่มรูปแบบการใช้งานให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งในความเป็นจริงระบบ TSRI & RMUTR ก็ยังสามารถนำไปใช้สำหรับธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่มได้ แต่ธุรกิจดังกล่าวอาจใช้งานระบบได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากเมนูการใช้งานบางเมนูอาจไม่จำเป็น เช่น เมนูการออกใบเสนอสินค้า เป็นต้น
- 2) เกิดปัญหาในการบันทึกสินค้าคงคลัง (Stock) เนื่องจากมีรายละเอียดปลีกย่อยมากกว่าธุรกิจประเภทสินค้าที่สามารถนับจำนวนได้อย่างชัดเจน ควรมีการพัฒนาระบบให้สามารถบันทึกสินค้าคงคลังในหลายรูปแบบ
- 3) การจัดทำระบบ TSRI & RMUTR หากสามารถรองรับผู้ประกอบการรายย่อยในธุรกิจประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยขนาดเล็กที่สุด เช่น ร้านค้าที่ขายสินค้าในรูปแบบหาบเร่แผงลอย และทำให้การใช้งานง่ายที่สุด ไม่ยุ่งยาก รวดเร็ว ทำความเข้าใจง่าย จะทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยหันมาใช้ระบบเพิ่มมากขึ้น

4.2 การอภิปรายผล

4.2.1 การศึกษาข้อมูลและความเป็นไปได้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ พบว่า 1) ปัญหาการดำเนินงาน ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด เช่น ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ไม่สามารถผลิตหรือจัดหาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ควรมีการสำรวจความต้องการของการตลาดและลูกค้าพร้อมทั้งปรับปรุง

พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด สอดคล้องกับ มศารศม์ ยิ่งดำรง (2562) ที่ระบุว่า แหล่งข้อมูลที่สำคัญในการค้นหาข้อมูลความต้องการสำหรับผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าก็คือทำการค้นหาข้อมูลจากลูกค้าโดยตรง ปัญหาการตั้งราคา (Price) ไม่สามารถตั้งราคาได้อย่างอิสระเนื่องจากมีต้นทุนสูงกว่าคู่แข่ง ซึ่งสินค้าที่เหมือนกันกับคู่แข่งจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออกจากระบบหรือผลิตในปริมาณที่มากขึ้น สอดคล้องกับ เรือนทิพา วงษ์ศิริ (2559) ที่ระบุว่า การตั้งราคาของผู้ประกอบการควรมีการกำหนดกลยุทธ์โดยคำนึงถึงต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อทำให้ต้นทุนต่ำ ปัญหาช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่ไม่สามารถกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึงเนื่องจากมีรูปแบบการขายสินค้า ณ จุดขาย เพียงช่องทางเดียว ควรเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าโดยการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าและสร้างโอกาสในการขายให้มากขึ้น สอดคล้องกับ ณัฐวรรณ ศรีสุข (2560) ที่ระบุว่า ธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานจะต้องเป็นรูปแบบธุรกิจค้าปลีกที่มีการเชื่อมต่อกับร้านค้าจริงในการขายสินค้าแบบออนไลน์เข้ากับเทคโนโลยีของระบบออนไลน์ และมีการเชื่อมต่อบริการในรูปแบบต่าง ๆ และยังคงสอดคล้องกับ Djavanshir et al. (2017) ที่ระบุว่า การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและระบบเครือข่ายส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วด้วยการค้าแบบออนไลน์สู่ออฟไลน์ เพื่อให้ทันกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน และ ปัญหาการจัดการวัตถุดิบหรือสินค้าคงคลังไม่มีประสิทธิภาพทำให้สินค้าตกค้างในคลังสินค้าหรือในบางครั้งไม่มีเพียงพอสำหรับการขาย ควรใช้การวางแผน ควบคุม พยากรณ์ความต้องการของลูกค้าให้ถูกต้องหรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด สอดคล้องกับ เสริมพงษ์ เนียมสกุล (2561) ที่ระบุว่า การจัดเก็บสินค้าและวัตถุดิบไว้ในปริมาณมากเกินไปต่อช่วงเวลาที่ต้องการควรปรับปรุงและแก้ไขโดยการจัดเก็บวัตถุดิบหรือสินค้าคงคลังที่แน่นอนด้วยการพยากรณ์และวางแผนการสั่งซื้อสินค้า 2) อุปสรรคที่ก่อให้เกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจไม่มีความชัดเจนทำให้ผู้บริโภคชะลอและตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยความระมัดระวัง อีกทั้งความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี จำเป็นต้องมีการศึกษาและเรียนรู้เพื่อนำมาใช้งานในธุรกิจอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ กรรณริน จุลรอด (2562) ที่ระบุว่า สภาพเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการอำนวยความสะดวกและเพิ่มศักยภาพการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมีการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นส่งผลทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงโดยเพิ่มช่องทางการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้า สอดคล้องกับ วิสรา ศรีบรรจง และ นันทวัน เหลี่ยมปรีชา (2565) ที่ระบุว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ที่แตกต่างจากอดีตมีปัจจัยอื่น ๆ มากกระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่มีความคุ้นเคย ทำให้ต้องมีการปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าที่จะรักษาวินัยเดิม 3) ผู้ประกอบการรายย่อยต้องการพัฒนาระบบโดยการเข้ารับการอบรมในเรื่องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานและการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิสิทธิ์ วงษ์สุวรรณ และ สุวณันธร ชาติ (2560) ที่ระบุว่า ปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ได้นำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้มากขึ้นทั้งในการเงิน การบัญชี การตลาด การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ โดยนำคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดการและบริหารธุรกิจโดยใช้วิธีการจัดทำเว็บไซต์ให้เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและเป็นที่รู้จักและเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มสมาชิก และสอดคล้องกับ วสุภัทร กุลเมือง (2565) ที่ระบุว่า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นทรัพยากรที่จำเป็นอย่างยิ่ง การรับข้อมูลระบบสารสนเทศที่ถูกต้องรวดเร็วจะเป็นผู้ได้เปรียบทางการแข่งขัน 4) การสร้างหลักสูตรอบรมระยะสั้นในครั้งนี้อาจเกิดจากความต้องการของผู้ประกอบการราย

ย่อยที่ต้องการพัฒนาระบบทางด้านการกระจายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาในประโยชน์ในการดำเนินงานและการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ ซึ่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือใช้สำหรับการตัดสินใจที่ถูกต้อง ประสบความสำเร็จ ต้องอาศัยประสบการณ์ในการเรียนรู้ที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาและขึ้นอยู่กับความถี่ในการฝึกฝนรวมทั้งการเลือกเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับ Holsapple และ Joshi (2002) ที่ระบุว่า การสร้างและถ่ายทอดความรู้เป็นประสบการณ์ของแต่ละบุคคลจนกลายเป็นทักษะและความชำนาญที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างบุคคลโดยการแบ่งปันความรู้ทั้งหมดของบุคคลหนึ่งสู่อีกบุคคลหนึ่ง อาศัยประสบการณ์ทางตรงซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านเวลาและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และสอดคล้องกับ ปิยะพันธ์ พิชญะประเสริฐ และคณะ (2563) ที่ระบุว่า โครงสร้างทางปัญญาโดยอาศัยการเรียนรู้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถคลี่คลายสถานการณ์ที่เป็นปัญหาและยังใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาหรืออธิบายสถานการณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ดียิ่งขึ้น

4.2.2 การออกแบบ พัฒนาและสร้างระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ร่วมกันระหว่างผู้วิจัย นักพัฒนาระบบ และ ผู้ประกอบการรายย่อย พบว่า ทีมงานสามารถสร้างระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs สำหรับงานวิจัยนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้รับประโยชน์ในการนำไปใช้ในการบริหารจัดการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและถือเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาเทคโนโลยีหรือระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดประโยชน์ในธุรกิจ ซึ่งระบบ TSRI & RMUTR Systems for Small Entrepreneurs มีลักษณะเป็นระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) มีกระบวนการเชื่อมต่อข้อมูลในระบบการซื้อ การขาย การจัดเก็บสินค้าคงคลัง การเชื่อมต่อข้อมูลไปยังระบบบัญชี ข้อมูลลูกค้าและข้อมูลของผู้ขายปัจจัยการผลิต เป็นระบบที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้ประกอบการรายย่อยที่เพิ่งเริ่มต้น และในอนาคตหากการดำเนินธุรกิจเติบโต ขยายตัว สามารถเพิ่มเติมการเชื่อมต่อข้อมูลในกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานแบบครบวงจรหรือเหมาะสมตามความต้องการของธุรกิจในอนาคต สอดคล้องกับ ชัยวิทย์ ธีระวัฒน์พงศ์ และคณะ (2561) ที่ระบุว่า ระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) เป็นระบบที่มีการบูรณาการงานหลักของธุรกิจไว้ด้วยกัน เช่น การขาย การบริหารทรัพยากรบุคคล การผลิต เป็นการเชื่อมโยงกันแบบทันทีทันใดเพื่อตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลรวมทั้งสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจอย่างทันทั่วทั้งทำให้การดำเนินงานสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

4.2.3 การติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Enterprise Resource Planning: ERP) ที่จัดทำขึ้นสำหรับใช้จริงในธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ พบว่า ผลการประเมินโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกมีทั้งข้อดีในแง่ของประโยชน์และประสิทธิภาพการใช้งาน แต่มีข้อเสียในเรื่องของ ข้อจำกัดการใช้งานตามประเภทธุรกิจที่มีความเหมาะสม รวมทั้งข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาและปรับปรุงการใช้งานให้เหมาะสมกับธุรกิจหลายประเภทและผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งการติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบถือเป็นการตรวจสอบและตัดสินใจคุณภาพของระบบงานโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาจุดเด่น จุดด้อย และจุดที่ควรปรับปรุงเพื่อให้ระบบมีคุณภาพมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทียนใจ สุทะ (2561) ที่ระบุว่า การประเมินผลหมายถึงการดำเนินงานในด้านความก้าวหน้า ผลกระทบ และสิ่งที่ได้รับการดำเนินงานเป็นกระบวนการในการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้แนวทางในการปฏิบัติงานและช่วยในการตัดสินใจปรับปรุง พัฒนา หรือเปลี่ยนแปลงระบบงานให้มีความถูกต้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งบรรลุวัตถุประสงค์ของการใช้งานที่กำหนดไว้

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ค้นพบว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มยอดขายหรือสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปจะทำการต่อยอดการพัฒนา ระบบการวางแผนจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยเพิ่มกิจกรรมโลจิสติกส์ในด้านการควบคุมกระบวนการขับเคลื่อนของสินค้าจากการผลิตและบริการให้กับลูกค้าเพื่อสร้างประสิทธิภาพต่อไป

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมหลักสูตรระยะสั้นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานไปใช้ประโยชน์ได้จริงในการดำเนินธุรกิจ

5.2.2 นักวิจัยสามารถนำแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยสำหรับกลุ่มตัวอย่างใหม่ที่ต้องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

5.2.3 มหาวิทยาลัยต่าง ๆ สามารถนำแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำหลักสูตรการอบรมระยะสั้นสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยในครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ร่วมกับโครงการวิจัยมูลฐานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ตามสัญญาเลขที่ FRB6603/2566 รหัสโครงการ 184468 / เรื่อง การพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตสัมพันธวงศ์ ปีงบประมาณ 2566 จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทีมผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ใบรับรองเลขที่ NMCEC-0019/2565 ตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคม 2566 – 31 พฤษภาคม 2567 จากวิทยาลัยนครราชสีมา

เอกสารอ้างอิง

- กรรณริน จุลรอด. (2562). *สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ชวณัญญ์ ด่านวิริยะกุล. (2560). *การนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจร้านขายยา กรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยวิทย์ ธีระวงษ์พงศ์ ศักดิ์ดา อ่างวัฒนกิจ และ ณรงค์ อนุพันธ์. (2561). *ศึกษารูปแบบการนำระบบ อีอาร์พี เพื่อช่วยในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรอินทรีย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด*. โครงการวิจัยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ณัฐวรรณ ศรีสุข. (2560). *การเปลี่ยนแปลงธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัลของสังคมไร้เงินสด*. วารสารนักบริหาร, 37(2), 88-101.

- เทียนใจ สุทะ. (2561). การประเมินผลการใช้งานระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (e-LAAS) ขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- บัณฑิต ศรีสวัสดิ์. (2560). เทคโนโลยีสารสนเทศกับโลจิสติกส์. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4 สถาบันวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2560, 1337 - 1348.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2565). คลองโองอ่างใกล้ล่มสลาย เผยภาพสุดเจ็บเหงาหลังชาติเป็นผู้ว่าฯ 6 เดือน. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2566. จาก <https://mgronline.com/online/section/detail/9650000122356>
- ปิยะพันธ์ พิษณุประเสริฐ อัจฉรีย์ พิมพิมูล และ มาลีรัตน์ ขจิตเนติธรรม. (2563). องค์ประกอบของรูปแบบการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามแนวทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง แนวคิดเคอเซบิกซิกและกระบวนการเรียนรู้แบบกลุ่มสืบสอบเพื่อพัฒนาทักษะด้านสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. วารสารศึกษาศาสตร์, 30(3), 174-184.
- มศารศม์ ยิ่งดำรง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (New Product Development) สำหรับธุรกิจรับจ้างผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิศรา ศรีบรรจง และ นันทวัน เหลี่ยมปรีชา. (2565). พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคภายใต้วิถีความปกติใหม่ (New Normal) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดออนไลน์. การประชุมวิชาการระดับชาติประจำปี 2564, มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- เรณูทิพา วงษ์ศิริ. (2559). การศึกษาและวิจัยเรื่อง การขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันและนวัตกรรมใหม่ล่าสุด จากบริษัท บัชชีปี้ส์ จำกัด. ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- สุศักดิ์ พรบรรเจิดกุล. (2561). ทำไมบริษัทที่เติบโตมาก ๆ ถึงใช้ระบบโลจิสติกส์เป็นแกนหลักขับเคลื่อนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : เซเวนตี บู้ค จำกัด.
- เสริมพงษ์ เนียมสกุล. (2561). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการวัตถุดิบคลัง: กรณีศึกษา โรงงานผลิตน้ำดื่ม. วารสารสหศาสตร์ปริทัศน์ ชลบุรี, 4(2), 1-14.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2566). รายละเอียดศัพท์ชวนรู้. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2566. จาก <https://shorturl.asia/mEDtc>
- วสุภัทร กุลเมือง. (2565). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารสถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง 1 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วารสารวิจัยวิชาการ, 6(4), 47-58.
- อภิสิทธิ์ วงษ์สุวรรณ และ ฐานันดร ชาลี. (2562). การพัฒนาระบบซื้อขายเสื้อผ้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านอัดแฟชั่น. รายงานวิจัยสาขาวิชาการจัดการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- Burgess, L., Cooper, J., & Alcock, C. (2001). *The Adoption of the Web as a Marketing Tool by Regional Tourism Associations (RTAs) in Australia*. ACIS2001 Proceedings. Retrieved on June 20, 2012. from: <http://aisel.aisnet.org/acis2001/9>.
- Djavanshir, G. R., Li, X., Luo, K., Zhang, M., Pan, W., & Yawei, H. (2017). ICT Innovations in Traditional Business: A Perspective of O2O Entrepreneurship Strategy in China. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 8(1), 12-19.

- Holsapple, C. W., & Joshi, K. D. (2002). Knowledge management: A threefold framework. *The Information Society*, 18(2002), 47-64.
- Li, X., & Wang, Q. (2007). Coordination Mechanisms of Supply Chain Systems. *European Journal of Operational Research*, 179(1), 1-16.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2010). *Management Information Systems Managing the Digital Firm*. London : Pearson Education, 86-87.
- Stock, J. R., & Lambert, D. M. (2001). *Strategic logistics management* (Vol. 4). Boston, MA : McGraw-Hill/Irwin.
- Stair, R., & Reynolds, G. (2010). *Information Systems 9th ed., Course Technology*. Boston, Massachusetts : Cengage Learning.
- Weng, X., & Zhang, L. (2015). Analysis of O2O Model's Development Problems and Trend. *Scientific Research Publishing*, 2015(7), 51-57.

อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยี
ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย
The Influence of Marketing Orientation and Technology Orientation on
Marketing Performance of Instant Food Business, Thailand

ฉัตรชัย อินทสังข์* และสุพรรณิพร พรภักดี²

Chatchai Inthasang^{*} and Supanee Pornpakdee²

Received : May 23, 2023 Revised : September 2, 2023 Accepted : September 14, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบอิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีผลต่อนวัตกรรมการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย จำนวน 133 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยผู้เชี่ยวชาญและการทดสอบทางสถิติด้วยค่าอำนาจจำแนก มีค่าระหว่าง .801 - .939 และมีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง .845 - .938 ทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค การวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีอิทธิพลสำคัญและส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อนวัตกรรมการตลาดและผลการดำเนินงานทางการตลาด นอกจากนี้ นวัตกรรมการตลาดนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจ การค้นพบนี้มีคุณค่าอย่างมากต่อนักวิชาการในด้านการขยายและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยี อีกทั้งยังเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้บริหารใช้เป็นแนวทางกรอบการทำงานสำหรับการจัดการด้านการตลาดและเทคโนโลยีเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน

คำสำคัญ : การมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นเทคโนโลยี นวัตกรรมการตลาด ผลการดำเนินงานทางการตลาด

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

^{*} Assistant Professor, Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Isan, Thailand

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

² Lecturer, Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Isan, Thailand

* Corresponding author E-mail: supanee.pr@rmuti.ac.th

Abstract

This research examined the effect of marketing orientation and technology orientation on marketing innovation and leads to marketing performance. A questionnaire was used to collect data from 133 executives in the instant food business, in Thailand. Both a content validity test and a statistical test with discriminating power were employed to validate the quality of the study instruments. The results ranged between 0.801 - 0.939. Using Cronbach's alpha coefficient, the reliability scores fell between 0.845 and 0.938. In this investigation, multiple linear regressions were performed. The findings indicated that marketing orientation and technology orientation play a significant and positive effect on marketing innovation and marketing performance. In addition, marketing innovation explicitly leads to marketing performance. These findings are beneficial to academics in terms of expanding and extending their marketing and technology orientation expertise. It is also highly meaningful for CEOs as a framework for marketing and technology management to obtain a competitive advantage.

Keywords : Marketing Orientation, Technology Orientation, Marketing Innovation, Marketing Performance

1. บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสลับซับซ้อนผันผวนมากขึ้น หลาย ๆ องค์กรต้องเผชิญกับภาวะแรงกดดันที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ ภายใต้กระแสสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงภาพรวมของธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงในยุคโลกาภิวัตน์ (Donthu & Gustafsson, 2020) บริษัทต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรความสามารถอันมีคุณค่าผ่านวิธีการดำเนินงานและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม การยอมรับแนวคิดใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์เพื่อให้สามารถเผชิญกับความท้าทายที่แปลกใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Akter, Wamba, Gunasekaran, Dubey, & Childe, 2016) การที่ธุรกิจจะอยู่รอดและประสบความสำเร็จคือการดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย ภายใต้ข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เป็นพลวัตให้มีความยืดหยุ่นและตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลง (อดิเทพ ครุฑธามาศ ภัทรพล ชุ่มมี และชาคริต ศรีทอง, 2564)

ความสำคัญดังกล่าวข้างต้นส่งผลกระทบต่อทุก ๆ บริษัทที่พยายามตอบสนอง สร้างความมั่นใจและความต้องการของลูกค้าผ่านกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งธุรกิจต้องมีความสามารถและศักยภาพในการปรับปรุง และพัฒนาการวางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจภายในและภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น ความอยู่รอดของธุรกิจในยุคการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นอยู่กับความสามารถในการมุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย เช่น การมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยนักวิชาการส่วนใหญ่ อาทิ Al-Henzab, Tarhini และ Obeidat (2018), Htet และ Buavaraporn (2019), Shalender (2018), และ Tutar, Nart และ Bingöl (2015) กล่าวว่า การมุ่งเน้นการตลาด และการมุ่งเน้นนวัตกรรมเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบริษัทที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และแรงกดดันของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้เศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปของไทย มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ถึงแม้เผชิญกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ในภาพรวมการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น เนื่องจาก การที่หลายประเทศทั่วโลกเริ่มมีการฉีดวัคซีนมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะทำให้เกิดการจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเริ่มกลับมาส่งผลให้การบริโภคอาหารเพิ่มขึ้นตามไปด้วย อีกทั้ง แนวโน้มการบริโภคอาหารเปลี่ยนสู่ยุคใหม่มีแนวโน้มราคาไม่แพงมุ่งตอบโจทย์ดูแลสุขภาพ ดังนั้น มั่นใจว่าในปี 2564 การส่งออกอุตสาหกรรมอาหารของไทยจะเติบโตได้ประมาณ 5-7% หรือมีมูลค่าประมาณ 1,000,000 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (ผู้จัดการออนไลน์, 2565) อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปของไทย ยังต้องเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงการกระตุ้น ดึงดูดใจผู้บริโภค ทั้งรูปลักษณ์ รสสัมผัสของรสชาติใหม่ และบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ซึ่งเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมค่อนข้างรุนแรง (ทันข่าวการตลาด, 2565)

พลวัตของเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หลายๆ อุตสาหกรรมได้เล็งเห็นความสำคัญกับการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาปรับใช้ในกระบวนการผลิตแล้ว เพื่อการสร้างมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพในทุกขั้นตอน ด้วยการมุ่งเน้นการปรับใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป เช่น ปัญญาประดิษฐ์ ระบบอัตโนมัติ หรือหุ่นยนต์ ช่วยยกระดับให้ทันสมัย อีกทั้ง ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า การยอมรับจากลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการมุ่งเน้นการตลาดและเทคโนโลยีที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ประเทศไทย เพื่อนำผลจากการศึกษาวิจัย สร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ช่วยให้ธุรกิจเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานด้านการวางแผนกลยุทธ์ของผู้ประกอบธุรกิจอาหารสำเร็จรูป เพื่อการนำเสนอกลยุทธ์ที่หลากหลายทันสมัยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งเป็นการสร้างรากฐานที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญเติบโตและยั่งยืนในอนาคต

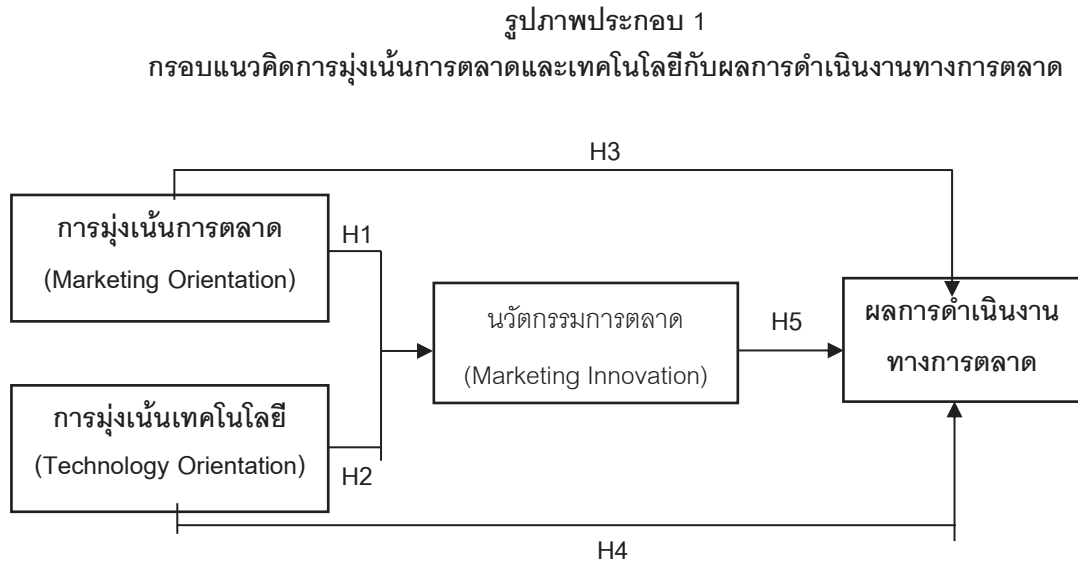
วัตถุประสงค์ (Objective)

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีผลต่ออัตราการตลาด
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยถูกพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาการมุ่งเน้นกลยุทธ์และผลการดำเนินงานของธุรกิจ กรณีศึกษาเชิงประจักษ์ของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ประเทศไทย ซึ่งการมุ่งเน้นกลยุทธ์เป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 2 ตัวแปร คือ การมุ่งเน้นการตลาด (Marketing Orientation) และการมุ่งเน้นเทคโนโลยี (Technology Orientation) เป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) ซึ่งนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance) ที่กิจการได้ตั้งเป้าหมายไว้เพื่อความมั่นคงต่อไปในอนาคต โดยผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดโดยประยุกต์มาจากงานของ Htet และ Buavaraporn (2019) และ Tutar et al. (2015) ซึ่งได้กล่าวถึงการพัฒนาและการประยุกต์ใช้การมุ่งเน้นกลยุทธ์

เพื่อการสร้างคุณค่าเพิ่มต่อการพัฒนากิจการ โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดปรากฏให้เห็น ดังรูป
ภาพประกอบ 1



2.1 การมุ่งเน้นการตลาด (Marketing Orientation: MO)

การศึกษาแนวคิดการมุ่งเน้นการตลาดในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แนวทางของ Narver และ Slater (1990) ที่ได้พัฒนาแนวคิดของการมุ่งเน้นการตลาดที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนและความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว จากการศึกษา พบว่า องค์ประกอบของการมุ่งเน้นการตลาด ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) การมุ่งเน้นลูกค้า 2) การมุ่งเน้นคู่แข่ง และ 3) การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน โดย Narver และ Slater (1990) กล่าวว่า องค์การที่มีการมุ่งเน้นการตลาดจะเป็นองค์การที่มีความพยายามหาวิธีที่ดีที่สุดในการแบ่งปันคุณค่าให้กับลูกค้า โดยการมุ่งเน้นการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อค้นหาการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต เพื่อรักษากำไรในระยะยาว สร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์การ และลูกค้าจะต้องมีผลประโยชน์ร่วมกัน อีกทั้ง Khamaludin, Syam, Rismaningsih, Lusiani, Arlianti, Herlani และ Widiyatun (2022) ระบุว่า การมุ่งเน้นการตลาดเป็นแนวทางตามหลักวิชาการที่สามารถนำพาให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตามความคาดหวัง จากการทบทวนวรรณกรรมของ ประทานพร จันทรอินทร์ ฉัตรชัย อินทสังข์ และสาธิตา กลิ่นสุคนธ์ (2564) ระบุว่า การมุ่งเน้นด้านการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกและสามารถนำไปสู่ผลการดำเนินงานกิจการที่เพิ่มยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานของนักวิชาการจำนวนมาก อาทิ Adam และ Tabrani (2016), Jung, Jung และ Shin (2016); Udriyah, Tham และ Azam (2019) และดุษฐ์ บุญมาสูงทรง ฉัตรชัย อินทสังข์ สุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์ และ ปฎิมา ถนิมกาญจน์ (2564) พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีผลในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสามารถด้านนวัตกรรม ซึ่งก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรม (Schulze, Townsend, & Talay, 2022; Udriyah et al., 2019) ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมทางการตลาด

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

2.2 การมุ่งเน้นเทคโนโลยี (Technology Orientation: TO)

บริษัทที่มุ่งเน้นด้านเทคโนโลยี สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และทุ่มเททรัพยากรให้กับการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะมีความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคและความยืดหยุ่นซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับการพัฒนานวัตกรรมของกิจการ (อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์ บุญทวรรณ วิงวอน และ จงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ, 2563; Serafim & Cristóvo Verssimo, 2021) ในการวิจัยนี้ การมุ่งเน้นเทคโนโลยี (Technology Orientation) หมายถึง การส่งเสริมการเรียนรู้ และการยอมรับกระบวนการการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่งในปัจจุบันและอนาคต การเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วยระบบเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินงาน (Al-Henzab et al., 2018) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า การมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถด้านนวัตกรรม (Tutar et al, 2015) นอกจากนี้ ความสามารถด้านนวัตกรรมยังมีบทบาทสำคัญระหว่างกำหนดแนวทางเชิงกลยุทธ์และประสิทธิภาพของตลาดสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือเรียกว่า SMEs ใน Asia-Europe Meeting (ASEM) สอดคล้องกับงานของ Al-Henzab et al. (2018) กล่าวว่า การมุ่งเน้นกลยุทธ์ โดยเฉพาะการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกับงานของ Al-Ansari, Altalib และ Sardoh (2013) และ ชนิกันต์ พนมอุทัย (2563) พบว่า หน่วยงานที่สนับสนุนงานด้านเทคโนโลยีของกิจการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงาน อีกทั้งนวัตกรรมด้านด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงาน ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 การมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมการตลาด

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

2.3 นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation: MI)

Handoyo (2015) กล่าวว่า นวัตกรรมทางการตลาดมุ่งเน้นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ โดยใช้ความรู้ที่สั่งสมจากข้อมูลของลูกค้า คู่แข่ง และเทคโนโลยี นวัตกรรมสามารถช่วยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และสร้างความก้าวหน้าในการแข่งขันให้สอดคล้องกับความเหนือกว่าทางเทคโนโลยี ซึ่งข้อเท็จจริงแสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมทางเทคโนโลยีสามารถส่งเสริมงานการตลาด รวมถึงการสร้าง ความหวัง ความปรารถนา และประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการวิจัยนี้ นิยาม นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) คือ ความสามารถขององค์กรที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมวิธีการทางการตลาดใหม่ ๆ ครอบคลุมการดำเนินงานตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงานการออกแบบและบรรจุภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รูปแบบการส่งเสริมการตลาด และราคาผลิตภัณฑ์ / บริการที่กิจการไม่เคยใช้มาก่อน (Biégas, 2018) จากการทบทวนวรรณกรรมของ Biégas (2018) และ Handoyo (2015) ศึกษาพบว่า ปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงทางบวกต่อปัจจัยผลการดำเนินงานทั้งด้านการตลาดและการเงินขององค์กร อีกทั้งงานของอดิเทพ คุรุฑา มาศ และคณะ (2564) ศึกษาพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในทิศทางบวกกับประสิทธิภาพทางการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงาน สร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจเพื่อสังคม ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 นวัตกรรมการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

2.4 ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance: MP)

ผลการดำเนินงานขององค์กรถูกกำหนดว่า เป็นผลมาจากบริษัทประเมินและวิเคราะห์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงปัจจัยสิ่งแวดล้อมของตลาด ธุรกิจ และคู่แข่ง ซึ่งก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในด้าน ส่วนแบ่งการตลาด การเติบโตของยอดขาย การยอมรับของลูกค้า และชื่อเสียงที่มั่นคง (Muangkhrot & Ussahawanitchakit, 2015;

Campbell & Park, 2017) ใกล้เคียงกับงานของนงเยาว์ อินทะนาม อาภาศรี พอค้า และ กรรณก ดลโสมณ (2563) ระบุว่า ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งสามารถวัดได้จาก ความพึงพอใจของลูกค้า ความเชื่อมั่นของลูกค้า จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของยอดขาย และผลกำไรเพิ่มขึ้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ทางการตลาดของกิจการ ซึ่งเป็นเป้าหมายความสำเร็จจากการดำเนินงานทางธุรกิจตามแผนที่กำหนดไว้ของผู้ประกอบการ ทั้งในรูปแบบของตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน สามารถสร้างผลกำไรให้กับกิจการ ช่วยให้กิจการอยู่รอดอย่างยั่งยืน ภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่รุนแรง อาทิ ด้านการเงิน ยอดขาย กำไร ด้านลูกค้า ความพึงพอใจ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ เป็นต้น (ธิดารัตน์ เฝ้าแสนเมือง และ นริศรา สัจพงษ์, 2565; ประทานพร จันทรอินทร์ และคณะ, 2564; Campbell & Park, 2017)

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษานี้ได้ผ่านการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ตามเอกสารเลขที่ HEC-01-66-014 ลงวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 จากคณะกรรมการสถาบันฯ ว่าเป็นงานวิจัยที่ไม่ขัดต่อหลักจริยธรรมสากลและเป็นไปตาม คำประกาศเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) การศึกษานี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเป็นการตรวจสอบผลกระทบของปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีผลต่อนวัตกรรมการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย จากสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปไทย (Thai Food Processors' Association: TFPA) จำนวน 218 ราย (ข้อมูลวันที่ 15 ตุลาคม 2565) เนื่องด้วยธุรกิจอาหารสำเร็จรูปมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ในช่วงปี 2563-2565 ที่ผ่านมา หลายธุรกิจได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ยังคงสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากอาหารแช่แข็ง/พร้อมทานสามารถเก็บไว้ได้นาน มีความได้เปรียบในการรักษาความสด ช่วยลดความถี่ในการออกไปซื้อของตามตลาด นอกจากนี้ พบว่า ในช่วงเวลา 9 เดือน (ม.ค. - ก.ย.) ของปี 2565 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 87,900 ล้านบาท ซึ่งมีแนวโน้มสูงในกว่าปี 2564 ที่มีมูลค่าประมาณ 97,411.00 ล้านบาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ ระบุว่ารายได้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารพร้อมทานโดยรวมในปี 2564-2566 จะยังเติบโตต่อเนื่อง โดยอาหารพร้อมทานแช่แข็งจะยังมีแนวโน้มเติบโตดีทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกตามการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และการขยายตัวของชุมชนเมือง ส่วนตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในประเทศน่าจะขยายตัวได้ไม่มากนัก เนื่องจากตลาดใกล้เข้าสู่ภาวะอิ่มตัว ขณะที่ตลาดส่งออกยังเติบโตได้ดี

จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5 โดยได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 222 ราย ทั้งนี้ เนื่องด้วยลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามทางไปรษณีย์ อัตราการตอบกลับประมาณร้อยละ 20 (Aaker, Kumar, & Day, 2001) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคำนวณหาจำนวนการส่งแบบสอบถาม จากสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างและร้อยละของการตอบกลับ $(222 \times 100) / 20$ เท่ากับ 1,110 ราย ซึ่งคือจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ทั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนเพียง 218 ราย ซึ่งมีสัดส่วนไม่เพียงพอในการคำนวณอัตราการตอบ

กลับ (1,110 ราย) ดังนั้น จึงส่งไปรษณีย์ทั้งสิ้น 218 ราย เพื่อให้มีจำนวนข้อมูลเพียงพอเหมาะสมที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ รวมถึงมีกระบวนการและขั้นตอนการติดตามข้อมูลที่เหมาะสม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ประเทศไทย จำนวน 133 ราย คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 61.00 สูงกว่าร้อยละ 20 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด (Aaker et al., 2001) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ถือว่าข้อมูลยอมรับได้

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยส่งถึงผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ประเทศไทย ทางไปรษณีย์ (Mailing) จำนวน 218 ฉบับ พร้อมแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่าน Google form โดยส่งตรงไปยัง Mail ของกิจการแต่ละแห่ง ซึ่งเริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 10 มีนาคม 2566 ตามที่อยู่ของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปไทย (Thai Food Processors' Association: TFPA) โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาการตอบกลับ 6 สัปดาห์หลังจากส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยหลังจากครบกำหนด วันที่ 21 เมษายน 2566 พบว่ามีแบบสอบถามตอบกลับมาทางไปรษณีย์ 49 ฉบับ และมีแบบสอบถามที่ถูกตีคืนกลับ เนื่องจากยกเลิกกิจการไม่ทราบที่อยู่ใหม่ จำนวน 2 ฉบับ มีแบบสอบถามที่มีเนื้อหาข้อความไม่ครบถ้วน จำนวน 2 ฉบับ คงเหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 45 ฉบับ นอกจากนี้ ได้รับการตอบกลับจาก Mail โดยตอบผ่าน Google form จำนวน 88 ฉบับ ซึ่งสมบูรณ์ครบถ้วน ดังนั้น ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 133 ฉบับ

นอกจากนี้ การตรวจสอบความลำเอียงในการไม่ตอบแบบสอบถาม (Non-Response Bias) ด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square – Test: χ^2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวปัจจัย พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับสามารถเป็นตัวแทนของประชากรในการศึกษาในครั้งนี้ได้ (Armstrong & Overton, 1977)

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในการดำเนินการทดสอบหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) ซึ่งค่าองค์ประกอบของความสัมพันธ์ของปัจจัยอยู่ระหว่าง .801 -.939 นั้นแสดงถึงความเชื่อถือได้ มีความเที่ยงตรงถูกต้องเหมาะสม เนื่องจากค่าที่แสดงสูงกว่า 0.7 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) นอกจากนี้ การตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบเนื้อหา การวัดตัวแปร และข้อแนะนำอื่น ๆ หลังจากนั้นนำมาปรับแก้ตามคำชี้แนะจนมีความถูกต้องเที่ยงตรง ครบคลุมรายละเอียดอย่างสมบูรณ์ รวมถึงการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) โดยได้ค่า IOC เฉลี่ย เท่ากับ 0.74 และ IOC รายข้อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.66-1.00 อีกทั้ง การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือวิจัย ซึ่งนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาปรับปรุง พิจารณาให้มีความถูกต้องชัดเจนก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลทั้งหมด โดยการทดสอบวัดความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าระหว่าง .845 -.938 แสดงว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ 0.7 (Hair, et al, 2010) ดังแสดงตาราง 1

ตาราง 1 แสดงผลการวัดค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร (Variables)	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)
การมุ่งเน้นการตลาด (MO)		.911
- MO1	.801	
- MO2	.889	
- MO3	.837	
- MO4	.912	
- MO5	.901	
- MO6	.892	
การมุ่งเน้นเทคโนโลยี (TO)		.845
- TO1	.817	
- TO2	.829	
- TO3	.901	
- TO4	.884	
นวัตกรรมทางการตลาด (MI)		.938
- MI1	.904	
- MI2	.922	
- MI3	.849	
- MI4	.939	
ผลการดำเนินงานทางการตลาด (MP)		.884
- MP1	.919	
- MP2	.833	
- MP3	.909	
- MP4	.864	
- MP5	.891	

3.4 การวัดตัวแปร

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บและรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาแบบสอบถามรายด้าน โดยปรับจากงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งใช้มาตราส่วนแบบ 5 ระดับ (Rating Scale) โดยกำหนดการวัดตัวแปร ดังต่อไปนี้

การมุ่งเน้นการตลาด หมายถึง การให้ความสำคัญกับลูกค้า คู่แข่งขัน และการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ที่สามารถทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดได้ตามความคาดหวัง (Khamaludin et al., 2022) ประกอบด้วย การนำข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของลูกค้าไปใช้ในการปรับปรุง การทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้า การส่งเสริมการวิเคราะห์ถึงตำแหน่งของคู่แข่ง การมุ่งเน้นให้มีการติดตามความเคลื่อนไหวและความสำเร็จ

จากการดำเนินงานของคู่แข่งชั้น การส่งเสริมการวางแผนกลยุทธ์ร่วมกันกับทุก ๆ ฝ่าย และการให้ความสำคัญกับการสื่อสารและแบ่งปันข้อมูล

การมุ่งเน้นเทคโนโลยี หมายถึง การส่งเสริมการเรียนรู้ และการยอมรับกระบวนการการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่งทั้งในปัจจุบันและอนาคต การเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วยระบบเทคโนโลยี (Al-Henzab et al., 2018) ประกอบด้วย การสนับสนุนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การมุ่งเน้นให้มีการนำผลการวิจัยที่มีคุณภาพมาพัฒนาการดำเนินงาน การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และการตระหนักถึงโอกาสในการเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ ผ่านระบบเทคโนโลยี

นวัตกรรมการตลาด หมายถึง องค์การที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นำวิธีการทางการตลาดใหม่ ๆ ครอบคลุมการดำเนินงานตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงานการออกแบบและบรรจุภัณฑ์ รูปแบบการส่งเสริมการตลาด และผลิตภัณฑ์ / บริการที่กิจการไม่เคยใช้มาก่อน (Biégas, 2018) ประกอบด้วย การพัฒนากลยุทธ์กระบวนการทางการตลาดใหม่ ๆ การสามารถสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรมทางการตลาดที่ทันสมัย การมีนวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่น การมีช่องทางและรูปแบบการสื่อสารทางเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์

ผลการดำเนินงานทางการตลาด หมายถึง ผลลัพธ์ทางการตลาด ซึ่งเป็นเป้าหมายความสำเร็จจากการดำเนินงาน ทั้งในรูปแบบของตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน สามารถสร้างผลกำไรให้กับกิจการ (Campbell & Park, 2017) ประกอบด้วย การมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย ผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ การบรรยายข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารและธุรกิจธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย ด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน

นอกจากนี้เพื่อหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดในการวิเคราะห์การถดถอย ได้มีการตรวจสอบข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น ความเป็นเส้นตรง, การแจกแจงแบบปกติ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

จากการวิจัย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารและธุรกิจอาหารสำเร็จรูป จำนวน 133 ราย พบว่าผู้บริหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 42.90 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70 และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็น ร้อยละ 38.40

นอกจากนี้ ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายการตลาด จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 67.70 รูปแบบการประกอบกิจการเป็นประเภทบริษัท จำนวน 109 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 81.90 มีพนักงานมากกว่า 150 คน จำนวน 83 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 62.50 และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 15 ปี จำนวน 41 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.80

ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการตลาด และนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์การมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

ตัวแปรต้น (Independent Variables)	ตัวแปรตาม (Dependent Variables)	
	นวัตกรรมการตลาด (MI)	ผลการดำเนินงานทางการตลาด (MP)
การมุ่งเน้นการตลาด (MO)	.301** (1.644)	.327** (2.100)
การมุ่งเน้นเทคโนโลยี (TO)	.271* (2.535)	.292** (2.604)
นวัตกรรมการตลาด (MI)	-	.418** (3.119)
Adjusted R ²	.377	.369

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีผลต่อนวัตกรรมการตลาด และนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1-5

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($\beta = 0.301$, $p < 0.01$) และการมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($\beta = 0.327$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 และ 3 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Udriyah et al. (2019) พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีผลในเชิงบวกต่อนวัตกรรมก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของดุษฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง และคณะ (2564) ระบุว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และส่งผลต่อการดำเนินงานทางการตลาดที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การศึกษาของ รุติธาร์ย์ เจริญสิทธิศิริ และ บรรดิษฐ์ พระประทานพร (2565) และ ประทานพร จันทรินทร์ และคณะ (2564) ระบุว่า การมุ่งเน้นการตลาดทั้ง 3 ด้าน คือ ลูกค้า คู่แข่งขัน และการมุ่งเน้นประสานงานภายในองค์กรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานกิจการ สอดคล้องกับงานของ Adam และ Tabrani (2016) พบว่า กิจกรรมที่มุ่งเน้นการตลาดสามารถส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพขององค์กร

การมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($\beta = 0.271$, $p < 0.05$) และการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($\beta = 0.292$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 และ 4 สอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิชาการที่เสนอว่าความสามารถด้านนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญระหว่างกาหนดแนวทางเชิงกลยุทธ์และประสิทธิภาพของตลาดสำหรับ SMEs อาทิ การศึกษาของ Al-Ansari et al. (2013) และ Tutar et al. (2015) กล่าวว่า การมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถด้านนวัตกรรม อีกทั้ง งานวิจัยของ ชนิกันต์ พนมอุปัทม์ (2563) และ อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์ และคณะ (2563) พบว่า กิจกรรมที่สนับสนุนงานด้านเทคโนโลยีขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงาน

ทางการเงิน ใกล้เคียงกับงานของ Al-Henzab et al. (2018) กล่าวว่า การมุ่งเน้นกลยุทธ์โดยเฉพาะการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ทิศทางบวกและมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานขององค์กร

นอกจากนี้ นวัตกรรมการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.418, p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Olazo (2020) ค้นพบว่านวัตกรรมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรสื่อกลางในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการตลาดและมีความสำคัญในทิศทางบวกกับผลการดำเนินงาน และงานวิจัยของอดิเทพ ครุฑธามาศ และคณะ (2564) กล่าวว่า นวัตกรรมการตลาดมีอิทธิพลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

สรุปโดยภาพรวม ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีผลต่อนวัตกรรมการตลาดและผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจ รวมถึงปัจจัยนวัตกรรมการตลาดนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1-5 จากผลการวิเคราะห์ สามารถนำมาเขียนสมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$MI = .301(MO) + .271(TO)$$

$$MP = .327(MO) + .292(TO)$$

$$MP = .418(MI)$$

อธิบายได้ว่า การมุ่งเน้นการตลาด (MO) และการมุ่งเน้นเทคโนโลยี (TO) มีผลต่อนวัตกรรมการตลาด (MI) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ .301 และ .271 โดยตัวแปรสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 37.70

รวมถึง การมุ่งเน้นการตลาด (MO) และการมุ่งเน้นเทคโนโลยี (TO) มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด (MP) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ .327 และ .292 โดยตัวแปรสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 36.90

นอกจากนี้ นวัตกรรมการตลาด (MI) มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด (MP) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ .418

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฉพาะทางที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยี อาทิ ธุรกิจการค้าออนไลน์ ธุรกิจโรงแรม อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หรืออุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นว่ามีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างจากผลงานที่ผ่านมา เพื่อยืนยัน ขยายองค์ความรู้สร้างความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการสรุปอ้างอิง (Generalizability) ของการวิจัย นอกจากนี้ควรพิจารณาปัจจัยนำ (Antecedent) ที่ก่อให้เกิดตัวแปรปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่ส่งอิทธิพลก่อให้เกิดนวัตกรรมการตลาด ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานทางการตลาดมีประสิทธิภาพที่สามารถขับเคลื่อนองค์กรให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

5.2 ประโยชน์ของการวิจัยเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ให้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับผู้บริหารในการวางแผนงานด้านการตลาด การพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจที่บรรลุเป้าหมาย จากการทดสอบเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันความสัมพันธ์เหล่านี้ สามารถขยายองค์ความรู้ เติมเต็มช่องว่างในการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่มีผลต่อนวัตกรรมทางการตลาด และนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ประเทศไทย

ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผน ทิศทาง และนโยบายการดำเนินงานของเพื่อกำหนดกลยุทธ์ ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยการส่งเสริมการนำข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นของลูกค้าไปวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้า และนำมาปรับปรุง พัฒนาให้ตรงความต้องการ รวมถึงการประเมินตำแหน่งของคู่แข่งในตลาด ติดตามความเคลื่อนไหว การดำเนินงานของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การวางแผน กลยุทธ์ขององค์กรควรแบ่งปันข้อมูล มีการสื่อสารร่วมกันกับทุก ๆ ฝ่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริหารงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ตลอดเวลา การนำผลการวิจัยที่มีคุณภาพมาพัฒนากระบวนการดำเนินงาน และการแสวงหาโอกาสในการเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ ผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึง การพัฒนากลยุทธ์ กระบวนการทางการตลาดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง การสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรมทางการตลาดที่ทันสมัยอยู่เสมอ การนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่น การแสวงหาช่องทางการจัดจำหน่ายและรูปแบบการสื่อสารทางเครือข่ายการตลาดดิจิทัลเพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดและเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ประเทศไทย โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ประเทศไทย ดังนี้

- 1) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมโดยการนำเทคโนโลยีมาช่วย เพื่อการปกป้องสินค้าให้ได้ทั้งคุณภาพและมาตรฐานสากล ดังนั้น ผู้บริหารควรเน้นความใส่ใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถพกพาได้ง่าย เช่น มีหูหิ้ว มีช่องสำหรับการจับช่วยให้การพกพาสะดวก รวมถึงการออกแบบเพื่อให้ไร้ขยะเป็นมิตรกับสังคมสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ Reusable Box ออกแบบบริการใช้กล่องซ้ำได้ เป็นต้น
- 2) การมุ่งเน้นการแข่งขันจากความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) การสร้างอัตลักษณ์ โดยดำเนินงานวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะรสชาติ คุณภาพ และคิดค้นเมนูใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลายเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการให้มีเมนูที่เลือกหลากหลาย พร้อมทั้งมีคุณค่าทางโภชนาการ มีคุณภาพต่อการรับประทาน

6. สรุปผลการวิจัย

อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีความสำคัญและส่งผลกระทบในทิศทางบวกต่อนวัตกรรมทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปประเทศไทย นอกจากนี้ นวัตกรรมทางการตลาดนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยเป็นประโยชน์อย่างมากต่อนักวิชาการในด้านการขยายและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการมุ่งเน้นการตลาด

และเทคโนโลยี อีกทั้งยังเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้บริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ: ธุรกิจอาหารแช่แข็ง*. กรุงเทพฯ.
- ชนิกานต์ พนมอุทัยมณี. (2563). นวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 15(2), 239-257.
- ฐิตารีย์ เจริญสิทธิศิริ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร. (2565). การมุ่งเน้นการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเทคโนโลยีทางการศึกษา. *รายงานการประชุม Graduate School Conference*. 4(1), 555.
- ดุชนิ เทียมเทศ บุญมาสูงทรง ฉัตรชัย อินทสังข์ สุวัฒน์ ตังสุสวัสดิ์ และปฎิมา ถนิมกาญจน์. (2564). อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสามารถนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และผลการดำเนินงานทางการตลาด. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร*, 8(1), 1-12.
- ทันข่าวการตลาด. (2565). *อาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็ง มีแนวโน้มเติบโตสูง*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2565, จาก <https://www.thunkhaotoday.com/news/marketing/783/>
- ธิดารัตน์ ผ่องแผ้วเมือง และ นริศรา สัจพงษ์. (2565). ผลกระทบของการบริหารการขายที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 14(2), 56-71.
- นงเยาว์ อินทะนาม อาภาศรี พ้อคำ และกรกนก ดลโสภณ. (2563). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(4), 82-95.
- ประทานพร จันทรอินทร์ ฉัตรชัย อินทสังข์ และ สุธิยา กลิ่นสุคนธ์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานกิจการ: การทดสอบภาพลักษณ์กิจการเป็นตัวแปรคั่นกลาง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(1), 80-91.
- ปิยวรรณ บุญ. (2561). *กลยุทธ์ด้านการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ Star up ในจังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2565). *อุตสาหกรรมอาหารไทยปี 64 ลุ้นฝ่าด่านโควิด-19*. สืบค้น 20 ตุลาคม 2565, จาก <https://mgronline.com/business/detail/9640000039324>
- อดิเทพ คุรุฑามาศ ภัทรพล ชุ่มมี และ ชวกริต ศรีทอง. (2564). ความสามารถทางนวัตกรรมของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ในประเทศไทย: ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 8(2), 395-410.
- อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์ บุญพวรรณ วิงวอน และ จงกมลดินทร์ แสงอาสววิริยะ. (2563). อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านการเชื่อมโยงของผลการดำเนินงานทางการเงินของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 15(2), 19-45.

- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley Operations Research & Sons.
- Adam, M., & Tabrani, M. (2016). The Impact of Market Orientation, Brand Image and Internal Marketing on Brand Orientation and Strengthening. *In Proceedings of International Academic Conferences* (No. 4106682). International Institute of Social and Economic Sciences.
- Akter, S., Wamba, S. F., Gunasekaran, A., Dubey, R., & Childe, S. J. (2016). How to improve firm performance using big data analytics capability and business strategy alignment? *International Journal of Production Economics*, 182, 113-131.
- Al-Ansari, Y., Altalib, M., & Sardoh, M. (2013). Technology orientation, innovation and business performance: A study of Dubai SMEs. *The International Technology Management Review*, 3(1), 1-11.
- Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking: An International Journal*, 25(8), 3117-3142.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Biégas, S. (2018). Marketing Innovation Capacity and Firm Performance in Brazilian Clothing Industries. *REBRAE*, 11(3), 343-355.
- Campbell, J. M., & Park, J. (2017). Extending the resource-based view: Effects of strategic orientation toward community on small business performance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 302-308.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117, 284-289.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice-Hall.
- Handoyo, A. S. (2015). The effect of marketing innovation, market orientation, and social capital on competitive advantage and marketing performance: A study in MSMEs of embroidery Central Java Province. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 18(3), 351-366.
- Htet, S., & Buavaraporn, N. (2019). The Influence of Strategic Orientation on SME Export Success: An Investigation on Success Factors of SME Exporters in Myanmar through PLSNC Model. *UTCC International Journal of Business and Economics*, 11(3), 37-74.
- Jung, S. Y., Jung, K., & Shin, J. (2016). *The Effects of Market Orientation and Corporate Image on Organizational Performance: Focused on SMMs in South Korea*. Conference.
- Khamaludin, K., Syam, S., Rismaningsih, F., Lusiani, L., Arlianti, L., Herlani, A., & Widiyatun, F. (2022). The influence of social media marketing, product innovation and market orientation on Indonesian SMEs marketing performance. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 9-16.

- Muangkhot, S., & Ussahawanitchakit, P. (2015). Strategic marketing innovation and marketing performance: an empirical investigation of furniture exporting businesses in Thailand. *The Business & Management Review*, 7(1), 189.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- Olazo, D. (2020). The Mediating Role of Marketing Innovation to the Marketing Competence and Sustainable Competitive Advantage of the Selected Small and Medium Enterprises. *Philippine Academy of Management E-Journal*, 4(1), 73-89.
- Schulze, A., Townsend, J. D., & Talay, M. B. (2022). Completing the market orientation matrix: The impact of proactive competitor orientation on innovation and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 103, 198-214.
- Serafim, G. H., & Cristóvão Veríssimo, J. M. (2021), "The Relationship between Strategic Orientation, Service Innovation, and Performance in Hotels in Angola", *Sustainability*, 13(11), 1-14.
- Shalender, K. (2018). Entrepreneurial orientation for sustainable mobility through electric vehicles: Insights from international case studies. *Journal of Enterprising Communities: People & Places in the Global Economy*, 12(1), 67-82.
- Tutar, H., Nart, S., & Bingöl, D. (2015). The effects of strategic orientations on innovation Capabilities and market performance: The case of ASEM. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 709-719.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3ed. New York : Harper and Row Publications.

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

The relationship between financial literacy and financial
planning behavior of commercial bank customers in Thailand

ต้องพงศ์ พงษ์พานิช^{*}

Thongpong Pongphanich^{*}

Received : August 18, 2023 Revised : December 3, 2023 Accepted : December 21, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จำนวน 252 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ความรู้ทางการเงิน ด้านมูลค่าเงินตามเวลา ด้านอัตราเงินเฟ้อ และด้านการกระจายความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินโดยรวม ผลลัพธ์จากการวิจัยในครั้งนี้ เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าของธนาคาร นักลงทุน นักธุรกิจ ในการวางแผนการออม การลงทุน ในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐ สามารถนำผลลัพธ์จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความรู้ความเข้าใจ เล็งเห็นประโยชน์ เกี่ยวกับความรู้ทางการเงิน เพื่อส่งเสริม และกระตุ้นการลงทุนของนักลงทุน ในการวางแผนทางการเงินและการลงทุน รวมทั้งสร้างความเข้าใจให้กับประชาชน ให้เห็นความสำคัญของการมีความรู้ทางการเงิน และสามารถวางแผนชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

คำสำคัญ : ความรู้ทางการเงิน พฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

^{*}อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

^{*}Lecturer, Faculty of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University Campus Sakonnakhon

^{*}Corresponding author E-mail: thongpong.k@gmail.com

Abstract

This research aims to examine the relationship between financial literacy and the financial planning behavior of commercial bank customers in Thailand. We used questionnaires to collect data from 252 commercial bank customers in Thailand. The statistical methods employed for data analysis included multiple correlation and multiple regression analyses. The research findings indicate that financial literacy, time value of money, inflation, and risk diversification positively impact overall financial planning behavior. These results are valuable for bank customers, investors, and businesspeople in planning savings and investments amidst constantly changing situations. Furthermore, the insights from this research can benefit the government and government agencies by contributing to the creation of knowledge and understanding about financial matters. This information can promote and stimulate investment among investors in financial planning and investment. Additionally, it can help foster understanding among citizens regarding the importance of possessing financial knowledge and effectively planning their lives in the ever-changing economic environment.

Keywords : Financial Literacy, Financial Planning Behavior, Commercial Bank in Thailand

1. บทนำ

ปัจจุบันการออมเงินมีรูปแบบที่เปลี่ยนไป การออมเงินรูปแบบของดอกเบี้ยเงินฝากมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง นักลงทุนมีความต้องการบริหารเงินออมของตนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสร้างความมั่นคงให้กับตนเองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการลงทุนมีหลายรูปแบบ เช่น หุ้นสามัญ กองทุน ตราสารหนี้ เป็นต้น (สุภาพร เฟ่งพิศ และ ญัฐดนัย อลิ้นจิตพงศ์, 2565) จากผลสำรวจทางสถิติพบว่า นักลงทุนไทยยังขาดความรู้ทางการเงิน และการลงทุนเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ จากองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Economic Surveys Thailand Economic Assessment, 2020) ทำให้ทราบว่าการมีความรู้ทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผนทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ

การวางแผนทางการเงินเป็นเหมือนแผนที่หรือเครื่องมือที่จะช่วยนำทางให้บุคคลไปสู่จุดหมายในการดำรงชีวิตอย่างมั่นคง การวางแผนทางการเงินเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทุกคน เนื่องจาก ชีวิตมีความไม่แน่นอน ทั้งความไม่แน่นอนของชีวิตทางด้านเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาสินค้า อาหารและสิ่งจำเป็นต่าง ๆ ต่อการดำรงชีพมีราคาแพงขึ้น เกิดภาวะเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยเงินฝากกลับลดต่ำลง รวมไปถึงความไม่แน่นอนของชีวิตทางสังคมที่คนมีระดับการศึกษาสูงขึ้น ใช้ระยะเวลาในการเรียนมากขึ้น ทำให้มีระยะเวลาการทำงานเก็บเงินลดลง ในขณะที่วิทยาการแพทย์มีความก้าวหน้า ทำให้คนเรามีสุขภาพที่แข็งแรงและมีอายุยืนขึ้น ส่งผลให้ระยะเวลาการใช้นิยมนานขึ้น จากปัจจัยความไม่แน่นอนดังกล่าว ทำให้ทุกคนต้องหันมาให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงินมากขึ้น (อรุณกมล เบญจพาด, 2562) นอกจากนี้ การวางแผนการเงินยังเป็นตัวกำหนดแนวทางและเป้าหมายในการตัดสินใจต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องการเงินได้ชัดเจนและครบถ้วน ภายใต้ข้อจำกัด เงื่อนไข หรือ ความเสี่ยงต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล อีกทั้งช่วยให้นักลงทุนหรือลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ทราบถึงผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่อาจส่งผลต่อเป้าหมายชีวิตและสามารถปรับเปลี่ยนเป้าหมายชีวิตให้เข้ากับสถานการณ์ของสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

นักลงทุนหรือลูกค้าของธนาคารที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนทางการเงิน ย่อมทำให้มีการวางแผนทางการเงินมีผลต่อเนื่องกับการตัดสินใจและมีผลต่อพฤติกรรมเพื่อเปรียบเทียบกับการลงทุน นักลงทุนจะมีแรงจูงใจ และมีปัจจัยในการตัดสินใจลงทุนที่แตกต่างกัน ซึ่งนั่นจะสะท้อนไปถึงพฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันแต่ละบุคคล (สุภาพร เพ่งพิศ และ ญัฐดนัย อธิณิจิตพงศ์, 2565) ความรู้ความเข้าใจของนักลงทุนจึงมีความสำคัญต่อการวางแผนทางการเงินที่ธนาคารพาณิชย์ต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุนหรือลูกค้า รวมทั้งการพัฒนารูปแบบการบริการของธนาคารพาณิชย์ให้มีความทันสมัย ซึ่งจะบ่งบอกถึงความสามารถและศักยภาพของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

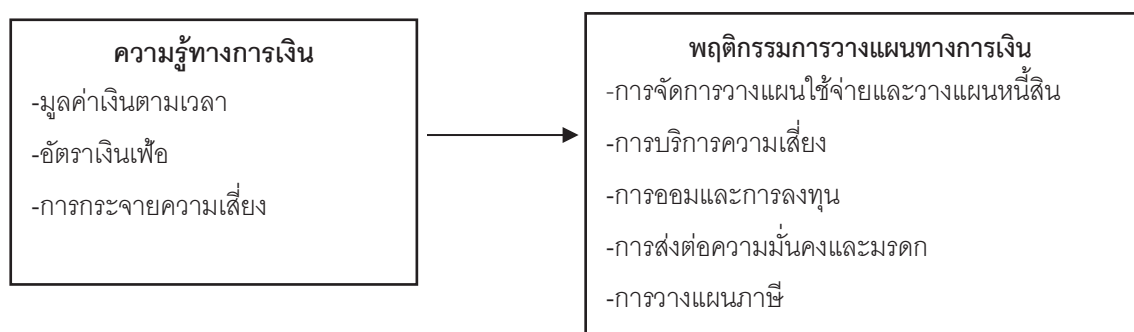
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการวางแผนการบริหารงานของธนาคารพาณิชย์ ด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาคุณภาพการบริการ การสร้างนวัตกรรม เทคโนโลยีที่ทันสมัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและความต้องการของ นักลงทุนหรือลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบและความแตกต่างในการแข่งขันให้ธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ให้บรรลุผลสำเร็จ ทำให้นักลงทุนให้ความสนใจกับการออมเงินของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดให้ความรู้ทางการเงินเป็นตัวแปรอิสระ และพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเป็นตัวแปรตาม ดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย



2.1 ความรู้ทางการเงิน

ความรู้ทางการเงิน เป็นความรู้เกี่ยวกับมูลค่าของเงินตามกาลเวลา การคำนวณดอกเบี้ยเงินเชื่อการคำนวณเงินต้นและดอกเบี้ยเงินฝาก การคำนวณดอกเบี้ยเงินฝากทบต้น นิยามเงินเฟ้อ ความเสี่ยงและผลตอบแทนการกระจายความเสี่ยงในการลงทุน ซึ่งบุคคลที่มีสุขภาพทางการเงินที่ดี จะประกอบด้วยทักษะ 3 ด้าน คือ 1) ความรู้ทางการเงิน (financial knowledge) 2) พฤติกรรมทางการเงิน (financial behavior) 3) ทักษะคติทางการเงิน (financial attitude)

(Economic Surveys Thailand economic assessment, 2020) การมีความรู้ทางการเงินเป็นอย่างดีจึงเป็นการตัดสินใจ การบริหารค่าใช้จ่าย และการบริหารเงินให้เกิดประสิทธิผล โดยการนำความรู้ความเข้าใจที่มีทำให้เกิด การรับรู้ ความเข้าใจ และวิธีการที่จะบริหารทรัพยากรทางการเงินของตนเองให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด รวมถึงการจัดการกับงบประมาณ รายรับ และรายจ่าย (จันทะสุก ลาดสะอาด โจนนา ธรรมจินดา และ สุจรรยพินธ์ สุวรรณพันธ์, 2561) มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงินทางตรง โดยถ้ามีความรู้เกี่ยวกับการเงินในระดับที่สูงการวางแผนทางการเงินหรือการออมเงินนั้น ก็จะมีทิศทางเชิงบวกเช่นเดียวกัน ดังนั้น การมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องของอัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ มูลค่าเงินตามเวลา รวมถึงความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ จะมาช่วยในการประกอบการตัดสินใจในการวางแผนทางการเงิน (ชาญธาดา กฤษเลิศกุล, 2564)

ความรู้ทางการเงิน จึงเป็นการศึกษาถึงการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่อยู่อย่างจำกัดให้ได้ ประโยชน์สูงสุดมีส่วนช่วยในการกำหนดนโยบายทางการเงิน กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแพ่งและ พาณิชย์ และข้อกำหนดต่าง ๆ จากรัฐบาลในการทำธุรกิจกระบวนการคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ และรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และตัดสินใจ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจในอดีต และแนวโน้มของธุรกิจในอนาคต หากเรามีความรู้ทางการเงินมากเพียงพอโดยใช้ข้อมูลหรือสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างน้อยก็เป็นภูมิคุ้มกันให้กับตัวเองและคนในครอบครัวให้สามารถจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่เป็นภาระแก่ตนเอง น่าจะเป็นประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจนในแต่ละครอบครัว อย่างไรก็ดี หากในอนาคตทุก ๆ ครอบครัว มีความรู้ความเข้าใจในความรู้ทางการเงินอย่างเพียงพอ ก็ จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม โดยรวมแก่ประเทศชาติ (ปิยพร พันธุ์ผล, 2559) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางทางการเงิน ประกอบด้วย ความรู้ด้านดอกเบี้ย ความรู้ด้านเงินเฟ้อ และความรู้ด้านความเสี่ยง ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผล ต่อพฤติกรรมทางการเงิน พฤติกรรมทางการเงินจึงเป็นการกระทำหรือการ แสดงออกทางกาย ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า ซึ่งพฤติกรรมที่ผู้บริโภคจะทำการค้นหา ชื่อใช้ประเมินผล การใช้ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของตนได้ (สุภาพร เฟ่งพิศ และ ณัฐดนัย อลิ้นจิตพงศ์, 2565)

ความรู้ทางการเงิน หมายถึง พื้นฐานทางด้านการเงิน ซึ่งจะช่วยให้สามารถจัดการทรัพยากรทางการเงินที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ประกอบด้วย (ชาญธาดา กฤษเลิศกุล, 2564)

มูลค่าเงินตามเวลา หมายถึง มูลค่าของเงินที่จะลดลงไปตามเวลา เงินที่จะได้รับในวันนี้มีมูลค่าน้อยกว่าเงินที่จะได้รับในอนาคต

อัตราเงินเฟ้อ หมายถึง ภาวะที่สินค้าและบริการนั้นสูงขึ้นทุกปีต่อเนื่องที่เป็นปัจจัยต่อการตัดสินใจการลงทุน การกระจายความเสี่ยง หมายถึง การกระจายการลงทุน เพื่อลดความความเสียหายที่อาจได้รับจากปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้

2.2 พฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน

พฤติกรรมทางการเงิน เป็นการกระทำหรือการแสดงออกทางกาย ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า ซึ่งพฤติกรรมที่ผู้บริโภคจะทำการค้นหา ชื่อ ใช้ ประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของตนได้ (สุภาพร เฟ่งพิศ และ ณัฐดนัย อลิ้นจิตพงศ์, 2565)

พฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงิน หมายถึง กระบวนการหรือขั้นตอนการจัดการการเงินจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของชีวิตตามแบบแนวคิดปิรามิดทางการเงิน (Financial Pyramid) ประกอบด้วย (สุภาพร เฟ่งพิศ และ ณัฐดนัย อธิณจิตพงศ์, 2565)

การจัดการวางแผนใช้จ่ายและวางแผนหนี้สิน หมายถึง การรู้จักสถานะทางการเงิน ทั้งด้านรายรับและค่าใช้จ่าย การเตรียมเงินสำรอง เป็นต้น

การป้องกันความเสี่ยง หมายถึง การตระหนักในสิ่งที่ทำเพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือเป็นการโอนย้ายความเสี่ยงที่อาจจะเกิด

การออมและการลงทุน หมายถึง การเก็บออมเพื่อใช้ตามแต่ละวัตถุประสงค์ เช่น การเก็บออมเพื่อการศึกษาของบุตร การเก็บออมเพื่อท่องเที่ยว เป็นต้น รวมทั้งการสร้างกำไรจากวิธีต่าง ๆ ช่องทางต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินทรัพย์ที่มีอยู่

การส่งต่อความมั่งคั่งและละมรดก หมายถึง การจัดการมรดกให้เรียบร้อยเพื่อครอบครัวคนที่รักและหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

การวางแผนภาษี หมายถึง การวางแผนเตรียมตัวที่จะปฏิบัติตามภาษีให้ถูกต้องตาม กฎหมาย ภาษีที่กำหนด เพื่อใช้สิทธิประโยชน์จากทางภาษีให้ให้มากที่สุด หรือการเสียภาษีให้น้อยที่สุด

การวางแผนทางการเงิน จึงเป็นการจัดสรรเงินลงทุนเพื่อให้เหมาะสมกับเป้าหมายนั้นเป็นสิ่งสำคัญมากเมื่อเราสำรวจแล้วว่า ตนเองต้องการวางแผนการเงินไปในทิศทางใด การเลือกแหล่งเก็บเงินของเราก็จะง่ายขึ้น การวางแผนการเงินส่วนบุคคลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. การวางแผนการลงทุน เพื่อสร้างเงินลงทุนให้เติบโตตามเป้าหมายภายใต้ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้
2. การวางแผนประกันชีวิต เพื่อป้องกันความเสี่ยงให้ชีวิตและทรัพย์สิน
3. การวางแผนเพื่อวัยเกษียณ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีหลังเกษียณ
4. การวางแผนภาษี เพื่อจัดการภาษีให้ถูกต้องตามกฎหมายและใช้สิทธิประโยชน์เพื่อประหยัดภาษีสูงสุด

หากมีการวางแผนการเงินอย่างมีวินัย และมีพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมจะช่วยสร้างวินัยทางการเงินที่ดีทำให้บุคคลดำรงชีพได้อย่างมีคุณภาพ การมีความรู้ทางการเงินและการศึกษาพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงิน และเสนอแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมที่เหมาะสมจึงเป็นประโยชน์เป็นอย่างมาก การวางแผนทางการเงินนั้นจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยเตรียมความพร้อมและนำชีวิตไปสู่ความมั่นคงทางการเงิน ควรเริ่ม จากการปลูกฝังนิสัยการใช้จ่าย และการออมอย่างสมเหตุสมผลและมีวินัยตั้งแต่เด็ก ๆ เมื่อเข้าสู่วัยทำงานก็จะต้องรู้วิธีการ วางแผนและจัดสรรเงินที่ได้มา ให้เพียงพอในการใช้จ่ายและการเก็บออมเพื่ออนาคต (อารีย์วรรณ สุทธิพงศ์พันธ์, 2564)

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย 1 : ความรู้ทางการเงิน ด้านมูลค่าตามเวลา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้ายานการพาณิชย์ในประเทศไทย

สมมุติฐานการวิจัย 2 : ความรู้ทางการเงิน ด้านอัตราเงินเฟ้อ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้ายานการพาณิชย์ในประเทศไทย

สมมุติฐานการวิจัย 3 : ความรู้ทางการเงิน ด้านการกระจายความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นประชากรที่มีขนาดใหญ่มาก และไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ (Infinite population) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการเปิดตารางสำเร็จรูปของเครซี และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970: 607 - 610) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 384 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยในครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามแบบออนไลน์ เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถาม ได้รับแบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น จำนวน 252 คน และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด ซึ่งมีอัตราตอบกลับร้อยละ 63 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2005) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับมา อย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะยอมรับได้ว่าข้อมูลเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความรู้ทางการเงินเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ 1) มูลค่าเงินตามเวลา โดยครอบคลุมเนื้อหามูลค่าเงินในระยะเวลาระยะยาวและการบริหารจัดการเงินตามเวลา 2) อัตราเงินเฟ้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาภาวะที่ระดับของราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น 3) การกระจายความเสี่ยง โดยครอบคลุมเนื้อหาการกระจายเงินออมและการลงทุน การออมเงินกับสินทรัพย์ในหลายรูปแบบ

พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 15 ข้อ ได้แก่ 1) การจัดการวางแผนใช้จ่ายและหนี้สิน โดยครอบคลุมเนื้อหาการแบ่งรายได้สำหรับการออม การลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น 2) การบริหารความเสี่ยง โดยครอบคลุมเนื้อหาการถ่ายโอนความเสี่ยง การสร้างความมั่นคงให้แก่ชีวิตและทรัพย์สิน และการให้ความสำคัญในการทำประกันวินาศภัยและประกันชีวิต 3) การออมและการลงทุน โดยครอบคลุมเนื้อหาการวางแผนการออมและการลงทุน การหาผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ยและกำไรหรือเงินปันผล 4) การส่งต่อความมั่นคงและมรดก โดยครอบคลุมการจัดการหรือโอนถ่ายสินทรัพย์จากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง 5) การวางแผนภาษี โดยครอบคลุมเนื้อหาการวางแผนภาษี สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่กฎหมายกำหนด

3.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) ของแต่ละด้านโดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งความรู้ทางด้านการเงิน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.910

- 0.923 และพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.952 - 0.957 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1987) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 ถือว่าเนื้อหาของแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเป็นค่าที่ยอมรับได้ และการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามรายด้าน โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความรู้ทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.945 - 0.947 และพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.940 - 0.950 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า การหาค่าความเชื่อมั่นมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่า เครื่องมือที่มีคุณภาพเหมาะสม สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับประชากรกลุ่มตัวอย่างได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้ายานการพาณิชย์ในประเทศไทยสามารถแสดงในรูปแบบของสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ } YYSQ = \theta_0 + \theta_1 X_1 + \theta_2 X_2 + \theta_3 X_3 + \theta$$

โดย θ	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
θ	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์
YYSQ	หมายถึง	พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินโดยรวม
X1	หมายถึง	ความรู้ด้านการเงิน ด้านมูลค่าเงินตามเวลา
X2	หมายถึง	ความรู้ด้านการเงิน ด้านอัตราเงินเฟ้อ
X3	หมายถึง	ความรู้ด้านการเงิน ด้านการกระจายความเสี่ยง

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล สามารถอธิบายได้จากตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้ายานการพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปร	YYSQ	X1	X2	X3	VIFs
$\bar{X}$	3.73	3.87	3.86	3.50	
S.D.	0.65	0.78	0.83	0.71	
YYSQ	-	0.662*	0.639*	0.684*	
X1		-	0.818*	0.720*	3.800
X2			-	0.633*	3.058
X3				-	2.101

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระความรู้ทางการเงินแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน (YYSQ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.662 – 0.684 ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระความรู้ทางการเงิน มีค่าตั้งแต่ 2.101 – 3.800 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสอดคล้องกับ Black (2006) ได้เสนอว่าค่า VIFs ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์พฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน (YYSQ) ดังนี้

$$YYSQ = 1.152 + 0.143X_1 + 0.187X_2 + 0.371X_3$$

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยความรู้ทางการเงินกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้านาคาพาณิชย์ในประเทศไทย

ความรู้ทางการเงิน	พฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน โดยรวม (YYSQ)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.152	0.156	7.387	0.000*
ด้านมูลค่าเงินตามเวลา (X1)	0.143	0.071	2.018	0.045*
ด้านอัตราเงินเฟ้อ (X2)	0.187	0.060	3.124	0.002*
ด้านการกระจายความเสี่ยง (X3)	0.371	0.058	6.415	0.000*
F = 94.626 p = 0.000 AdjR ² = 0.546				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 แสดงผลกระทบของความรู้ทางการเงินกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน ของลูกค้านาคาพาณิชย์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

1) ความรู้ทางการเงินด้านการเงิน ด้านมูลค่าเงินตามเวลา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินโดยรวม ($\beta_1 = 0.143$, $p < 0.05$) เนื่องจากนักลงทุนหรือลูกค้าของธนาคารที่มีความรู้เกี่ยวกับมูลค่าเงินตามกาลเวลา จะทราบว่ามูลค่าเงินจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลา การวางแผนทางการเงินที่ดีจะส่งผลให้นักลงทุนหรือลูกค้าของธนาคาร สามารถตัดสินใจในการลงทุนได้เป็นอย่างดี และมีความสามารถในการบริหารจัดการเงินของตนเองและครอบครัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ani, Kelmara, Daniel และ Reisoli (2015) พบว่า ความรู้ทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ประชาชนประสบความสำเร็จทางการเงิน และการขาดความรู้ทางการเงินอาจส่งต่อการประสบความสำเร็จในการบริหารการเงินของเกษตรกรและส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต และสอดคล้องกับแนวคิดของ ประสิทธิ์ชัย ดอกไม้หอม (2563) พบว่า นักลงทุนหรือนักวิเคราะห์ทางการเงิน ผู้บริหารองค์กร และผู้ที่มีความสนใจได้เข้าใจถึงความสำคัญ ความหมาย ประโยชน์ และความจำเป็นของมูลค่าของเงินตามระยะเวลา เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจทางการเงินได้อย่างเหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม

2) ความรู้ทางการเงินด้านการเงิน ด้านอัตราเงินเฟ้อ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินโดยรวม ($\beta_2 = 0.187, p < 0.05$) เนื่องจาก ภาวะราคาสินค้าและบริการนั้นสูงขึ้นทุกปีและเป็นปัจจัยหลักต่อการตัดสินใจการลงทุน เพราะอัตราเงินเฟ้อมีความสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ หน่วยงานต่าง ๆ จึงต้องให้ความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธภูมิ จารุเสรี (2555) พบว่า การดูแลเสถียรภาพด้านราคาสินค้า และอัตราเงินเฟ้อของประเทศไทยจึงต้องอาศัยความร่วมมือระหว่าง หน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐและธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมาตรการที่นำมาดำเนินการควรมีความสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สามารถดูแลอัตราเงินเฟ้อได้ดีทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว อันจะทำให้ เศรษฐกิจไทยเติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กษวรรณ ขจรเสรี (2557) พบว่า ราคาสินค้าจะสูงขึ้นทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อ และในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำการ เกิดเงินเฟ้อจะทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เดือดร้อนในเรื่องค่าครองชีพที่สูงขึ้น รัฐบาลจึงต้องรีบเข้าไปแก้ไขก่อนที่จะลุกลามและส่งผลต่อเนื่องเสถียรภาพของรัฐบาลและการพัฒนาประเทศ

ความรู้ทางการเงินด้านการเงิน ด้านการกระจายความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินโดยรวม ($\beta_3 = 0.371, p < 0.05$) เนื่องจาก การกระจายการลงทุนเป็นการลดความความเสี่ยงที่อาจได้รับจากปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ จึงเป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญในการประกอบการวิเคราะห์วางแผนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรรคนันท์ ตริยทิทธิพิทกุล (2562) พบว่า ส่วนสำคัญของการวางแผนทางการเงินที่จะประสบความสำเร็จนั้น ส่วนใหญ่มาจากปัจจัยความรู้ทางการเงิน ซึ่งมีความสำคัญกับการจัดการบริหารให้เงินที่มีอยู่เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้ทราบว่าในด้านของความรู้ทางการเงินเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินและความเสี่ยงทางการเงิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญณรงค์ ชัยพัฒน์ (2563) พบว่า ภาครัฐและเอกชน ควรมีการจัดกิจกรรมขึ้นนำความรู้ทางการเงินที่สำคัญ แก่พนักงานในองค์กรเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์เงินเดือนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการออมเงินในระยะยาว อีกทั้งยังเป็นการป้องกันความเสี่ยงทางการเงินของประชาชนเมื่อมีวิกฤตทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น

5. สรุปผลการวิจัย

ความรู้ทางการเงิน ด้านมูลค่าเงินตามเวลา ด้านอัตราเงินเฟ้อ และด้านการกระจายความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้ายานพาหนะในประเทศไทย ดังนั้น ลูกค้ายานพาหนะ นักลงทุน นักธุรกิจ สามารถนำผลลัพธ์จากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการออม การลงทุน ในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความมั่นคงมั่งคั่งให้กับตนเองและครอบครัว รวมทั้งเพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศดำเนินไปอย่างคล่องตัวอีกด้วย นอกจากนี้ รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐ สามารถนำผลลัพธ์จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความรู้ความเข้าใจ เล็งเห็นประโยชน์ เกี่ยวกับความรู้ทางการเงิน เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการลงทุนของนักลงทุน ในการวางแผนทางการเงินและการลงทุน รวมทั้งสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนให้เห็นความสำคัญของการมีความรู้ทางการเงิน และสามารถวางแผนชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทามกลางสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ นอกจากนี้การวางแผนการเงินยังเป็นตัวกำหนดแนวทางและเป้าหมายในการตัดสินใจต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องการเงินได้ชัดเจนและครบถ้วน ภายใต้อุปสงค์ เงื่อนไข หรือ ความเสี่ยงต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล อีกทั้งช่วยให้นักลงทุนหรือลูกค้ายานพาหนะไทยพาณิชย์ทราบถึงผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่อาจส่งผลต่อเป้าหมายชีวิต และสามารถปรับเปลี่ยนเป้าหมายชีวิตให้เข้ากับสถานการณ์ของสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ความรู้ทางการเงิน ด้านมูลค่าเงินตามเวลา ด้านอัตราเงินเฟ้อ และด้านการกระจายความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ดังนั้น ในการวิจัยในอนาคต ผู้ที่สนใจศึกษาอาจใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสอบถามเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล การซักถามพูดคุยระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการถามเจาะลึกคำตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างละเอียดครบถ้วนมากที่สุด

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลลัพธ์จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ด้านการเงิน ด้านมูลค่าตามเวลากับลูกค้าของธนาคาร นักลงทุน นักธุรกิจ เนื่องจากมูลค่าของเงินที่จะลดลงไปตามเวลานั้นมีความสำคัญต่อการลงทุนและการดำรงชีพของทุกคน
- 2) รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐ ควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้เกี่ยวกับความรู้ด้านการเงิน ด้านอัตราเงินเฟ้อแก่ประชาชน นักธุรกิจ นักลงทุน เนื่องจากอัตราเงินเฟ้อ ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ในภาวะที่สินค้าและบริการนั้นสูงขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจต่อการลงทุนของนักลงทุน และเป็นการเตรียมความพร้อมในการออมในภาวะเงินเฟ้อ อีกด้วย
- 3) ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ พ่อค้า ประชาชน นักธุรกิจ นักลงทุน ควรตระหนักถึงความสำคัญของการมีความรู้ด้านการเงิน ด้านการกระจายความเสี่ยง เพื่อลดความเสียหายจากการลงทุนและการออม ที่จะทำให้เกิดปัญหาจากปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อให้การวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคาร นักลงทุน นักธุรกิจ ประสบความสำเร็จตามมุ่งหวังไว้เปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อให้การวางแผนทางการเงินของลูกค้าธนาคาร นักลงทุน นักธุรกิจ ประสบความสำเร็จตามมุ่งหวังไว้

เอกสารอ้างอิง

- กษวรรณ ขจรเสรี. (2557). ภาวะเงินเฟ้อกับเศรษฐกิจปัจจุบัน. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 8(15), 111-117.
- จันทะสุก ลาดสะอาด โจนนา ธรรมจินดา และ สุจรรยพินธ์ สุวรรณพันธ์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมส่วนบุคคลของคนวัยทำงานในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11(1), 124-138.
- ชาญณรงค์ ชัยพัฒน์. (2563). *ความยั่งยืนทางการเงินส่วนบุคคลและพฤติกรรมการออมการลงทุนเพื่อวัยเกษียณ*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ชาญธาดา กฤษเลิศกุล. (2564). *ความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงินส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินและการเลือกรูปแบบการออมและการลงทุนในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 กรณีศึกษา : ลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคาร B จำกัด (มหาชน) เขตนครปฐม1. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- ทรรคนันท์ ตรีธิติฤทธิกุล. (2562). *ทักษะการเงินของประชากรไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ยุทธภูมิ จารุเศรณี. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างเงินเพื่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- ปิยพร พันธุ์ผล. (2559). *ความสำคัญของการเงิน. ค้นเมื่อ 1 มกราคม 2564. จาก <https://www.gotoknow.org/posts/599745>*
- ประสิทธิ์ชัย ดอกไม้หอม. (2563). *ผลกระทบของกระแสเงินสดต่อความสามารถในการทำกำไรและการประเมิน มูลค่าหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.*
- สุภาพร เพ่งพิศ และณัฐดนัย อลิ้นจิตพงศ์. (2565). *ความรู้ทางการเงินปัจจัยและแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร. Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University, 9(1), 328-340.*
- อรุณกมล เบ็ญพาด. (2562). *พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานฝ่ายพิชิตการสินเชื่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาลัยรามคำแหง.*
- อารีย์วรรณ สุทธิพงศ์พันธ์ (2564). *พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของนักเรียนนายร้อย โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 16(3), 357-366.*
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2005). *Marketing research* (7th ed.). New York : John Wiley and Sons.
- Ani, C. G. P., Kelmara, M. V., Daniel, A. C. & Reisoli, B. F. (2015). Financial literacy in Southern Brazil: Modeling and invariance between genders. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 6, 1-12.
- Black, K. (2006). *Business Statistics: for Contemporary Decision Making* (4th ed.). New York : John Wiley and Sons.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970, Autumn). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-608A.
- OECD. (2020). *Economic Surveys Thailand economic assessment of Thailand*. The Assessment is Published under the responsibility of Secretary-General of the OECD. Retrieved on July 23, 2021, from <https://www.oecd.org/economy/surveys/> - Economic-assessment-Thailand overview-2020.pdf
- Nunnally, J. C. (1987). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York, NY : McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York : McGraw – Hill.

**ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและ
บรรษัทภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาด
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19**
**The Association between Environmental, Social, and Governance (ESG) and
the Performance of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand:
The Context of the COVID-19 Pandemic**

เจณิสตา มะละกา* จิรัฏติกา วุฒิพันธุ์² เดชอนันต์ บังกิโล³ และธนภณ วิมูลอาจ⁴
Janista Malaka* Jiradtikhan Wutipphan² Dej-anan Bungkilo³ and Thanapon Wimonard⁴

Received : May 24, 2023 Revised : July 21, 2023 Accepted : July 27, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ตัววัด KLD ซึ่งเป็นข้อมูลในงบการเงินและรายงานประจำปีระหว่างปี พ.ศ. 2562-2565 เป็นระยะเวลา 4 ปี จำนวน 936 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า ระดับความรับผิดชอบต่อด้านชุมชนและ ด้านสินค้าและบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ความสัมพันธ์เชิงบวกนี้บ่งชี้ว่าบริษัทที่มีระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนและความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการในระดับที่สูงมีแนวโน้มที่จะมีมูลค่ากิจการที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ผลของการวิจัยกลับพบว่าความรับผิดชอบต่อด้านชุมชนและด้านสินค้าและบริการ มีความสัมพันธ์เชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (Return) คำอธิบายหนึ่งที่เป็นไปได้ คือ บริษัทที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อด้าน ESG มักจะให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและผลกระทบทางสังคมในระยะยาวมากกว่าผลกำไรทางการเงินในระยะสั้น บริษัทเหล่านี้มักจะลงทุนด้านทรัพยากรมากในด้านสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงผลกระทบทางสังคม และการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในระยะสั้นและส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนที่เกิดจากหุ้นสามัญในเชิงลบ อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่าง ESG กับอัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ ผลการดำเนินงาน

* นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น

* Master Student, Rajamangala University of Technology Isan Khonkaen Campus

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น

² Lecturer, Rajamangala University of Technology Isan Khonkaen Campus

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

³ Assistant Professor, School of Management, Mae Fah Luang University

⁴ อาจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

⁴ Lecturer, College of Graduate Study in Management, Khon Kaen University

*Corresponding author E-mail: janista.top10@gmail.com

Abstract

The objective of this study was to examine the association between the degree of environmental, social, and governance (ESG) responsibility and the performance of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. The KLD indicator, derived from financial statements and annual reports from 2019 to 2022, was utilized as the primary source of information. A total of 936 samples were analyzed over a four-year period. Data analysis is based on descriptive statistic, multiple correlation, and multiple regression. The findings revealed a positive association between the levels of community engagement, product and service responsibility, and firm value (measured by Tobin's Q). This positive association indicates that companies with higher levels of community engagement and product and service responsibility tend to have higher enterprise values. Conversely, a negative association was observed between the levels of community engagement, product and service responsibility, and common stock yields (measured by Return). One possible explanation is that companies with a strong focus on ESG responsibility tend to prioritize long-term sustainability and social impact over short-term financial gains. They may invest more resources in environmental conservation, social initiatives, and ethical governance practices, which could impact their short-term profitability and, consequently, the returns generated by their common stocks. However, there were no statistically significant associations found between the ESG factors and the return on total assets (ROA) and the return on equity (ROE).

Keywords : Environmental Social and Governance, Return, Operating Performance

1. บทนำ

ปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่ลุกลามไปยังเขตพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกันเป็นระบบนิเวศเชิงธุรกิจ ดังนั้นการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อลดผลกระทบทางธุรกิจจึงถือเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของกิจการและการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environment, Social and Governance: ESG) จึงเป็นกลไกสำคัญ ในการสร้างระบบนิเวศด้านความยั่งยืนของตลาดทุนไทย โดยผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจ ตั้งแต่ผู้ลงทุน ลูกค้า และหน่วยงานกำกับดูแล ต่างแสดงความต้องการให้ภาคธุรกิจเปิดเผยข้อมูล ESG ซึ่งจะสร้างความมั่นใจว่าเจ้าของกิจการมีการปรับตัวเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน การบริหารความเสี่ยง ควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ของสหประชาชาติ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566) ทั้งนี้แนวคิด ESG ขององค์กรไม่ได้สื่อสารเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่ม เช่น ผู้ถือหุ้น นักลงทุน เจ้าหนี้ แต่ยังรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น ๆ เช่น พนักงานหรือผู้ใช้งาน ลูกค้านักพัฒนา-เออร์ คูแชน องค์กรภาครัฐ สังคม ชุมชน และเครือข่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปัจจุบันแนวคิด ESG ยังได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่มด้วยเหตุผลหลายประการ ตัวอย่างเช่น ผู้บริหารระดับสูงใช้ ESG เป็นเครื่องมือสื่อสารที่แสดงถึงประสิทธิภาพขององค์กรทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจข้อมูลขององค์กร และช่วยลดความไม่สมมาตรของข้อมูล ตลอดจนความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้

ส่วนเสีย (Suttipun, 2023) นอกจากนี้ นักลงทุนยังใช้การเปิดเผย ESG ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลการดำเนินงานในอนาคตของกิจการควบคู่ไปกับตัวเลขในงบการเงิน เพื่อพยากรณ์ความสามารถในการแข่งขันระยะยาวของธุรกิจและความสามารถในการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเพียงพอเหมาะสมในการลงทุน (ธนิสร ศิลามณีรัตน์, 2562)

ในประเทศไทยแนวคิด ESG ถูกนำมาใช้โดย Global Reporting Initiative (GRI) Standard Guideline ที่จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) แบ่งออกเป็น 3 มุมมองหลัก (รวม 11 หัวข้อ) มีมุมมองหลัก ได้แก่ (1) มุมมองด้านสิ่งแวดล้อม (การจัดการพลังงาน การจัดการน้ำ การจัดการของเสีย และการจัดการก๊าซเรือนกระจก) (2) มุมมองด้านสังคม (การปฏิบัติต่อพนักงาน/ลูกค้า ความรับผิดชอบต่อลูกค้า และการพัฒนาสังคม/ชุมชน) และ (3) มุมมองด้านการกำกับดูแล (ธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยง ความยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และนวัตกรรม) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560) การเพิ่มประสิทธิภาพของ ESG นำไปสู่การสร้างผลการดำเนินงานทั้งมิติด้านการเงินและไม่ใช้ด้านการเงินให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาวได้ โดยประสิทธิภาพ ESG ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์จะมีการประเมินคะแนน ESG จากสถาบันทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ อาทิ ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indexes หรือ DJSI) รายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment หรือ THSI) ดัชนีเอสจีไทยพัฒนา (Thai pat ESG Index) และฐานข้อมูลทอมสัน ไรเตอร์ (Thomson Reuters Eikon™) เป็นต้น ซึ่งการให้คะแนนของแต่ละสถาบันมีการประเมินจากหลักเกณฑ์ที่แตกต่างกัน แต่ยังคงอยู่บนพื้นฐานของการประเมินผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)

การประเมินระดับคะแนน ESG ในบริษัทของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะมีการคัดเลือกเพียงบางบริษัทที่ผ่านหลักเกณฑ์ข้อกำหนดทำให้การวัดคะแนน ESG ไม่ได้ประเมินครอบคลุมทุกบริษัท ด้วยสาเหตุนี้งานวิจัยนี้จึงได้เลือกใช้หลักเกณฑ์ที่สามารถให้คะแนน ESG รวมทุกบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังเช่นเกณฑ์ตัวชี้วัดของ Kinder, Lydenberg และ Domini Rating หรือ KLD เนื่องจาก เป็นตัวชี้วัดที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับในระดับสากล (Shiu & Yang, 2017) มีเกณฑ์ในการประเมินที่เป็นมาตรฐานซึ่งเกณฑ์การประเมินจะมีการกำหนดเกณฑ์ในแต่ละตัวชี้วัดย่อยในการให้คะแนนทำให้ไม่มีการใส่ความคิดเห็นส่วนบุคคลเข้าไป จึงสามารถหลีกเลี่ยงความเอนเอียงของผู้ประเมินได้ อีกทั้งตัวชี้วัด KLD เป็นเครื่องมือที่มีการประเมินระดับ ESG ครอบคลุมในทุกมิติ อันประกอบด้วยลักษณะเชิงคุณภาพขององค์กรจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) 2) ด้านชุมชน (Community) 3) ด้านความหลากหลายในองค์กร (Diversity) 4) ด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Employee) 5) ด้านสินค้าและบริการ (Product) และ 6. ด้านบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) (วรพรรณ เผ่าสิริพัลลภ, 2564) โดยงานวิจัยในอดีตพบว่า บริษัทที่มีผลการประเมิน ESG ในระดับสูงทำให้ผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเนื่องจาก ESG ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Jang et al., 2019) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fatemi et al. (2018), Yoo และ Managi (2022) และ Chen และ Xie (2022) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ESG ทำให้เพิ่มมูลค่าของบริษัทและประสิทธิภาพด้านการเงินโดยรวมของกิจการ

อย่างไรก็ตาม การศึกษา ESG ในอดีตยังบ่งชี้ถึงผลลัพธ์ที่หลากหลายและหาข้อสรุปไม่ได้ แม้ว่าจะงานวิจัยจำนวนมากพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคะแนนประเมินประสิทธิภาพ ESG กับผลการดำเนินงาน แต่ก็มีการศึกษาในด้านตรงกันข้าม ดังเช่นการศึกษาของ พิมล เลิศทรัพย์อนันต์ และ ปริญา มากลิ่น (2565) พบว่าการบริหารจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อมูลค่าตลาดของกิจการ อัตราผลตอบแทนต่อ

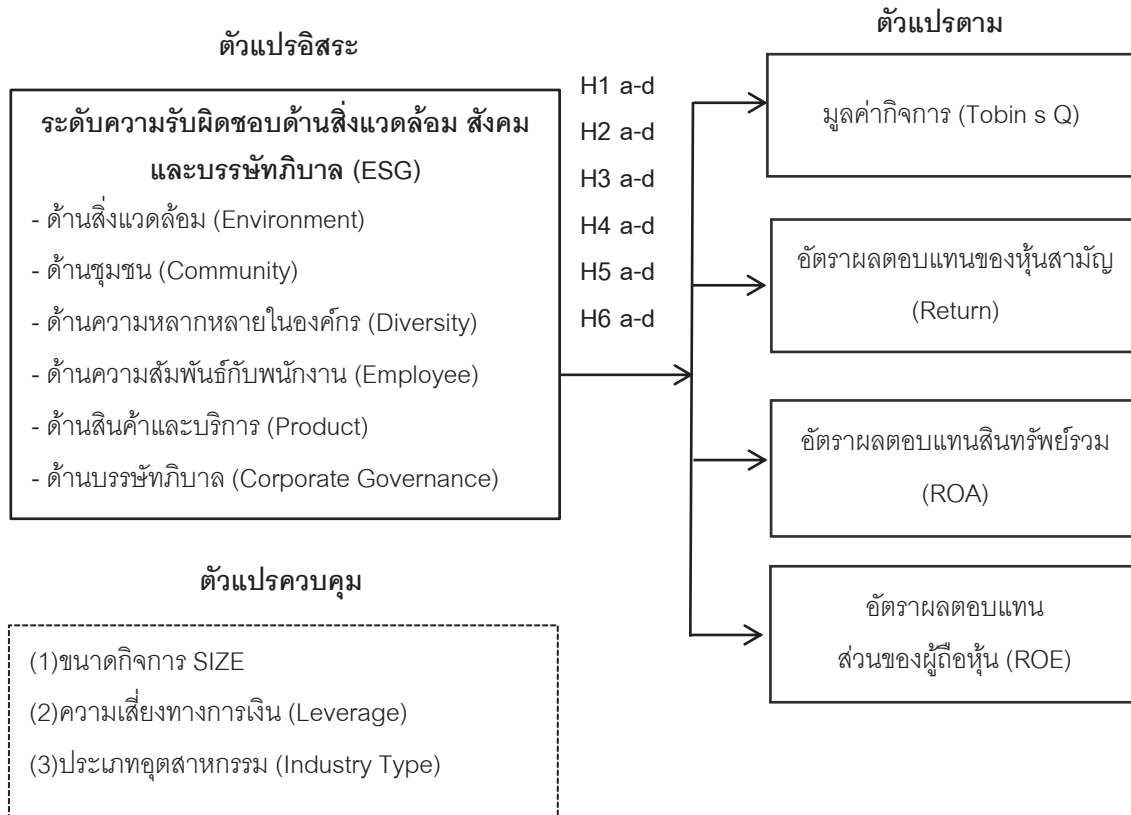
ส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ การบริหารจัดการความยั่งยืนด้านสังคมมีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีความสัมพันธ์ต่อมูลค่าตลาดของกิจการ ส่วนด้านการบริหารจัดการความยั่งยืน ด้านการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและมูลค่าตลาดของกิจการ ไม่พบความสัมพันธ์ต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างระดับคะแนนประเมิน ESG และผลการดำเนินงานขององค์กรยังไม่เป็นที่เข้าใจอย่างชัดเจน ด้วยเหตุผลหลายประการเป็นแรงจูงใจในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประการแรก คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวที่มีการกระจุกตัวของความเป็นครอบครัวสูง ซึ่งอาจทำให้การกำกับดูแลกิจการของบริษัทอ่อนแอลง รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามหลักการของ ESG และประการที่สอง คือ แนวทางปฏิบัติ ESG โดยเฉลี่ยในประเทศไทยยังนำไปใช้ในทางปฏิบัติค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว (Suttipun, 2023) ประการที่สาม คือ ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการปฏิบัติ ESG และประการสุดท้ายคือการควบคุมปัจจัยในด้านประภาหุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้ผลการปฏิบัติงานในเรื่อง ESG ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์มีความแตกต่างกัน

ดังนั้น จากปัญหาการวิจัยข้างต้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี 2562 ถึง 2565 และ (2) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานที่วัดทั้งมุมมองด้านการตลาดและด้านบัญชีโดยมีคำถามหลัก ได้แก่ ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร หรือไม่ อย่างไร

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) 2) ด้านชุมชน (Community) 3) ด้านความหลากหลายในองค์กร (Diversity) 4) ด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Employee) 5) ด้านสินค้าและบริการ (Product) และ 6) ด้านบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) ที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)
และผลการดำเนินงาน



2.1. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) พัฒนาการของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938) ในหนังสือเรื่อง The Functions of the Executive ที่นำเสนอมุมมองด้านบวกของผู้จัดการในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งต่อมา Freeman (1984) สนับสนุนว่าผู้บริหารต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัทซึ่งมีหลากหลายประกอบด้วย ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น จึงกล่าวว่าผู้มีส่วนได้เสีย คือ กลุ่มและบุคคลผู้ซึ่งอาจมีผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากความสำเร็จของภารกิจขององค์กร สอดคล้องกับ Lawrence และ Weber (2010) ให้นิยามผู้มีส่วนได้เสียคือบุคคลหรือกลุ่ม ซึ่งมีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ นโยบาย และการปฏิบัติขององค์กร ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียขยายความเข้าใจถึงธรรมชาติของบริษัทที่ควรพิจารณาผู้มีส่วนได้เสียใหม่ในมุมมองที่กว้างกว่าเดิม โดยบริษัทได้รับการคาดหวังให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ดูแลผู้มีส่วนได้เสียมากขึ้น (ธีรพร ทองชะไค และ อาคม ใจแก้ว, 2556) โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และเพื่อให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจควบคู่กับการอยู่ร่วมกันได้ทั้งธุรกิจ สังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน (พิมล เลิศทรัพย์อนันต์ และ ปริญญากมลสิน, 2565)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาแนวคิด ESG นำไปสู่ความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนการลงทุนเพื่อสังคม และภาคประชาชน มีความตื่นตัวและมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาทางสังคม เพื่อให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวจากรายงานที่เผยแพร่ต่อ

สาธารณะ (Public Reporting) เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลถือเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อผู้มีส่วนได้เสีย นักลงทุนในการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์และเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเชิงเศรษฐกิจ การพยากรณ์แนวโน้มผลการดำเนินงานในอนาคตขององค์กรธุรกิจ และผลการดำเนินงานของผู้บริหารในการลงทุนต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับองค์กร (นพพร แพทย์รัตน์, 2564)

2.2 การวัดคะแนน ESG ตามเกณฑ์ KLD Rating

งานวิจัยนี้ได้ใช้ The Kinder, Lydenberg, Domini Research and Analytics หรือ KLD Ratings ในการประเมินระดับความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่ง KLD Ratings นั้น เป็นวิธีที่น่าเชื่อถือภายใต้ข้อควรระวังเรื่องของการความคิดเห็นส่วนบุคคลของผู้ประเมิน โดยงานวิจัยนี้นำวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเข้ามาใช้ในการเก็บข้อมูลการประเมินร่วมด้วย ทั้งนี้การเก็บข้อมูลจากรายงานการพัฒนาสู่ความยั่งยืน รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม รายงานประจำปี หรือแบบแสดงรายการ 56-1 ซึ่งได้ปรับเปลี่ยนเกณฑ์ KLD ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย และปรับองค์ประกอบของ KLD โดยรวมด้านสิทธิมนุษยชน เข้าไว้กับด้านความหลากหลายภายในองค์กร เนื่องจากไม่เหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดกับบริษัทในประเทศไทย ดังนั้นการวัดคะแนน ESG ตามเกณฑ์ KLD Rating มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ดังนี้ (อัญชิสา เต็มวาณิช, 2558)

- 1) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) วัดจากการที่บริษัทมีการป้องกันและกำจัดมลพิษทางอากาศ น้ำ ขยะ ของเสีย การใช้พลังงานทดแทน การรีไซเคิล การลดการใช้พลังงาน การลดการทำลายชั้นบรรยากาศ การอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และมีเกณฑ์ในการเลือกคู่ค้าที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
 - 2) ด้านชุมชน (Community) วัดจากการที่บริษัทมีการบริจาคเงิน มอบสิ่งของ ทำการกุศล จัดตั้งช่วยเหลือ สนับสนุนมูลนิธิ สนับสนุนการศึกษา การมีความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน การสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน การจัดซื้อจัดหาสินค้าและบริการจากคนในท้องถิ่น รวมทั้งมีการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากคนในชุมชน
 - 3) ด้านความหลากหลายในองค์กร (Diversity) วัดจากการที่บริษัทมีการสนับสนุนความหลากหลายและการไม่เลือกปฏิบัติในที่ทำงาน เช่น เพศ ศาสนา เชื้อชาติ สีผิว อายุ ความสามารถ ความทุพพลภาพ การจ้างคนพิการ รวมถึงมีเกณฑ์การเลือกคู่ค้าของบริษัท ไม่ค้าขายกับกิจการที่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน
 - 4) ด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Employee) วัดจากการที่บริษัทมีการให้สวัสดิการแก่พนักงานอย่างเหมาะสม การจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงาน การจัดโครงการพัฒนาหรือการฝึกทักษะพนักงานอย่างเหมาะสม การมีความสัมพันธ์อันดีกับพนักงาน การมีช่องทางให้พนักงานร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแส และการเปิดโอกาสให้พนักงานได้นำเสนอผลงาน
 - 5) ด้านสินค้าและบริการ (Product) วัดจากการที่บริษัทมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการ การวิจัยและพัฒนา การที่สินค้าหรือบริการของบริษัทมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงการปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า
 - 6) ด้านบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) วัดจากรายงานการสำรวจการกำกับดูแลกิจการที่จัดอันดับโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors หรือ IOD) โดยแทน 1 คะแนนสำหรับบริษัทที่ได้รับคะแนนดีพอใช้ ผ่าน และไม่มีข้อมูล 2 คะแนนสำหรับบริษัทที่ได้รับคะแนนดี 3 คะแนนสำหรับบริษัทที่ได้รับคะแนนดีมาก และ 4 คะแนนสำหรับบริษัทที่ได้รับคะแนนดีเลิศ
- โดยตัววัดด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน ด้านความหลากหลายในองค์กร ด้านความสัมพันธ์กับพนักงานและด้านสินค้าและบริการ กำหนดให้มีค่าเป็น 1 ถ้าปฏิบัติและไม่ได้ปฏิบัติเป็น 0 ซึ่งแต่ละตัวชี้วัดมีคะแนนเต็มไม่เท่ากัน จึงทำการวิเคราะห์ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมต่าง ๆ โดยใช้ข้อมูลที่เป็นจำนวนร้อยละเมื่อเทียบกับคะแนนเต็มของแต่ละด้าน เพื่อให้ข้อมูลตัวแปรอิสระแต่ละด้านสามารถเปรียบเทียบกันได้ (พิมพ์โพยม สุกเจริญ, 2564)

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง ESG กับผลการดำเนินงาน

จากการทบทวนงานศึกษาในอดีต พบว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ESG กับผลการดำเนินงาน โดยงานวิจัยของ Jaggi และ Freeman (1992) พบว่า การป้องกันหรือการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลนั้น ทำให้มีค่าใช้จ่ายและต้นทุนสูงขึ้น และทำให้ผลการดำเนินงานในการได้มาซึ่งรายได้และการทำกำไรลดลง สาเหตุมาจากการที่กิจการต้องมาแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับมลภาวะหรือสิ่งแวดล้อม ทำให้มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น ทำให้ผลการดำเนินงานลดลง อย่างไรก็ตาม เมื่อไม่นานมานี้มีงานวิจัยชิ้นใหม่ ๆ ที่ออกมาโต้แย้งข้อที่กล่าวมาข้างต้น โดยเสนอว่าองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลนั้น อาจเกิดผลกระทบทางบวกต่อองค์กรมากกว่าทางลบ (ภัสสิริ ศรสงคราม, 2560) โดยงานวิจัยของ ศิรินันท์ ปิยะธำรงรัตน์ (2563) ที่ได้ศึกษาในกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว กรณีศึกษาในกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป พบว่า บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว มีกิจกรรมการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มบริษัทอื่น ๆ และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยบริษัทที่มีผลกำไรมากขึ้น จะมีกิจกรรมด้าน ESG ที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไตรรงค์ สวัสดิกุล และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของคะแนนสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลต่อผลลัพธ์ขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนจาก IMT-GT ผลการศึกษพบว่า คะแนน ESG มีผลกระทบเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม หมายถึง คะแนน ESG นั้นมีประโยชน์ต่อการประกอบการทางการเงินของบริษัทดีขึ้น

นอกจากนี้ งานวิจัยของ นิตยา โยธำจันทร์ และคณะ (2563) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนในกลุ่ม ESG100 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และมูลค่ากิจการ สอดคล้องกับ Ramic (2019) ที่ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงาน ESG กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) และมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) พบว่า ด้าน ESG รวม ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม นั้น ส่งผลบวกต่อตัวชี้วัดทั้ง 3 ด้าน ในส่วนด้านบรรษัทภิบาลส่งผลลบต่อ Tobin's Q และไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่าง ROA และ ROE แต่ในทางตรงกันข้ามงานวิจัยของ อัญชลี พิพัฒน์เสริญ และ ศิลพร ศรีจันเพชร (2560) พบว่า การกำกับดูแลกิจการมีผลต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (Return) ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจาก เมื่อกิจการมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีก็จะนำไปตามเป้าหมายของการกำกับดูแล คือ สร้างผลตอบแทนที่สูงที่สุดให้กับผู้ถือหุ้น และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการในระยะยาว ทั้งผลตอบแทนและมูลค่าเพิ่มของกิจการย่อมส่งผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญจากงานวิจัยข้างต้น นำไปสู่ข้อสมมติฐานของการวิจัย

2.4 สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1a-d : ระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อ (a) มูลค่ากิจการ (b) อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (C) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม และ (d) อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

สมมติฐานที่ 2a-d : ระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ด้านชุมชนมีความสัมพันธ์ต่อ (a) มูลค่ากิจการ (b) อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (C) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม และ (d) อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

สมมติฐานที่ 3a-d : ระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ด้านความหลากหลายในองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อ (a) มูลค่ากิจการ (b) อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (C) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม และ (d) อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

สมมติฐานที่ 4a-d : ระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ด้านความสัมพันธ์กับพนักงานมีความสัมพันธ์ต่อ (a) มูลค่ากิจการ (b) อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (C)

อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม และ (d) อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

สมมติฐานที่ 5a-d : ระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ด้านสินค้าและบริการ มีความสัมพันธ์ต่อ (a) มูลค่ากิจการ (b) อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (C) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม และ (d) อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

สมมติฐานที่ 6a-d : ระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ด้าน บรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์ต่อ (a) มูลค่ากิจการ (b) อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (C) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม และ (d) อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด เก็บข้อมูลแบบพาแนลตาม (Panel Data) ระยะเวลาตั้งแต่ 2562-2565 ข้อมูลย้อนหลัง 4 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างตัดกลุ่มบริษัทธุรกิจการเงิน กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน เนื่องจากกลุ่มอุตสาหกรรมนี้มีรูปแบบการเงินที่ไม่เหมือนกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น อาจทำให้ข้อมูลที่เก็บได้ไม่สอดคล้องกับงบการเงินของกลุ่มธุรกิจอื่น พร้อมทั้งบริษัทที่ข้อมูลไม่ครบถ้วน ทำให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเหลือทั้งสิ้นจำนวน 936 ตัวอย่างบริษัท ดังตาราง 1

ตาราง 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	2562	2563	2564	2565	รวม
จำนวนบริษัทจดทะเบียนใน ประเทศไทย	624	636	661	681	2,602
หัก กลุ่มการเงิน กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ และบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน	184	182	189	194	749
บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน	206	220	238	253	917
ข้อมูลทั้งหมดที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง	234	234	234	234	936

3.2 ตัวแบบที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 มีตัวแบบที่ใช้ในการศึกษาแสดงได้ 4 ตัวแบบจำลอง ดังนี้

$$\text{Tobin's Q} = \beta_0 + \beta_1 (\text{ENV}) + \beta_2 (\text{COM}) + \beta_3 (\text{DIV}) + \beta_4 (\text{EMP}) + \beta_5 (\text{PRO}) + \beta_6 (\text{CG}) + \beta_7 (\text{SIZE}) + \beta_8 (\text{Lev}) + \beta_9 (\text{IT}) + \epsilon \quad \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Return} = \beta_0 + \beta_1 (\text{ENV}) + \beta_2 (\text{COM}) + \beta_3 (\text{DIV}) + \beta_4 (\text{EMP}) + \beta_5 (\text{PRO}) + \beta_6 (\text{CG}) + \beta_7 (\text{SIZE}) + \beta_8 (\text{Lev}) + \beta_9 (\text{IT}) + \epsilon \quad \dots\dots\dots(2)$$

$$\text{ROA} = \beta_0 + \beta_1 (\text{ENV}) + \beta_2 (\text{COM}) + \beta_3 (\text{DIV}) + \beta_4 (\text{EMP}) + \beta_5 (\text{PRO}) + \beta_6 (\text{CG}) + \beta_7 (\text{SIZE}) + \beta_8 (\text{Lev}) + \beta_9 (\text{IT}) + \epsilon \quad \dots\dots\dots(3)$$

$$\begin{aligned} \text{ROE} = & \beta_0 + \beta_1 (\text{ENV}) + \beta_2 (\text{COM}) + \beta_3 (\text{DIV}) + \beta_4 (\text{EMP}) + \beta_5 (\text{PRO}) + \beta_6 (\text{CG}) \\ & + \beta_7 (\text{SIZE}) + \beta_8 (\text{Lev}) + \beta_9 (\text{IT}) + \epsilon \end{aligned} \quad \dots\dots\dots(4)$$

โดย

- Tobin's Q = มูลค่ากิจการ วัดจากผลรวมมูลค่าตามราคาตลาดของหุ้นรวมด้วยมูลค่าของหนี้สินหารด้วยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์รวม
- Return = อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ ราคาหลักทรัพย์ของบริษัท i ณ เวลา t ลบด้วยราคาหลักทรัพย์ของบริษัท i ณ เวลา t-1 หารด้วย ราคาหลักทรัพย์ของบริษัท i ณ เวลา t-1 บวกด้วย เงินปันผลของบริษัท i ณ เวลา t ที่หารด้วยราคาหลักทรัพย์ของบริษัท i ณ เวลา t-1 คูณด้วย 100
- ROA = อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม วัดจากกำไรขาดทุนก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษี คูณด้วย 100 หารด้วย สินทรัพย์รวม
- ROE = อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น วัดจากส่วนของกำไรขาดทุนที่เป็นของผู้ถือหุ้น คูณด้วย 100 หารด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
- ENV = วัดด้านสิ่งแวดล้อม วัดตามเกณฑ์ KLD Rating
- COM = วัดด้านชุมชน วัดตามเกณฑ์ KLD Rating
- DIV = วัดด้านความหลากหลายในองค์กร วัดตามเกณฑ์ KLD Rating
- EMP = วัดด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน วัดตามเกณฑ์ KLD Rating
- PRO = วัดด้านสินค้าและบริการ วัดตามเกณฑ์ KLD Rating
- CG = วัดด้านบรรษัทภิบาล จากคะแนนการกำกับดูแลกิจการโดย IOD
- SIZE = ขนาดกิจการ วัดจากลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม
- Lev = ความเสี่ยงทางการเงิน วัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น
- IT = ประเภทอุตสาหกรรม จำนวน 7 อุตสาหกรรม ได้แก่ 1. เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 2. สินค้าอุปโภคบริโภค 3. สินค้าอุตสาหกรรม 4. อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 5. พยากรณ์ 6. บริการ และ 7. เทคโนโลยี
- ϵ = ค่าความคลาดเคลื่อน

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร ได้แก่ ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในงานวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานทั้งหมดโดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 โดยแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตาราง 2 สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปร	จำนวน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ENV	936	22.22	100	87.98	17.21
COM	936	11.11	100	78.96	20.24
DIV	936	33.33	100	57.83	17.65
EMP	936	44.44	100	79.10	10.98
PRO	936	66.67	100	87.67	10.05
CG	936	1	4	3.23	0.87
Tobin's Q	936	0.41	11.78	1.57	1.13
Return	936	-0.11	45.24	4.40	3.64
ROA	936	-9.04	63.25	9.17	7.45
ROE	936	-18.65	72.53	12.46	10.66
SIZE	936	20.18	28.86	23.22	1.63
Lev	936	0.01	0.82	0.40	0.19

จากตาราง 2 พบว่า สถิติเชิงพรรณนาสำหรับค่าสังเกต 936 บริษัทตัวอย่าง เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรโดยภาพรวมแล้วจะเห็นว่าตัวแปรทุกตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่ามัธยฐาน แสดงให้เห็นว่าการแจกแจงของข้อมูลมีลักษณะเบ้ขวา ซึ่งไม่เป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน ทั้งนี้เงื่อนไขของความคลาดเคลื่อนที่มีการแจกแจงแบบปกติ นั้น มีความจำเป็นสำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนที่มีจำนวนตัวอย่างขนาดเล็ก (น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง) แต่หากจำนวนตัวอย่างมีขนาดใหญ่ (มากกว่า 100 ตัวอย่าง) สามารถผ่อนปรนเงื่อนไขข้อนี้ได้ (Gujarati, Bernier, & Bernier, 2004)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Multiple Correlation Analysis) การทดสอบผลที่ได้จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 ค่าสังเกต โดย การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ((Multiple Correlation Analysis) ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปร	Tobin Q	Return	ROA	ROE	ENV	COM	DIV	EMP	PRO	CG	SIZE	Lev	IT	VIFs
Tobin Q	-	-.174**	.463**	.470**	.041	.124**	.084**	.036	.163**	.036	-.031	-.093**	.123**	-
Return		-	.022	.031	-.057	-.141**	-.049	-.071*	-.155**	.001	-.132**	.001	-.075*	-
ROA			-	.876**	-.077*	.020	-.040	-.023	.006	-.063	-.130**	-.214**	-.022	-
ROE				-	-.041	-.011	-.035	-.044	-.015	.042	-.005	.090**	.068*	-
ENV					-	.105**	.128**	.255**	.064	.279**	.210**	.126**	-.016	1.197
COM						-	.211**	.301**	.329**	.009	.057	-.131**	-.033	1.245
DIV							-	.183**	.210**	.065*	-.141**	-.033	-.060	1.144
EMP								-	.270**	.055	.058	-.026	.078*	1.236
PRO									-	.020	.009	-.096**	-.105**	1.202
CG										-	.298**	.227**	.074*	1.182
SIZE											-	.464**	.145**	1.448
Lev												-	.205**	1.375
IT													-	1.078

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 3 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์สูงสุดระหว่างตัวแปรอิสระเท่ากับ 0.329 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0.8 แสดงว่า ข้อมูลไม่มีปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยทั่วไปถือว่าไม่สูง และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานตามตัวแบบพบว่า VIFs ต่ำกว่า 10 ในทุกสมการ แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์ทางสถิติไม่มีปัญหาเรื่องภาวะตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) (Kennedy, 1992)

การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยประมวลผลข้อมูลโดยใช้ตัวแบบจำลองตามสมการที่ 1-4 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอย แสดงดังตาราง 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Independent Variables	Dependent Variable			
	Tobin's Q	Return	ROA	ROE
	Model (1)	Model (2)	Model (3)	Model (4)
ENV	0.003 (1.277)	-0.007 (-0.899)	-0.016 (-1.038)	-0.026 (-1.194)
COM	0.004** (2.027)	-0.014** (-2.238)	0.006 (0.446)	0.015 (0.798)
DIV	0.003 (1.331)	-0.007 (-0.995)	-0.020 (-1.403)	-0.023 (-1.095)
EMP	-0.006 (-1.784)	0.006 (0.483)	-0.010 (-0.420)	-0.036 (-1.028)
PRO	0.017*** (4.337)	-0.047*** (-3.728)	0.001 (0.021)	0.011 (0.301)
CG	0.049 (1.116)	0.225 (1.572)	0.054 (0.183)	0.623 (1.453)
SIZE	-0.013 (-0.492)	-0.357*** (-4.177)	-0.201 (-1.142)	-0.492 (-1.920)
Lev	-0.632*** (-2.960)	1.142 (1.656)	-7.355*** (-5.181)	5.982*** (2.897)
IT	0.107*** (5.232)	-0.177*** (-2.678)	0.092 (0.675)	0.319 (1.607)
Constant	-0.181 (-0.276)	18.042 (8.514)	19.136 (4.390)	22.401 (3.532)
F-value	7.767	6.745	5.617	2.145
Adjusted R ²	0.061	0.052	0.043	0.011
Durbin-Watson	2.129	2.031	2.151	2.129

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ของระดับความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล (ESG) มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ดังนี้

แบบจำลองที่ 1 ซึ่งเป็นแบบจำลอง มูลค่ากิจการ (Tobin's Q) พบว่า ตัวแปรอิสระมีเพียงด้านชุมชน (COM) และด้านสินค้าและบริการ (PRO) ที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และ 0.01 ตามลำดับ **จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2a และสมมติฐานที่ 5a** ผลการทดสอบนี้แสดงให้เห็นว่า ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชน และด้านสินค้าและบริการ มีความสามารถในการเพิ่มขึ้นของมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล ตั้งหมั่นทวีวัฒน์ และ วินัย หอมสมบัติ (2559) พบว่า การดำเนินงานเพื่อสังคมและชุมชน เช่น การบริจาค และการพัฒนาการศึกษา เป็นต้น มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าในเชิงบวก ซึ่งทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร ซึ่งเป็นอีกหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่กิจการ (Gray & Balmer, 1998) ทำให้ลูกค้าเกิดความตระหนักรู้ในด้านดีกับองค์กร นำไปสู่ความตั้งใจซื้อหรือสนับสนุน ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสการขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น และในส่วนด้านสินค้าและบริการจากการสำรวจ Laws of Attraction โดย จ๊อบสตีปี ประเทศไทย (2564) พบว่า ธุรกิจทางด้านการผลิต (Manufacturing) ในประเทศไทยเป็นอีกธุรกิจที่ต้องอาศัยการวิจัยและพัฒนา เพื่อผลิตนวัตกรรมใหม่ ๆ และพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เนื่องจากช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพราะลูกค้ามีความคาดหวังในคุณภาพและบริการช่วยเพิ่มมูลค่าให้กิจการ

แบบจำลองที่ 2 คือแบบจำลองอัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (Return) พบว่า ตัวแปรอิสระมีเพียงด้านชุมชน (COM) และด้านสินค้าและบริการ (PRO) ที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ **จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2b และสมมติฐานที่ 5b** ผลการทดสอบนี้แสดงให้เห็นว่า ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชน และด้านสินค้าและบริการ ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (Return) ลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaggi และ Freeman (1992) พบว่า เมื่อกิจการมีการดำเนินงานด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กรมาก จะส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น นำไปสู่การจ่ายอัตราผลตอบแทนน้อยลง

แบบจำลองที่ 3 คือ แบบจำลองอัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม (ROA) พบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระในด้านใดเลยที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาณมน จันทบุตร (2565) พบว่า จากสถานการณ์โควิด-19 เกิดการชะลอตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่งผลทำให้กิจการประสบปัญหารายได้ต่ำ การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียด้านอื่น ๆ ที่มากเกินไป ย่อมนำไปสู่การระดมทุนที่สูงขึ้นและอาจนำไปสู่ความเสียหายต่อผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไรตามมา จึงทำให้การลงทุนใน ESG ไม่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม

แบบจำลองที่ 4 คือ แบบจำลองอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) พบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระในด้านใดเลยที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภณทิรา มณีไพรัตน์ (2562) พบว่า การที่กิจการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) ไม่ได้มีความสำคัญเท่าปัจจัยทางการตลาดอื่นที่มีอิทธิพลในการซื้อหรือการใช้บริการอันก่อให้เกิดผลกำไรมากกว่า กล่าวคือการลงทุนในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) เป็นการลงทุนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดและความสามารถในการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาวมากกว่าผลกำไรในระยะสั้น

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 การเก็บข้อมูลงานวิจัยนี้อยู่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2565 ซึ่งยังคงมีบางบริษัทที่ยังไม่ได้ยื่นงบการเงินต่อหน่วยงานที่กำกับดูแล ดังนั้นการศึกษาค้างต่อไปควรเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนทุกบริษัทของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5.1.2 งานวิจัยนี้ศึกษาคะแนน ESG ตามเกณฑ์ KLD Rating เพียงอย่างเดียว งานวิจัยในอนาคตอาจทำการวิจัยศึกษาเปรียบเทียบคะแนน ESG ตัวอื่น ระหว่างของสถาบันประเทศไทยและต่างประเทศว่ามีผลลัพธ์แตกต่างกันหรือไม่

5.1.3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ESG และผลกระทบต่อผลตอบแทนของบริษัท โดยพิจารณาผลการดำเนินงานของกิจการซึ่งคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ อย่างรอบด้าน เช่น พลวัตเฉพาะอุตสาหกรรมและความพึงพอใจของนักลงทุน

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 นักลงทุนสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลสนับสนุนในการกำหนดกลยุทธ์การลงทุนที่เหมาะสมและการประกอบการตัดสินใจการลงทุนในหลักทรัพย์ นอกจากตัวชี้วัด KLD Rating ที่ใช้ในการวัดระดับความรับผิดชอบต่อ ESG แล้ว นักลงทุนสามารถใช้ระดับความรับผิดชอบต่อ ESG ตัวชี้วัดอื่น โดยมีสถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ที่ทำการจัดอันดับและคัดเลือกบริษัทที่มีผลการดำเนินงานด้าน ESG ที่โดดเด่น อาทิ อาทิ ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indexes หรือ DJSI) รายชื่อนักลงทุนยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment หรือ THSI) ดัชนีเอสจีไทยพัฒนา (Thai pat ESG Index) ฐานข้อมูลทอมสัน ไรเตอร์ (Thomson Reuters Eikon™) และ ESG Scores by Bloomberg เป็นต้น

5.2.2 ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร และนักวิชาการ ได้ข้อมูลในการส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนและบริษัทที่กำลังจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้เห็นถึงความสำคัญในการจัดทำและเปิดเผยรายงานระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาลต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้ พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าของบริษัท (วัดโดย Tobin's Q) ซึ่งโดยทั่วไป การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การมีส่วนร่วมของบริษัทในการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นผ่านโครงการริเริ่มต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ โครงการเพื่อการพัฒนาสังคม หรือโครงการพัฒนาที่ยั่งยืน อีกทั้ง ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นความมุ่งมั่นของบริษัทในการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีจริยธรรม ปลอดภัย และมีคุณภาพสูง โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มขึ้น มูลค่าขององค์กรที่วัดโดย Tobin's Q ก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ดังนั้น ความสัมพันธ์เชิงบวกนี้แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการในระดับที่สูงขึ้นมักจะมีมูลค่ากิจการที่สูงขึ้น เหตุผลที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์นี้มี 2 ข้อ คือ ประการแรก การมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถเพิ่มชื่อเสียงของบริษัท ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในชุมชนและตอบสนองความต้องการทางสังคม บริษัทต่าง ๆ จะสามารถสร้างความไว้วางใจและความปรารถนาดี ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อมูลค่าที่รับรู้ในตลาด ประการที่สอง ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลักปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิต และการจัดจำหน่าย สามารถนำไปสู่ความจงรักภักดีและความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมยั่งยืนมีแนวโน้มที่จะดึงดูดฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น ส่งผลเชิงบวกกับการบอกต่อให้กับลูกค้าในหลากหลายรูปแบบ และได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถนำไปสู่มูลค่าของกิจการที่สูงขึ้น

ในทางกลับกัน การศึกษานี้พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ (วัดโดย Return) คำอธิบายหนึ่งที่เป็นไปได้คือ บริษัทที่ไม่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อด้าน ESG มักจะให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและผลกระทบทางสังคมในระยะยาวมากกว่าผลกำไรทางการเงินในระยะสั้น บริษัทมักจะลงทุนด้านทรัพยากรจำนวนมากในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความคิดริเริ่มในการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม และแนวปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในระยะสั้นและส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนที่เกิดจากหุ้นสามัญในเชิงลบ อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้ไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างปัจจัย ESG และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

ประเด็นสำคัญที่การศึกษานี้ขอตั้งข้อสังเกต คือ ความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างปัจจัย ESG และผลตอบแทนของหุ้นสามัญ อีกทั้ง การไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างปัจจัย ESG และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ไม่ได้หมายความว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินนโยบายธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับ ESG นั้น มีผลกำไรหรือผลการดำเนินงานน้อยกว่าหรือให้ผลตอบแทนที่ต่ำกว่าในระยะยาว เพราะความสัมพันธ์เชิงลบที่การศึกษานี้นำเสนอ บ่งชี้ถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ESG และผลการดำเนินงานทางการเงินในระยะสั้น ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงผลการดำเนินงานในระยะยาวและผลกระทบในวงกว้างต่อความยั่งยืน ชื่อเสียง และความสามารถโดยรวมของบริษัทเมื่อเผชิญกับความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม

ดังนั้น ในอนาคตควรที่จะมีการทำวิจัยเพิ่มเติมเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ESG และผลกระทบระยะยาวต่อผลตอบแทนของบริษัท นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาผลการดำเนินงานของกิจการโดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ อย่างรอบด้าน เช่น พลวัตเฉพาะอุตสาหกรรม และความพึงพอใจของนักลงทุน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร รัตนอำพล ธารินี พงศ์พัฒน์ และ อภิชาติพงศ์พัฒน์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มหุ้นยั่งยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Buddhist Education and Research*, 7(3), 62-72.
- จิอัสดีปี ประเทศไทย. (2564). แผนวิจัยและพัฒนาสำคัญอย่างไร องค์การไหนที่ควรมี. ค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2566, จาก <https://th.jobsdb.com/th-th/articles/research-and-development/>.
- ณัฐกานต์ วุฒิสมานันท์. (2561). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล(ESG) กับผลตอบแทนหลักทรัพย์ กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่ม ESG100. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). การเปิดเผยข้อมูลและรายงานด้านความยั่งยืน Sustainability Disclosure and Reporting. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://setsustainability.com/page/disclosure>.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.(2566). ตลาดหลักทรัพย์ฯ ส่งเสริมระบบนิเวศด้านความยั่งยืนให้บริการ ESG Data Platform สำหรับบริษัทมหาชนจำกัด. ค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2566, จาก <https://www.set.or.th/th/about/setsource/news-release/article/96-esg-data-platform->.
- ไตรรงค์ สวัสดิกุล และคณะ. (2565). ผลกระทบของคะแนนสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลต่อผลลัพธ์ขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนจาก IMT-GT. *การประชุมงานสัมมนาวิชาการในระดับภูมิภาคประจำปี 2565*.
- 1 กรกฎาคม 2565. ณ โรงแรมบายาสิตา มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น.

- ธนีสร์ ศิลาภรณ์รัตน์. (2562). การศึกษาผลการดำเนินงานของกลุ่มหลักทรัพย์หุ้นยั่งยืนที่ได้รับการคัดเลือกโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรพร ทองชะโชค และ อาคม ใจแก้ว. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Songklanakarin Journal of Management Sciences*, 30(1), 23-51.
- ธัญธร ยอดอุดม และ มุทราชัย สุทธิพันธ์. (2563). อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูล ESG ต่อมูลค่ากิจการในประเทศไทย เพื่อศึกษาขอบเขตและระดับของสิ่งแวดล้อม. *Journal of Finance and Banking Review*, 5(3), 108-114.
- นพพร แพทย์รัตน์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการลงทุนเพื่อสังคมกับมูลค่าองค์กรตามราคาตลาด. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 41(3), 74-87.
- นฤมล ตั้งหมั่นทวีวัฒน์ และ วินัย หอมสมบัติ. (2559). การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ผ่านคุณค่าตราผลิตภัณฑ์จากโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 19(1), 84-101.
- นิตยา โยธางันท์ ศศิวิมล มีอำพล และ ไพบุญย์ ผจวงวงศ์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนกับผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ESG100. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว.*, 13(2), 12-26.
- เบญจรัตน์ ศรีสุภานนท์. (2560). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสังคมกับมูลค่าของกิจการและการถูกคัดเลือกเข้าสู่กลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 สำหรับบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET100. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาณมน จันทบุตร. (2565). ผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลต่อความเสี่ยงจากการล้มเหลวทางการเงินของกิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริบทของวิกฤตเศรษฐกิจ. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 18(59), 26-52.
- พร้อมพร ภูวดิน. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนของบริษัทและผลการดำเนินงานทางการเงิน:กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(3), 429-444.
- พิมพ์โพยม สุดเจริญ. (2564). การศึกษาผลกระทบของระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล (ESG) ต่อผลการดำเนินงานผ่านความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมล เลิศทรัพย์อนันต์ และ ปริญญ์ มากกลิ่น. (2565). อิทธิพลของการบริหารจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการต่อความยั่งยืนทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Business Administration and Languages*, 10(2), 101-122.
- พิศิษฐ์ อัครบรรจงผล. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความยั่งยืนกับอัตราส่วน Tobin's Q ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มดัชนี SET 100. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัณฑิรา มณีไพรัตน์. (2562). อิทธิพลระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลตอบแทนผู้ถือหุ้น : กรณีศึกษาบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับธุรกิจด้านการพัฒนาความยั่งยืน. *วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*.
- ภัทลวีร์ ศรสงคราม. (2560). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กร (ESG) กับมูลค่ากิจการ (TOBIN'S Q) ในหมวดธุรกิจพลังงานที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วรพรรณ เมาศิริพัลลภ. (2564). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ของบริษัท และการถูกคัดเลือกเข้าดัชนี SETTHSI ต่อแนวโน้มการทุจริต. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิรินันท์ ปิยะธำรงรัตน์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่าง ESG Performance กับประสิทธิภาพทางการเงินในกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว (Sensitive Industries) กรณีศึกษาในกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อัญชลี พิพัฒน์เสริญ และ ศิลพร ศรีจันเพชร. (2560). การตอบสนองของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับธรรมาภิบาล คุณภาพกำไร และผู้สอบบัญชี. วารสารวิชาชีพบัญชี, 13(40), 22-31.
- อัญชิสา เต็มวาณิช. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้น: กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่ม ESG100. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Barnard, C. (1938), *The Functions of the Executive*. Cambridge, MA. : Harvard University Press.
- Chen, Z., & Xie, G., (2022). ESG disclosure and financial performance: Moderating role of ESG investors. *International Review of Financial Analysis*, 83(4), 102291.
- Crisóstomo, V. L., Freire, F. S. & Vasconcellos, F. C. (2011, June). Corporate social responsibility Firm Value and financial performance in Brazil. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 295-309.
- David, C., Chan, K., Cheng, Louis, T. W., & Wang, X. (2021). The role of ESG performance during times of financial crisis: Evidence from COVID-19 in China. *Finance Research Letters*, Elsevier, 38(C), 101716.
- Fatemi, A., Glaum, M., & Kaiser, S. (2018). ESG performance and firm value: The moderating role of disclosure Special Issue on Corporate Social Responsibility and Ethics in Financial Markets. *Global Finance Journal*, 38, 45–64.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston : Pitman.
- Gray, E. R., & Balmer, J. T., (1998). Managing Corporate Image and Corporate Reputation. *Pergamon Press of Elsevier Science*, 31(5), 695-702.
- Gujarati, D. N., Bernier, B., & Bernier, B. (2004). *Econométrie*. Brussels : De Boeck.
- Jaggi, B., & Freeman, M. (1992). An examination of the impact of pollution performance on economic and market performance: Pulp and paper firms. *Journal of Business Finance and Accounting*, 19(5), 697-713.
- Jang, S. S., Ko, H., Chung, Y., & Woo, C. (2019). CSR, social ties and firm performance. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 19(6), 1310-1323.
- Kennedy, P. (1992). Violating Assumption Five: Multicollinearity. *Guide to Econometrics*, 1st ed.; Kennedy, P., Ed, 192-202.
- Karishma, K., & Thaker, N. (2019). ESG and corporate financial performance: a panel study of Indian companies. *The IUP Journal of corporate governance*, 18(1), 44-59.
- Lawrence, A. T., & Weber, J. (2010). *Business and society: Stakeholders, ethics, public policy*. Boston : McGraw-Hill Irwin.

- Quintiliani, A. (2022). ESG and Firm Value. *Accounting and Finance Research*, 11(4), 37-47.
- Ramic, H. (2019). Relationship between ESG performance and financial performance of companies: an overview of the issue. *Thesis for Master of Science in Accounting, Control and Finance*.
- Shiu, Y.-M., & Yang, S. L. (2017). Does Engagement in Corporate Social Responsibility Provide Strategic Insurance-like Effects? *Strategic Management Journal*, 38(2), 455-470.
- Suttipun, M. (2023). ESG Performance and Corporate Financial Risk of the Alternative Capital Market in Thailand. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2168290.
- Van Hoang, T., Segbotangnib, E., & Lahiani, A., (2021). ESG Performance and COVID-19 Pandemic: An Empirical Analysis of European Listed Firms. *Social Science Research Network (SSRN)*, 28, 1-29.
- Yoo, S., & Managi, S. (2022). Disclosure or action: Evaluating ESG behavior towards financial performance. *Finance Research Letters*, 44(C).

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

Digital Marketing Strategy Affecting Marketing Performance of the E – Commerce Entrepreneurs in the Northeast of Thailand

ปริญญพร เพลินลาภ¹ จัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์² และอำภาศรี พอค้า³

Parinyaporn Ploenlap¹ Chatratchada Wiroteat² and Ampasri Phokha³

Received : September 12, 2023 Revised : February 12, 2024 Accepted : March 19, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) ศึกษาพฤติกรรมการตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4) ศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 6) ทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีตำแหน่งสูงสุดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม จำนวนแบบสอบถามตอบกลับ 441 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก การทดสอบความสัมพันธ์พบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ และด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด และการทดสอบผลกระทบ พบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด และกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด ไม่มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นแนวทางการวางแผนทางการตลาดและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการ ผลการดำเนินงาน

* นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

* Master Student, Master of Business Administration, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

^{2,3} Assistant Professor, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

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

Abstract

The purposes of this study were: 1) To study customers' opinion levels on marketing strategies of the E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand, 2) To study customers' opinion levels on the performance of the E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand, 3) To study the digital marketing strategies of the E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand, 4) To study the performance of the E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand, 5) To find out the relationship between the digital marketing strategies affecting marketing performance of the E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand, and 6) To find out the impacts of the digital marketing strategies affecting the marketing performance of E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand. The samples were E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand received from the use of simple random sampling method. For the data collection, questionnaire, the research instrument of this study, was distributed to all samples, while 441 ones were returned. For the data analysis, percentage, mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and Multiple Regression Analysis were employed to respond to all objective.

The results revealed that the E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand had the overall opinion on the digital marketing strategies in the high level. When considering in each aspect, it was found that all aspects were found in the high level and the opinion on the marketing performance was reported in the high level as well. The finding of the relationship between the digital marketing strategies affecting marketing performance of the E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand revealed that the digital strategies in terms of business differentiation, rapid response to customers, online social media promotion, and marketing content creation ability had the positive relationship with marketing performance. Finally, the finding of the impacts of the digital marketing strategies affecting the marketing performance of E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand showed that the digital marketing strategies in terms of business differentiation and rapid response to customers had the positive relationship with the marketing performance. On the other hand, the digital marketing strategies in terms of online social media promotion, and marketing content creation ability had the positive relationship with the marketing performance of the E – Commerce entrepreneurs in the Northeast of Thailand. Consequently, the findings of this study can be applied as the guideline for marketing planning and developing for the sustainable business administration.

Keywords : Digital Marketing Strategy, E – Commerce, Entrepreneurs, Performance

1. บทนำ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือ ETDA เผยข้อมูลรายงานผลการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565 พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 7 ชั่วโมง 4 นาที กิจกรรมออนไลน์ที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ได้แก่ กิจกรรมการติดต่อสื่อสารออนไลน์ กิจกรรมออนไลน์เพื่อความบันเทิง การดูหนัง ฟังเพลง กิจกรรมการซื้อขายของออนไลน์ การทำธุรกรรมทางการเงิน และการอ่านข่าว โฟส บทความ หนังสือ ขณะเดียวกันผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้คนหันมาเลือกทำกิจกรรมออนไลน์เพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นไลฟ์สไตล์ของคนไทยในยุคที่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทกับพฤติกรรมการใช้ชีวิต โดยพบว่ามี การปรับเปลี่ยนไปใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นและเร็วขึ้น ผู้บริโภคต้องปรับตัวกับการซื้อของใช้ประจำวันและสินค้าอื่น ๆ ผ่านทางออนไลน์แทน ซึ่งเมื่อการซื้อของออนไลน์กลายเป็นกิจวัตรประจำวันของผู้บริโภคแล้วนั้น ทำให้มูลค่าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด โดยจากการสำรวจของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) พบว่าในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2020 ซึ่งเป็นช่วงต้นของการระบาดของโรคโควิด-19 ยอดขายสินค้าบนแพลตฟอร์มของ Shopee และ Lazada ขยายตัวถึงร้อยละ 478.6 และ 121.5 ตามลำดับ และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายนปีเดียวกัน สำหรับในประเทศไทยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จัดได้ว่าเป็นธุรกิจหนึ่งที่เป็นกลไกขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการนำเสนอขายสินค้าและบริการ ให้แก่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากยิ่งขึ้น และตรงตามความต้องการของลูกค้า จากผลสำรวจของ กสทช. ยังพบข้อมูลอินไซต์ของพฤติกรรมผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกว่าอยู่ในอันดับหนึ่งในโลกออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และซื้อของผ่านสื่อออนไลน์เป็นหลัก โดยที่แม้แต่กรุงเทพฯ ยังตามมาเป็นลำดับ 3 เท่ากับว่าผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้กลายเป็นประตูสู่โอกาสใหม่ ๆ ที่แบรนด์ควรพิจารณาเพื่อเข้าถึงต่อไป เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคภาคตะวันออกเฉียงเหนือและกรุงเทพฯ นั้น มีความใกล้เคียงกันอย่างยิ่ง ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) จึงกลายเป็นอีกเรื่องที่ถูกพูดถึงกันอย่างกว้างขวาง และเป็นส่วนสำคัญของทุกธุรกิจที่ช่วยให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด โดยการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ดีกว่า ซึ่งหมายถึงความอยู่รอดของธุรกิจนั้น ๆ การตลาดดิจิทัลมีเครื่องมือหลากหลายให้นักการตลาดเลือกนำไปใช้วางกลยุทธ์ทางการตลาด หากเลือกใช้เครื่องมือที่หลากหลายและเหมาะสมก็จะทำให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2558)

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เป็นการทำการตลาดรูปแบบหนึ่งที่ใช้หลักการของการตลาดโดยใช้ช่องทางออนไลน์หรือช่องทางดิจิทัลเข้ามาช่วยโดยผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Internet) ได้ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคหรือลูกค้ามากยิ่งขึ้น เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค ประโยชน์สำคัญอีกประการหนึ่งของการทำการตลาดดิจิทัล คือ ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลจากผู้ซื้อวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องหาวิธีการในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและมุ่งแสวงผลกำไรให้กับธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy) ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การสร้างความแตกต่างของธุรกิจ 2) การตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว 3) การมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ และ 4) ความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด (จุฬารัตน์ ชันแก้ว, 2562; ธัญญ์วี ธรศิริบุญโรจน์ และคณะ, 2562; อาริรัตน์ ปานศุภวัชร และคณะ, 2562) เพื่อพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการตลาดในยุค

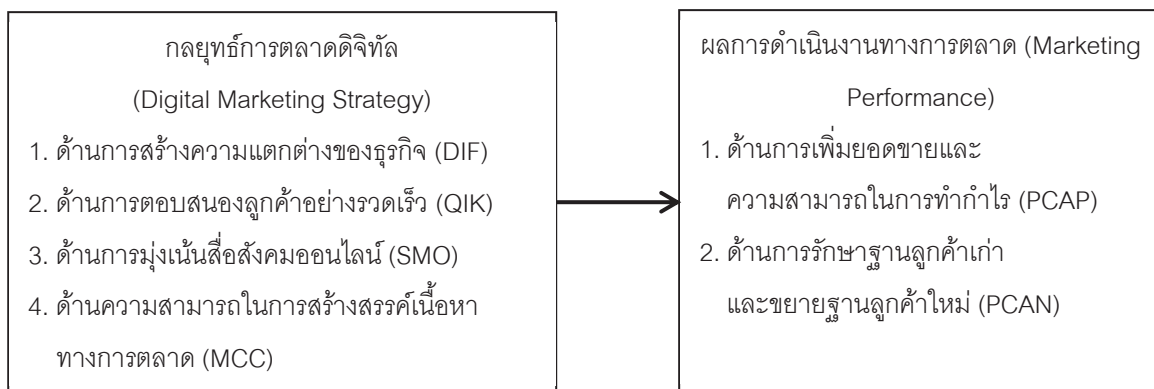
ดิจิทัล ซึ่งจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance) ที่สูงขึ้น การวัดผลการดำเนินงานทางการตลาดเป็นส่วนที่สำคัญในการตัดสินใจของผู้บริหารเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้กลยุทธ์การตลาดที่ดีและเหมาะสม เพื่อให้องค์กรมีผลการดำเนินงานทางการตลาดดีขึ้นและมีประสิทธิภาพสูงสุด ผลลัพธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบไปด้วยตัวชี้วัดจำนวน 2 ด้าน คือ 1) การเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร 2) การรักษาฐานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ (ธัญญ์วี ธรศิริบุญโรจน์ และคณะ, 2562; ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ, 2555)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยได้ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่ อย่างไรและเพื่อนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางการวางแผนและพัฒนา กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่ อย่างไรจากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



2.1 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล หมายถึง แนวทางการทำการตลาดออนไลน์โดยเลือกใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อดำเนินงานการตลาดให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และบรรลุเป้าหมายที่ผู้ประกอบการต้องการ ในการวิจัยครั้งนี้ประยุกต์แนวคิดจาก ธัญญ์วี ธรศิริบุญโรจน์ และคณะ (2562) และอารีรัตน์ ปานสุภวัชร (2562) และ จุฬารัตน์ ชันแก้ว (2562) ใช้เป็นกรอบแนวคิดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย

2.1.1 การสร้างความแตกต่างของธุรกิจ (Differentiation) หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง และมีความสำคัญสำหรับลูกค้า อาจจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า หรือบริการ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและความพึงพอใจของลูกค้า

2.1.2 การตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว (Rapid Customer Responsiveness) หมายถึง ความพยายามที่จะสร้างสรรค์สินค้า นวัตกรรม ความต้องการใช้สินค้า/บริการ และบริการหลังการขายให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่อย่างต่อเนื่อง

2.1.3 การมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Orientation) หมายถึง ธุรกิจให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในติดต่อสื่อสารเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเป็นประโยชน์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดผ่านเครือข่ายทางสังคม ไม่ว่าจะเป็น Facebook Instagram Twitter เนื่องจากสื่อเหล่านี้จะช่วยอำนวยความสะดวกต่อการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบสองทิศทางอย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ ซึ่งแสดงออกให้เห็นได้จากการกดไลค์ การโพสต์ การแสดงความเห็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

2.1.4 ความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด (Marketing Content Creating Competency) หมายถึง กระบวนการเกี่ยวกับการสร้างและการกระจายเนื้อหา เรื่องราว ข่าวสาร หรือข้อมูลที่มีคุณค่า ทั้งที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการและข้อมูลอื่น ๆ เช่น ข้อมูลเพื่อความรู้ เพื่อความบันเทิง ที่สามารถสร้างแรงดึงดูดใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจอย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2.2 ผลการดำเนินงานทางการตลาด

ผลการดำเนินงานทางการตลาด ถือได้ว่ามีบทบาทอย่างมากในการประเมินผลตามแผนงานที่จัดทำขึ้นที่จะกำหนดตัววัดความสำเร็จแต่ละองค์กรแตกต่างกันไปตามลักษณะองค์กรและแนวทางในการบริหารจัดการโดยมีวัตถุประสงค์หลักอยู่ที่การทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลสารสนเทศต่อการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางการตลาดจาก ธัญญ์วี ธรศิริปูลงโรจน์ และคณะ (2562) และ ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ (2555) โดยพิจารณาจาก 2 ประเด็น ได้แก่

2.2.1 การเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร (Circulation and Profitability) หมายถึง การเพิ่มขึ้นของยอดขาย รายได้จากการขายสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น

2.2.2 การรักษาฐานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ (Customer and Customer Acquisition) หมายถึง ความสามารถในการเพิ่มยอดขายจากลูกค้าเดิมที่มีอยู่ และความสามารถในการได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ มีอัตราการขยายของส่วนแบ่งการตลาดที่มากขึ้นในลักษณะที่คำนึงถึงมูลค่าของลูกค้าและการสร้างความภักดี

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกเนตร จันทบาล และคณะ (2564) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาด ด้านการสร้างความแตกต่างด้านการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ และด้านการเจาะตลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวม ส่วนกลยุทธ์การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ (2564) ได้ศึกษา อิทธิพลการตลาดดิจิทัลที่มีต่อผลการดำเนินงานกิจการของโรงแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การตลาดดิจิทัล ด้านสื่อสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตลาดนำไปสู่ผลการดำเนินงานของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อินทร์ อินอุ้นโชติ (2564) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดดิจิทัลเชิงเนื้อหากับความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีกและบริการในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารธุรกิจค้าปลีกและบริการ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลเชิงเนื้อหาโดยรวม ด้านความเชื่อถือได้ ด้านเนื้อหาจรรยาบรรณ และด้านการให้ข้อมูลอยู่ในระดับมาก และผู้บริหารธุรกิจค้าปลีกและบริการ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จทางการตลาดโดยรวม ด้านการเพิ่มของยอดขาย ด้านการซื้อซ้ำ และด้านความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก และจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรการตลาดดิจิทัลเชิงเนื้อหา กับตัวแปรความสำเร็จทางการตลาดมีอิทธิพลทางบวกโดยตรง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วรดา ต่อวัฒนกิตติกุล และคณะ (2563) ได้ศึกษา กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของธนาคารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเคล็ดลับของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของธนาคารทางด้านการตอบทุกความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา และความสามารถในการสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเคล็ดลับอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 รวมถึงเมื่อเกิดความพึงพอใจจากการใช้งานจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้งานต่อ

ศิริรัตน์ เย็นระทา (2563) ได้ศึกษา กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านภาพลักษณ์ ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ฤทธิ์เดชา ตาบุญใจ (2562) ได้ศึกษา กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค: กรณีศึกษาการขายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านทางเฟซบุ๊ก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงานผู้ขาย ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด เนื่องจากเหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีออนไลน์ คือรูปแบบและการดีไซน์ รองลงมาคือราคาสมเหตุสมผล จับต้องได้ และกำลังเป็นที่นิยม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดในภาพรวมที่มีความสำคัญมากและมากที่สุด ตามลำดับ

พรพรรณ ตาลประเสริฐ (2561) ได้ศึกษา อิทธิพลการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่า การตลาดแบบดิจิทัลทั้งในด้านเว็บไซต์ การตลาดเชิงเนื้อหา ด้านอีเมล ด้านการครองหน้าแรก และด้านสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจต่าง ๆ ในปัจจุบันควรให้ความสำคัญกับการตลาดดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีความสะดวกมากยิ่งขึ้นพฤติกรรมผู้บริโภคจึงมีความเปลี่ยนแปลงไปจากแต่ก่อน

2.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็วมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

สมมติฐานที่ 3 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

สมมุติฐานที่ 4 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาดมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 8,971 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564 : เว็บไซต์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีตำแหน่งสูงสุด เช่น ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ/ผู้จัดการ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางทาบิยามาเน่ (Yamane, 1973) ความคลาดเคลื่อน 0.5 ได้จำนวนขนาดตัวอย่าง 383 คน จากนั้น ทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน เพื่อให้เกิดน่าเชื่อถือของข้อมูล การคำนวณสถิติมีความถูกต้องมากขึ้น และเพื่อลดปัญหาข้อผิดพลาดในกระบวนการส่งอีเมลล์ และการตอบกลับซึ่งอาจกระทบกับความคลาดเคลื่อนในการตอบกลับของแบบสอบถาม จำนวนแบบสอบถามตอบกลับที่สมบูรณ์ 441 ชุด เนื่องจากอัตราการตอบกลับอีเมลล์ ร้อยละ 50 (Berdie et al., 1986)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพของเครื่องมือตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับจุดมุ่งหมายการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะแบบ สอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งในปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย รูปแบบของธุรกิจ ภาคธุรกิจ จำนวนพนักงาน พุนจัดตั้งธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และช่องทางหลักทางสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า/บริการ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำแนกรายด้านและรายข้อ จำนวน 4 ด้าน 19 ข้อ ได้แก่ ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ จำนวน 5 ข้อ ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว จำนวน 5 ข้อ ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 5 ข้อ และด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำแนกรายด้านและรายข้อ จำนวน 2 ด้าน 9 ข้อ ได้แก่ ด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร จำนวน 4 ข้อ และด้านการรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ จำนวน 5 ข้อ

3.2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปหาความตรงตามเนื้อหา โดยเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรง และความครอบคลุมของเนื้อหาของข้อคำถาม

3.2.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) การใช้ภาษาและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งในการวิจัยนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC: Index of Item-Objective Congruence) อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งค่า IOC ที่ได้มากกว่า 0.5 ขึ้นไปถือว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (สมบุญ ฐิริวงค์ และคณะ, 2552)

3.2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try - out) กับผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 30 ตัวอย่าง เนื่องจากมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำแบบสอบถามมาทดสอบเพื่อวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbachs Alpha Coefficient) โดยในงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.87 - 0.94 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้ ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1967) และค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อโดยค่า Factor Loading โดยในการวิจัยครั้งนี้ข้อคำถามมีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.70 - 0.94 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.40 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสม มีความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของการวัด (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2550)

3.2.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นแล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามที่เป็นรูปแบบออนไลน์ โดยส่งแบบสอบถามผ่านทางกล่องข้อความของเว็บไซต์ Facebook.com และผ่านทาง E-mail โดยเริ่มส่งแบบสอบถามเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565 จำนวน 500 ฉบับ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามตอบกลับรวมทั้งสิ้น 443 ฉบับ ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 60 วัน มีจำนวนแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ 2 ฉบับ ดังนั้นแบบสอบถามสมบูรณ์ที่นำไปวิเคราะห์ข้อมูลมีจำนวน 441 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 88.20 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Berdie et al. (1986) กล่าวว่า อัตราการตอบกลับที่ยอมรับได้คือร้อยละ 50

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ ความเชื่อมั่น ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach และอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ ใช้เทคนิค Item-total Correlation

3.4.2 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.3 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลโดยรวมและเป็นรายด้าน

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ	4.35	0.46	มาก
2. ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.44	0.51	มาก
3. ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์	4.50	0.52	มาก
4. ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด	4.31	0.47	มาก
รวม	4.38	0.39	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.50$) ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.44$) และด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการดำเนินงานทางการตลาด ด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร (Circulation and Profitability) โดยรวมและเป็นรายด้าน

ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร	4.00	0.48	มาก
2. ด้านการรักษาฐานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่	4.26	0.45	มาก
รวม	4.13	0.42	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการรักษาฐานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ ($\bar{X} = 4.26$) ด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปร	DIF	QIK	SMO	MCC	PERF	VIFs
$\bar{X}$	4.35	4.44	4.50	4.31	4.13	
S.D.	0.46	0.51	0.52	0.47	0.42	
DIF	-	0.533*	0.478*	0.474*	0.384*	1.583
QIK		-	0.762*	0.386*	0.231*	2.642
SMO			-	0.513*	0.251*	2.750
MCC				-	0.525*	1.512

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบ Multicollinearity โดยหาค่า Variance Inflation Factor (VIFs) โดยงานวิจัยนี้มีค่าอยู่ระหว่าง 1.583 – 2.750 ซึ่งค่าที่ได้ต้องไม่เกิน 10 (Hair et al,2010) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.231 – 0.525 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด ($r = 0.525$) ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ($r = 0.384$) ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ ($r = 0.251$) และด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว ($r = 0.231$) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ H_1

ตาราง 4-1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	ผลการดำเนินงานทางการตลาด (PERF)				
	สัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.)	สัมประสิทธิ์การถดถอยแบบปรับมาตรฐาน (Beta)	t	p-value
	(B)				
ค่าคงที่ (CONSTANT)	1.804	0.193		9.356	0.000 *
ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ (DIF)	0.181	0.046	0.196	3.910	0.001 *
ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว (QIK)	0.018	0.053	0.021	0.330	0.619
ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ (SMO)	- 0.084	0.053	- 0.104	-1.571	0.525
ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด (MCC)	0.426	0.044	0.477	9.706	0.000*
F = 47.691 P= 0.000 Adjusted R ² = 0.298					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-1 พบว่า ตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด (MCC) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สูงขึ้น 0.426 หน่วย และด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ (DIF) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สูงขึ้น 0.181 หน่วย ตามลำดับ

สามารถสร้างสมการพยากรณ์ทำให้ให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ดังนี้

$$PERF = 1.804 + 0.426(MCC) + 0.181(DIF)$$

ตาราง 4 – 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	ผลการดำเนินงานทางการตลาดด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร (PCAP)			t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน	ค่าความคลาดเคลื่อน	สัมประสิทธิ์การถดถอยแบบปรับมาตรฐาน (Beta)		
	มาตรฐาน (B)	มาตรฐาน (S.E.)			
ค่าคงที่ (CONSTANT)	1.588	0.233		6.813	0.000*
ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ (DIF)	0.184	0.056	0.174	3.287	0.001*
ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว (QIK)	0.032	0.064	0.034	0.498	0.619
ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ (SMO)	- 0.041	0.064	- 0.044	-0.636	0.525
ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด (MCC)	0.384	0.053	0.375	7.227	0.000*
F = 31.663 P = 0.000 Adjusted R ² = 0.218					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 – 2 พบว่า ตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด (MCC) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สูงขึ้น 0.384 หน่วย และด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ (DIF) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สูงขึ้น 0.184 หน่วย ตามลำดับ

สามารถสร้างสมการพยากรณ์ทำให้ได้ผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้ดังนี้

$$PCAP = 1.588 + 0.384(MCC) + 0.184(DIF)$$

เมื่อ PCAP คือ ผลการดำเนินงานทางการตลาด ด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตาราง 4 – 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด ด้านการรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	ผลการดำเนินงานทางการตลาด ด้านการรักษา ฐานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ (PCAN)			t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ค่าความ	สัมประสิทธิ์		
	การถดถอยไม่	คลาด	การถดถอย		
	ปรับ	เคลื่อน	แบบปรับ		
	มาตรฐาน	มาตรฐาน	มาตรฐาน		
	(B)	(S.E.)	(Beta)		
ค่าคงที่ (CONSTANT)	2.020	0.211		9.556	0.000*
ด้านการสร้างความแตกต่าง ของธุรกิจ (DIF)	0.178	0.051	0.180	3.508	0.000*
ด้านการตอบสนองของลูกค้า อย่างรวดเร็ว (QIK)	0.003	0.058	0.003	0.053	0.958
ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ (SMO)	- 0.127	0.058	- 0.146	-2.165	0.031
ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์ เนื้อหาทางการตลาด (MCC)	0.469	0.048	0.478	9.738	0.000*
F = 41.815 P = 0.000 Adjusted R ² = 0.271					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 – 3 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดด้านการรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด (MCC) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สูงขึ้น 0.469 หน่วย และด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ (DIF) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดด้านการรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สูงขึ้น 0.178 หน่วย ตามลำดับ

สามารถสร้างสมการพยากรณ์ทำให้ให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดด้านการรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้ดังนี้

$$PCAN = 2.020 + 0.469(MCC) + 0.178(DIF)$$

เมื่อ PCAN คือ ผลการดำเนินงานทางการตลาดด้านการรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษา กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว และด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ตามลำดับ เนื่องจากการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการสื่อสังคม เช่น Facebook, Twitter, Pinterest, Google+ เป็นต้น เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ช่วยตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งสื่อสังคมเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและอิทธิพลต่อกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา อำไพ และคณะ (2562) พบว่า ผู้ดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการค้าและการบริการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยรายด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ ตาลประเสริฐ (2561) พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ ด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้สามารถรักษาสถานลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง และลูกค้าเก่ายังมีการแนะนำหรือบอกต่อ ทำให้ธุรกิจมีการขยายตัวของลูกค้ากลุ่มใหม่ นอกเหนือจากลูกค้ากลุ่มเดิม ส่งผลให้ธุรกิจมียอดขาย และผลกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริรัตน์ ปานสุขวัชร (2562) ได้ศึกษา กลยุทธ์การบริหารจัดการทักษะด้านการตลาดดิจิทัลผลการดำเนินงานทางการตลาดและความอยู่รอดขององค์กรของธุรกิจขายปลีกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจขายปลีกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการดำเนินงานทางการตลาดด้านการรักษาสถานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ เป็นปัจจัยหลักของการสร้างคุณภาพและประสิทธิภาพในงานบริการ บุคลากรจำเป็นต้องเห็นความสำคัญเพราะถ้าผู้บริโภคประทับใจจะกลายเป็นผู้บอกต่อ โดยการถ่ายทอดประสบการณ์จากการใช้สินค้าหรือบริการไปยังบุคคลใกล้ชิดรอบ ๆ ตัวเสมือนการสร้างเครือข่ายสังคมของตนเองก็จะสามารถพัฒนาให้เกิดผลการดำเนินงานทางการตลาดที่ดีขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Duarte et al., (2018)

พบว่า การบอกต่อถึงเรื่องที่ดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากลูกค้าเก่า ลูกค้าปัจจุบัน หรือผู้ที่มีความน่าจะเป็นลูกค้า สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้คนนำมาซึ่งความตั้งใจในการใช้บริการได้ และมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญ์วี ธรศิริปูลงโรจน์ และคณะ (2562) ได้ศึกษา กลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาผ่านช่องทางดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลยุทธ์การตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สปา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ด้านตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความสามารถสรรคเนื้อหาทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจให้ความสำคัญกับการนำเสนอสินค้าที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ มีรูปลักษณ์ที่ทันสมัย มุ่งเน้นการสร้างตราสินค้าที่แตกต่างและสร้างการจดจำที่ดีแก่ลูกค้าเหนือกว่าคู่แข่งอื่น นอกจากนี้ ธุรกิจเชื่อมั่นว่าการมีกระบวนการทำงานที่สั้น กระชับ มีพนักงานให้บริการแนะนำปรึกษา ตอบคำถามผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะส่งผลให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ และปัจจุบันธุรกิจมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการติดต่อ สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ร้าน โฆษณาสินค้า ทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่รวดเร็วและทันสมัย มีช่องทางการให้ข้อมูลข่าวสาร การสั่งซื้อสินค้าได้หลายช่องทาง เช่น ทาง Line, Facebook, Instagram ฯลฯ ส่งผลกับประสิทธิภาพทางการตลาด ซึ่งนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น รวมถึงธุรกิจมีการสร้างสรรค์เนื้อหาเรื่องราวที่น่าสนใจเพื่อให้ลูกค้าจดจำในผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ มีการอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยตรงกับความต้องการเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญ์วี ธรศิริปูลงโรจน์ และคณะ (2562) ได้ศึกษา กลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาผ่านช่องทางดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลยุทธ์การตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สปา เนื่องจากผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการสร้างความแตกต่าง โดยผู้ประกอบการมีการวางกลยุทธ์ระดับธุรกิจ โดยเน้นการสร้างความแตกต่างในการเพิ่มสรรพคุณ การจัดชุดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ร่วมกันกับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติอื่น ๆ และการใช้เนื้อหาข้อความที่ดึงดูดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร และการสร้างทีมงานขายออนไลน์ เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ ปานศุภวัชร และคณะ (2562) ได้ศึกษา กลยุทธ์การบูรณาการทักษะด้านการตลาดดิจิทัลผลการดำเนินงานทางการตลาดและความอยู่รอดขององค์การของธุรกิจขายปลีกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การบูรณาการทักษะด้านการตลาดดิจิทัล ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการสื่อสารด้วยพฤติกรรมการบอกต่อ คุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและตราสินค้า ผลการดำเนินงานทางการตลาด และความอยู่รอดขององค์การ สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการตลาดดิจิทัลที่มีต่อผลการดำเนินงานกิจการของโรงแรมในประเทศไทย พบว่า การตลาดดิจิทัล ด้านสื่อสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และส่งผลกระทบท่อประสิทธิภาพการตลาดนำไปสู่ผลการดำเนินงานของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาด ด้านการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด เนื่องจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุก ๆ แบบทุก ๆ ช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬารัตน์ ชันแก้ว (2562) ได้ศึกษา กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และผลการดำเนินงานทางการตลาดหลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาดมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเสมือนตัวกลางในการเชื่อมต่อและติดต่อสื่อสารระหว่างธุรกิจกับลูกค้า การสื่อสารทางการตลาดในยุคปัจจุบัน จำเป็นต้องมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัยและน่าติดตามอยู่เสมอ และปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปโดยหันมาใช้บริการสินค้าจากร้านค้าออนไลน์แทนออฟไลน์ เนื่องจากสะดวกและเหมาะสมกับสังคมเมืองปัจจุบัน ดังนั้นธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ในยุคปัจจุบัน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่ออยู่รอดในธุรกิจ โดยการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้สอดคล้องกับงานวิจัยของดาริกา แสนพวง และคณะ (2565) ได้ศึกษา การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการพัฒนาการตลาด 4.0 ของกลุ่มวิสาหกิจผู้ผลิตสินค้าในจังหวัดสกลนคร พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญของการตลาด 4.0 ที่ต้องใช้ระบบ Online เพื่อเชื่อมโยงตลาดเข้าด้วยกัน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้เกิดความแตกต่างโดยใช้การตลาดแบบดิจิทัล คือระบบ Online หรือ E - Commerce ก็จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ทั่วโลกและยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว ด้านการมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการสื่อสารด้วยพฤติกรรมการบอกต่อ คุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและตราสินค้า สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า แต่ยังไม่สามารถทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ ซึ่งอาจจะมีหลายปัจจัย เช่น ข้อมูลสินค้ายังไม่ตอบโจทย์ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ หรือลูกค้าอาจจะยังเปรียบเทียบราคากับเจ้าอื่น ๆ อยู่ และการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ถึงแม้ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับการนำสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสมัยใหม่มาใช้เพื่อบริการลูกค้าให้ได้รับความสะดวก มีช่องทางการสั่งซื้อสินค้าได้หลายช่องทาง เป็นการสร้างการรับรู้ให้ลูกค้า (Awareness) ถึงการมีตัวตนของธุรกิจบนโลกออนไลน์ แต่ธุรกิจกลับเจอปัญหาว่า สินค้า หรือบริการ กลับขายไม่ค่อยดี ไม่มีลูกค้าใหม่มาซื้อสินค้ามากตามที่คาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬารัตน์ ชันแก้ว (2562) ได้ศึกษา กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาดหลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย พบว่า การมุ่งเน้นสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด การใช้สื่อสังคมออนไลน์มาปรับใช้ในธุรกิจมีความสัมพันธ์กับยอดขาย แต่ทางกลับกัน ธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจที่ไม่ปรับใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนการดำเนินงานทางการตลาดไม่พบความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ในการวิจัยกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลครั้งต่อไปควรทำการศึกษากลุ่มธุรกิจอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบว่าการตลาดแบบดิจิทัลมีอิทธิพลต่อธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องการปรับตัวเพิ่มช่องทางออนไลน์ที่แต่เดิมมีเฉพาะส่วนของออฟไลน์ โดยอาจกำหนดตัวแปรอิสระทางการตลาดดิจิทัลอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจเพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่อไป

5.1.2 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการทดสอบกับกลุ่มผู้ประกอบการภายในในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้มาจะไม่ครอบคลุมกับผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศ ดังนั้น สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างให้ใหญ่ขึ้นเพื่อจะได้ผลการวิจัยที่มีความถูกต้องแม่นยำสูงขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ อธิบายความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการออกแบบนโยบาย แนวทาง กลยุทธ์ วิธีการที่พัฒนาธุรกิจเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยได้อย่างมีคุณภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กนกเนตร จันทบาล และคณะ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2564, จาก <http://www.dbd.go.th/edirectory/>
- จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2562). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาดหลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 41(159), 1-32.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ สายสวาท โคตรสมบัติ และ ดารณี เกตุขมภู. (2564). อิทธิพลการตลาดดิจิทัลที่มีต่อผลการดำเนินงานกิจการของโรงแรมในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 11(3), 83-99.
- ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ. (2555). ตัวแบบความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดกลยุทธ์นวัตกรรมทางการตลาดและความตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีต่อการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานทางการตลาดในโรงแรมระดับสี่และห้าดาวในประเทศไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์, 26(78), 121-124.
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). Digital marketing: Concept & case study. นนทบุรี : บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.
- ดาริกา แสนพวง และ สุตาพรรณ อาจกล้า. (2565). ศึกษาปัญหาและการพัฒนาความเชื่อมโยงระบบการตลาดระบบโลจิสติกส์แบบเบ็ดเสร็จ 4.0 กลุ่มธุรกิจภาคอุตสาหกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 12(1), 45-60.
- ฉัญญ์วี ธรศิริบุญโรจน์ กฤษฏา ตันเปาว์ และ กัญญามน กาญจนหาญกุล. (2562). กลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาผ่านช่องทางดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารสมาคมนักวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 24(1), 72-84.
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2550). ภาวะผู้นำและกลยุทธ์การจัดการองค์การพยาบาลในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพรรณ ตาลประเสริฐ. (2561). อิทธิพลของการตลาดดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ฤทธิ์เดชา ตาบุญใจ. (2562). กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค: กรณีศึกษา การขายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านทางเฟซบุ๊ก. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- วรดา ต่อวัฒนกิตติกุล และ ศศิประภา พันธนาเสรี. (2563). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของธนาคารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเคพลัสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 9(2), 81-95.
- วิภาดา อำไพ จิรพล จิยะจันทร์ และ ตรีนตร ตันตระกูล. (2562). อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการค้าและการบริการ. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 16(1), 114-127.
- ศิโรตม์ เียนธะทา. (2563). กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สมบุญ สूरียงศ์ และคณะ. (2552). *Educational Research and Statistics: วิจัยและสถิติทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2565, จาก <https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>
- อารีรัตน์ ปานสุภวัชร และ ประวีณ ปานสุภวัชร. (2562). กลยุทธ์การบูรณาการทักษะด้านการตลาดดิจิทัลผลการดำเนินงานทางการตลาดและความอยู่รอดขององค์การของธุรกิจขายปลีกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กในประเทศไทย. วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 8(15), 14-27.
- อินทร์ อินอุ้นโชติ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดดิจิทัลเชิงเนื้อหา กับความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีกและบริการในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Berdie, D. R., Anderson, J. F., & Niebuhr, M. A. (1986). *Questionnaires: design and use*. New Jersey : Scarecrow Press.
- Duarte, P., Silva, S. C., & Ferreira, M. B. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 161-169.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). New York : Pearson.
- Nunnally, J. (1967). *Psychometric theory*. New York : McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York : Harper & Row.

การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

Promoting the Use of technology in the digital society to Raise Income Community Enterprise in Kanchanaburi Province

นิรุต์ จรเจริญ* มาลินี คำเครือ² พชรินทร์ บุญสมธป³ พชรณัฐ ไคนุ่นภา⁴ และคมสัน ศรีบุญเรือง⁵
Nirut Jomcharoen* Malinee Kumkrua² Patcharin Boonsomthop³ Phacharanat Kainunpa⁴ and Komsan Sriboonruang⁵

Received : March 16, 2023 Revised : August 25, 2023 Accepted : June 1, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี 2) พัฒนารูปแบบแนวทางการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี และ 3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (mixed methods research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 291 คน จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสนทนากลุ่มจากผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ขึ้นทะเบียนเป็นโอท็อป ผู้เชี่ยวชาญจากสายวิชาการที่เชี่ยวชาญด้านการจัดการ การบัญชี เทคโนโลยีดิจิทัล การตลาด และการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดกาญจนบุรี สำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งสิ้น จำนวน 12 คน ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก 2) รูปแบบแนวทางการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน คือ Smart Community Enterprises: 3E's Model ได้แก่ Easy: ใช้ง่าย Effective: ใช้ (ได้ผล) ดี และ Engage: มีส่วนร่วม และ 3) ผลการประเมินการฝึกอบรมการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อเสนอแนะพบว่า ผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาเป็นเรื่องของการถ่ายภาพ/การอัดคลิป VDO สินค้า ไม่มีการรีวิวสินค้าบนสื่อออนไลน์ และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานสินค้า จึงส่งผลทำให้ไม่สามารถนำเสนอเรื่องราวด้วยวิธีการรีวิวบนสื่อสังคมออนไลน์ มีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในเรื่องการบริหารคลังสินค้าและวัตถุดิบด้วยระบบคอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นสื่อกลางในการติดต่อซื้อขาย การสร้างร้านค้าออนไลน์ การตลาดออนไลน์ ความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ที่จะมาช่วยยกระดับรายได้ของตนให้สูงขึ้น และรูปแบบแนวทางการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ควรเป็นรูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ใช้งานง่ายเหมาะสมกับผู้สูงวัยที่เป็นผู้ประกอบการหรือ

สมาชิกวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งเมื่อใช้แล้วควรมีประสิทธิภาพที่ดี สามารถเกิดการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ประกอบการหรือสมาชิกกับแพลตฟอร์มที่ใช้งาน

คำสำคัญ : เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัล วิสาหกิจชุมชน ยกกระดับรายได้

^{*2,3,4} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

^{*2,3,4} Assistant Professor, Faculty of Management Science, Kanchanaburi Rajabhat University

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

⁵ Assistant Professor, Faculty of Faculty of Education, Kanchanaburi Rajabhat University

*Corresponding author E-mail: Jorncharoen@kru.ac.th

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the problems and needs of using technology in a digital society to raise the income of community enterprises in Kanchanaburi Province, 2) to develop an appropriate approach for using technology in a digital society to raise the income of community enterprises in Kanchanaburi Province, and 3) promoting the use of appropriate digital technology to raise the income level of community enterprises in Kanchanaburi Province, using mixed methods research. Quantitative research was conducted using a questionnaire from a sample of 291 participants, including entrepreneurs and members of community enterprises in Kanchanaburi Province by multi-stage random sampling. And Qualitative research involves conducting focus group discussions with entrepreneurs and members of community enterprises that have products registered as OTOP, experts from academic disciplines specializing in management, accounting, digital technology, marketing, as well as communication and public relations, and related personnel from government agencies from Provincial Community Development Office of Kanchanaburi, Office of Small and Medium Enterprise Promotion and Kanchanaburi Provincial Agricultural Extension Office, totaled 12 people. Quantitative data were analyzed by descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation. and qualitative data were used for content analysis. The findings were as follows: 1) the problematic state of using technology in a digital society to raise community enterprise income. Overall, all aspects moderate, the need for technology in a digital society to raise community enterprise income overall aspects, 2) Guidelines for using digital technology to raise income of community enterprises is Smart Community Enterprises: 3E's Model, i.e., Easy: easy to use, Effective: good (effective), and Engage: participate, and 3) evaluation results of training to promote the use of digital technology to raise community enterprise income. Overall, all aspects at the highest level. The feedback and recommendations reveal that entrepreneurs and members of community enterprises face challenges regarding their skills in photography and videography for product presentations. There are no product reviews on online platforms, and a lack of knowledge and

understanding about product quality standards. As a result, this prevents the ability to present narratives through online social media reviews. There is a demand for utilizing digital technology for inventory and raw material management through computer systems. The use of digital technology serves as an intermediary for purchasing and selling, establishing online stores, and conducting online marketing. Comprehensive knowledge about online marketing is sought to enhance their income by elevating their understanding of online marketing strategies. The guidelines for using digital technology to raise income of community enterprises in Kanchanaburi province should entail a participatory and practical training approach. This approach should be conducted through a user-friendly digital platform, catering to older entrepreneurs or community members. Additionally, upon implementation, it should demonstrate a high level of effectiveness and foster active engagement between entrepreneurs or members and the platform used.

Keywords : Technology in the Digital Society, Community Enterprise, Raise Income

1. บทนำ

การเพิ่มขีดความสามารถและการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจสังคมในชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมในชุมชนที่อยู่ในเศรษฐกิจฐานรากที่เปรียบเสมือนชุมชนนวัตกรรมท้องถิ่น การเพิ่มขีดความสามารถให้เศรษฐกิจฐานรากนั้นให้ความเข้มแข็งถือว่ามีความสำคัญอย่างมากที่เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนความเหลื่อมล้ำของรายได้ เศรษฐกิจฐานรากให้ลดน้อยลง การมีรายได้น้อยเป็นสาเหตุประการหนึ่งที่ส่งผลต่อความยากจน และทำให้เกิดปัญหาในระบบเศรษฐกิจประชาชาติ สาเหตุของความยากจนเกิดจากหลายประการ หากมองในมุมมองของนักเศรษฐศาสตร์ ความยากจนเกิดจากความไม่เสมอภาคในการกระจายผลประโยชน์จากเจ้าของปัจจัยการผลิต เจ้าของแรงงาน เจ้าของที่ดิน เจ้าของทุน และผู้ประกอบการ ซึ่งผลประโยชน์ในที่นี้หมายถึงค่าจ้าง ดอกเบี้ย กำไร จากความไม่ทั่วถึงของการกระจายผลประโยชน์นำมาสู่ความไม่เสมอภาคในระบบเศรษฐกิจประชาชาติ (Townsend, 1979) จากความเหลื่อมล้ำของรายได้ทำให้โอกาสในการเข้าถึงระบบความช่วยเหลือของภาครัฐไม่เท่าเทียมกัน อันจะนำมาสู่การขาดโอกาสเข้าถึงทรัพยากรที่จะช่วยในการพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมทั้งการพึ่งพาตนเองและการจัดการตนเองให้ก้าวข้ามผ่านการมีรายได้น้อยได้โดยอาศัยองค์ความรู้ในตัวและทรัพยากรจากท้องถิ่นผสมผสานกับความสมัยใหม่จากการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีดิจิทัลจนเกิดเป็นนวัตกรรมท้องถิ่น ในปัจจุบันภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ จึงส่งผลให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถด้านนวัตกรรมโดยใช้เทคโนโลยีมาผสมผสาน จนทำให้สามารถจัดหรือลดความยากจน ช่วยลดความเหลื่อมล้ำและกระจายรายได้อย่างทั่วถึง เพิ่มความเข้มแข็งของศักยภาพในท้องถิ่นซึ่งเป็นการวางรากฐานที่มั่นคงทางเศรษฐกิจไทยในอนาคตจนกลายเป็นศูนย์กลางความเจริญในท้องถิ่นด้วยนวัตกรรม (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563)

การที่ภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและสร้างนวัตกรรมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล จึงนำไปสู่กระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากที่เป็นกลไกสำคัญในการขจัดปัญหาการมีรายได้น้อย เศรษฐกิจของประเทศจะมีความเข้มแข็งได้ย่อมเกิดจากเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็ง ในอดีตภาครัฐมีโครงการที่เรียกว่าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดจากระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 เป็นโครงการวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลายาวนาน ในสมัยนั้นเป็นโครงการที่น่าสนใจและเป็นประเด็นที่ทำนาย

โดยเป็นโครงการที่รัฐบาลส่งเสริมให้ชาวบ้านในแต่ละตำบลสร้างอาชีพในการผลิตสินค้าเพื่อออกจำหน่าย โดยสร้างสินค้าที่เป็นสินค้าประจำตำบลนั้นจนเกิดเป็นศูนย์โอท็อปกระจายอยู่ในท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก หลังจากเปลี่ยนรัฐบาลนโยบายดังกล่าวไม่ได้ถูกขับเคลื่อนอย่างจริงจังมากนัก วิสาหกิจชุมชนเริ่มล้มหายตายจากเนื่องจากหน่วยงานท้องถิ่นไม่ได้รับนโยบายจากส่วนกลางในการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง บางแห่งหยุดพัฒนาหรือขาดผู้ดูแลสานต่อโครงการ ปัจจุบันยังคงมีวิสาหกิจชุมชนที่ยังคงรวมตัวกันและดำเนินกิจการมาอย่างต่อเนื่อง ยังคงรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างรายได้ให้เกิดการพึ่งพาตนเองให้กับครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน สิ่งสำคัญของวิสาหกิจชุมชน คือ การรวมตัวกันโดยใช้ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม วิถีชีวิตพื้นบ้าน โดยร่วมกันทำกิจกรรมด้วยกันเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง และสามารถต่อยอดให้ระบบเศรษฐกิจฐานบนแข็งแกร่งด้วยฐานรากที่แข็งแรง (ณัฏฐ์ บุญเพื่อน, 2559) จึงกล่าวได้ว่า หากจะมุ่งเน้นแก้ไขปัญหามีรายได้น้อย เพื่อนำไปสู่การสร้างโอกาสให้มีการเข้าถึงการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเท่าเทียม อันจะนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำและกระจายรายได้อย่างทั่วถึง การยกระดับรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนจึงถือได้ว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพให้กับเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งอย่างมั่นคงทางเศรษฐกิจไทย

ปัจจุบันการรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่นลดน้อยลง จนโครงการวิสาหกิจชุมชนอย่างโอท็อปไม่ได้รับการพัฒนาและขาดความต่อเนื่อง นอกจากนี้สิ่งที่ภาครัฐผลักดันอย่างเห็นได้ชัด คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาร่วมเสริมสร้างรูปแบบการประกอบธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่อาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลักดัน การพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นไปอย่างรวดเร็วเกิดการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การสื่อสารของมนุษย์มีวิวัฒนาการได้อย่างรวดเร็ว สามารถสื่อสารถึงกันได้ง่ายภายในระยะเวลาอันสั้น เกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อมโยงกันอย่างกว้างขวางไม่มีขอบเขตเปรียบเสมือนโลกไร้พรมแดน มนุษย์สามารถมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านเทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลได้ สำหรับเทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลในปัจจุบันนั้น ได้แก่ เฟซบุ๊ก ดิจิตัล อินสตาแกรม ไลน์ ทวิตเตอร์ เป็นต้น ยังรวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับสร้างหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร หรือธุรกรรมบนอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดจึงก่อให้เกิดปัญหาในมิติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจยังคงเป็นปัญหาสำคัญที่จะใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งจากการอาศัยเทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลให้กลุ่มคนสามารถมีความเข้าใจอีกทั้งยังมีทักษะในการใช้งานเพื่อยกระดับรายได้ให้กับตนเอง

ปัจจุบันพบว่า มีธุรกิจเติบโตอย่างก้าวกระโดดด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ ปัญหาที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชน คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการดำเนินกิจกรรม วิสาหกิจชุมชนถึงแม้ว่าจะขาดผู้สนับสนุน แต่สิ่งหนึ่งที่วิสาหกิจชุมชนมี คือ ทูทางความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่นในความสามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นเป็นชุมชนนวัตกรรม วิสาหกิจชุมชนมีต้นทุนทรัพยากรที่เข้มแข็งแต่ยังไม่สามารถนำพาวิสาหกิจชุมชนมาเทียบเท่าได้อย่างธุรกิจสตาร์ทอัพ เพียงเพราะขาดการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชน การประกอบธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลบนสังคมที่เรียกว่า ดิจิทัล จึงเป็นเรื่องใหม่และยากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จะสร้างและทำความเข้าใจ ดังนั้น การเข้าใจสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงจะเป็นหนทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

จากบทสรุปข้างต้นจึงนำมาสู่โครงการวิจัย เรื่อง การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำไปสู่การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ในการประกอบธุรกิจสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่เกิดจากการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง และเกิดการแก้ไขปัญหา

ความยากจน ความเหลื่อมล้ำของรายได้ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่น และสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจในสังคมท้องถิ่น โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาเรื่องการค้าขายได้น้อยในระบบเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม และนำมาสู่การพึ่งพาตนเองและการจัดการตนเองได้โดยใช้องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้สาทิภกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบแนวทางการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้สาทิภกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

2.3 เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้สาทิภกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 การจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็วมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งเห็นได้จากการเกิดขึ้นใหม่ของธุรกิจแบบใหม่จำนวนมาก โดยธุรกิจแนวใหม่ที่เกิดขึ้นจะถูกขับเคลื่อนด้วยองค์ประกอบทั้ง 3 ได้แก่ ตัวธุรกิจ เทคโนโลยี และการออกแบบ ก่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับสังคม มุมมองใหม่การแข่งขันทางธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล จะเห็นได้ว่าเป็นการแสวงหาและสรรหานวัตกรรมใหม่ที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหาในการดำรงชีวิต ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เทคโนโลยีดิจิทัลจึงกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างนวัตกรรม (นิรุฒ จรเจริญ, 2564) นอกจากนี้ แผนยุทธศาสตร์ของรัฐบาลยังได้มุ่งเน้นการผลิตบุคลากรสายดิจิทัลเพื่อรองรับความต้องการในตลาดแรงงาน หากธุรกิจเองไม่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลอาจส่งผลกระทบต่อการสร้างรายได้อย่างรุนแรง สิ่งที่สามารถดำเนินการได้คือต้องมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการสร้างระบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการความรู้ในงานด้านต่าง ๆ รองรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ไพศาล จันทรงษ์, 2561)

3.2 โซเชียลมีเดีย: เทคโนโลยีแห่งตัวตนและการสร้างอัตลักษณ์ในยุคสังคมหลังสมัยใหม่

ปัจจุบันโลกได้ก้าวสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ หรือเรียกว่าก้าวสู่ยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modern Society) มีการกล่าวถึงการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์บนโซเชียลมีเดียจำนวนมาก อัตลักษณ์หรือตัวตนเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาและรวดเร็ว จนเรียกได้ว่า โซเชียลมีเดียเปรียบเสมือน เทคโนโลยีของตัวตน (Technologies of the Self) ซึ่งหมายถึง การสร้างความเป็นตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์ มนุษย์ในศตวรรษที่ 21 การสร้างความเข้าใจในสื่อโซเชียลมีเดียจะช่วยให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อใหม่ได้ง่ายขึ้น มนุษย์สามารถที่จะเรียนรู้ประโยชน์จากสื่อได้และนำมาปรับปรุงสู่การพัฒนาสังคมหลังสมัยใหม่ ในขณะที่สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียมีทั้งข้อดีและข้อเสีย อีกทั้งหากนำไปใช้ในทางที่ถูกต้องจะช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้สื่อ จึงควรมีการผลักดันการให้ความรู้ในระดับบุคคล สถาบันครอบครัว สถานศึกษา สังคม และสื่อมวลชนรวมทั้งควรมีการบรรจุไว้ในการเรียนการสอนโดยเริ่มตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษา มีการกำกับดูแลในการใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชนที่เหมาะสมในการเข้าถึงเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในสื่อโซเชียลมีเดียและสื่อดิจิทัลสมัยใหม่อื่น ๆ (ฐิตินัน ค่อมมอณ, 2560)

3.3 นโยบายการนำประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัล

การวางรากฐานของประเทศด้วยการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล เป็นหนึ่งแนวทางการพัฒนาประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งนับได้ว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทยที่เป็นวิสาหกิจชุมชนในเศรษฐกิจฐานรากให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สามารถเพิ่มผลผลิต ขยายตลาด พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการได้ โดยมุ่งให้มีการทำธุรกิจผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิต สร้างธุรกิจการขายและบริการใหม่ ๆ ให้เกิดการต่อยอดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคและสนับสนุนการติดต่อประสานงานระหว่างธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

3.4 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าโอท็อปผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดกาญจนบุรี

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าโอท็อปผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้บริโภคมีการรับสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์การซื้อขายสินค้าโอท็อปในสื่อสังคมออนไลน์ และทราบถึงแหล่งสินค้าโอท็อปผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่รู้จักเป็นครั้งแรกจาก Facebook มากที่สุด โดยเหตุผลการเลือกซื้อพบว่ามีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ชอบซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยซื้อต่อครั้งประมาณ 500-1000 บาท และชำระค่าสินค้าโดยการโอนผ่านธนาคาร/ATM/Internet Banking สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ศึกษามี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการแบบเจาะจง และด้านการรักษาความปลอดภัย (มาลินี คำเครือ และธีระพันธ์ โชคอุดมชัย, 2562)

3.5 วิสาหกิจชุมชนปฏิวัติชนในการแข่งขันทางธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่มีความผูกพันกันทั้งวิถีชีวิตร่วมกัน เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ โดยพร้อมกับการเรียนรู้จากสิ่งต่าง ๆ จากชีวิตประจำวัน ไม่มีความซับซ้อนในการผลิต มุ่งหวังเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน วิสาหกิจชุมชนจึงมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจชุมชน ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงกลายเป็นความคาดหวังของคนในชุมชนที่จะใช้เป็นกลไกสำคัญในการจัดการทุนของชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง จนนำไปสู่การพาชุมชนไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจอย่างมืออาชีพต่อไป (อุทัย ปริญญานุสสนันท์, 2560)

3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี เป็นงานวิจัยที่มีความสอดคล้องกับแผนการวิจัยและสร้างนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กให้ประสบความสำเร็จในการยกระดับรายได้เพิ่มขึ้น โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประกอบธุรกิจในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาถึงสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งในงานวิจัยยังได้พัฒนารูปแบบแนวทางในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน และนำรูปแบบแนวทางนั้นมาถ่ายทอดเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้มีทักษะความรู้ความเข้าใจในการใช้งานภายใต้ยุคสังคมดิจิทัล โดยงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ ของโกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วันชัย (2562) ได้พัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการไว้ 5 องค์ประกอบ โดยรูปแบบที่พัฒนาเรียกว่า “SMART Entrepreneur Model” ได้แก่ 1) สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social Media) 2) เครื่องมือทางการตลาด (M: Marketing Tools)

3) หน่วยงานช่วยเหลือ (A: Assistants) 4) การเผยแพร่สินค้าโดยนักวิพากษ์หรือภาพถ่าย (R: Reviewer & Influencer) และ 5) เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital) ผู้วิจัยได้นำรูปแบบที่ได้จากงานวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด เพื่อนำมาใช้ศึกษาประเด็นสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี สภาพปัญหาและความต้องการมีประเด็นข้อคำถามที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของโกสินทร์ ชำนาญพล วรรณวีร์ บุญคุ้ม และ นรินทร์ สังข์รักษา (2559) ซึ่งองค์ประกอบ 5 ด้าน ของ “SMART Entrepreneur Model” มีความสอดคล้องกับรูปแบบดังกล่าวที่ถูกพัฒนาขึ้นจากแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล การตลาดบนอินเทอร์เน็ต การตลาดออนไลน์

โดยรูปแบบนี้มีชื่อเรียกว่า “DARE TO DREAM Market Network Model” ได้แก่ 1) การสร้างความโดดเด่นให้แหล่งท่องเที่ยว (Distinction: D) 2) การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Advertising: A) 3) การกำหนดราคาที่เหมาะสม (Reasonable Price: R) 4) การสร้างความสะดวกสบายในการรับบริการ (Easiness or Expedience: E) 5) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Tourism Network: T) 6) การจัดองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (Organizing: O) 7) การกระจายภาวะผู้นำ (Distributed Leadership: D) 8) การวิจัยการท่องเที่ยว (Research: R) 9) การให้การศึกษาแก่บุคลากร (Education: E) 10) การรับผิดชอบต่อสังคม (Accountability: A) และ 11) การใช้เครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tools: M) โดยทั้งรูปแบบ “DARE TO DREAM Market Network Model” และ “SMART Entrepreneur Model” ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบแนวทางการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งทั้ง 2 รูปแบบนั้นยังเป็นรูปแบบที่มีทิศทางเดียวกัน คือ เป็นการใช้ออกาสของการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลในการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชน และนอกจากความสามารถในด้านดิจิทัลแล้วศักยภาพในการแข่งขันจะสูงขึ้นได้นั้นยังคงต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงและมีหน่วยงานสนับสนุนช่วยเหลือเป็นพี่เลี้ยงด้วย รูปแบบในการยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนนั้นจะยิ่งเติบโตอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งสิ่งที่ได้กล่าวมาข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กร กรณีศึกษาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของ วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ เวทยา ใฝ่ใจดี และ ปรียากมล เอื้องอ้าย (2563)

การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กร เป็นการศึกษาถึงการเพิ่มความเร็วในกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จนถึงการส่งมอบสินค้าให้กับผู้บริโภค เป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจสู่ดิจิทัล และนอกจากแรงจูงใจดังกล่าวแล้วต้องอาศัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล คือ การได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงและหน่วยงานสนับสนุนช่วยเหลือเป็นพี่เลี้ยง ผู้บริหารระดับสูงจะได้รับประโยชน์ในด้านการตรวจสอบข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำ สำหรับอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล คือ การขาดความร่วมมือระหว่างฝ่ายการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง และการขาดทักษะความสามารถที่จำเป็นของบุคลากร ดังนั้น องค์กรจึงควรมีการสื่อสารให้บุคลากรเข้าใจและเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถพื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลจากหน่วยงานพี่เลี้ยง เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นในระดับสากลได้ จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะความชำนาญในด้านดิจิทัลก็ยิ่งช่วยให้การเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากดั้งเดิมสู่การเป็นธุรกิจในรูปแบบดิจิทัลได้ง่าย บุคลากรจึงควรได้รับการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลตามรูปแบบแนวทางที่เหมาะสม จึงจะส่งผลให้นำไปสู่การเพิ่มรายได้ที่เพิ่มในอนาคตอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้แล้วการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กรมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจสยาม สเตเดียม โสภเทล: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากเป็นงานวิจัยของ รัชมณ คลทงหล่อ และคณะ (2562) ทั้งนี้ การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลส่งผลทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้นอาจเป็นนวัตกรรมที่เป็นแนวคิดหรือนวัตกรรมที่เป็นผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้แล้วนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมาจะช่วยเหลือเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ นวัตกรรมทางธุรกิจจึงถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบที่หลากหลาย โดยประเด็นที่น่าสนใจ คือ การสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่จะสามารถสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้ต้องเป็นบุคคลที่มีทัศนคติเชิงบวก รักบริการ เชื้อมั่นในตัวเอง และนอกจากนั้น ต้องอาศัยปัจจัยในด้านเงินทุน พลังงาน การศึกษา ท่าเลที่ตั้ง และเทคโนโลยี ในส่วนของรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจที่ได้จะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่ 1) นวัตกรรมทางธุรกิจด้านการออกแบบตกแต่ง 2) นวัตกรรมทางธุรกิจด้านการตลาด 3) นวัตกรรมทางธุรกิจด้านการบริการ 4) นวัตกรรมทางธุรกิจด้านการบริหารและการกำกับดูแล และ 5) นวัตกรรมทางธุรกิจด้านความปลอดภัย จากผลการวิจัยผู้วิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจและพัฒนาในด้านอื่น ๆ ได้ เช่น 1) การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม 2) นวัตกรรมทางธุรกิจด้านการบริการ 3) การสร้างเครือข่ายธุรกิจ 4) การส่งเสริมคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม และ 5) การตลาดในยุคดิจิทัล ซึ่งในองค์ประกอบการตลาดยุคดิจิทัลจะเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยจะนำไปศึกษา ซึ่งเป็นมิติในการทำการตลาดออนไลน์ การตลาดผ่านอีเมล การตลาดผ่านการค้นหา การตลาดผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาดผ่านเว็บไซต์ ทั้งนี้จะนำไปสู่การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นประสพการณ์ สำหรับการทำการตลาดออนไลน์ในปัจจุบันพบว่าเมื่อเทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลมีการเปลี่ยนผ่านไปอย่างก้าวกระโดด ทักษะการใช้งานเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์สำหรับคนรุ่นเก่ายังถือได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญที่จะใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอย่างวิสาหกิจชุมชนได้ จึงต้องอาศัยกลุ่มคนที่เติบโตและใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลเป็นกำลังสำคัญในการช่วยเป็นพี่เลี้ยง ซึ่งรายละเอียดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแนวทางการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลของดิจิทัลเนทีฟ ของ นิติยา วงศ์ใหญ่ (2560)

ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native) เป็นกลุ่มคนที่เติบโตและใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเหล่านี้ต้องใช้อย่างรู้เท่าทันและใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อตนเองหรือแม้แต่ภาคธุรกิจ สำหรับการรู้ดิจิทัลเป็นทักษะที่ประกอบด้วยการค้นหา การประเมิน การใช้ร่วมกัน และการสร้างเนื้อหา หากจะแบ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลของดิจิทัลเนทีฟ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตรวมไปถึงสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ นอกจากนี้ใช้เป็นแล้วต้องเข้าใจสามารถคิด วิเคราะห์ ประเมิน สังเคราะห์สื่อดิจิทัลต่าง ๆ และการจัดการสารสนเทศเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมดิจิทัล ในส่วนสุดท้ายเป็นทักษะการสร้างสรรค์ สร้างเนื้อหาผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายได้อย่างถูกต้องและสร้างสรรค์การสื่อสารโดยใช้ความหลากหลายของสื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงจริยธรรม การปฏิบัติทางสังคมและการสะท้อนสิ่งที่ฝังอยู่ในการเรียนรู้ และการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการฝึกอบรมส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มีการใช้กลุ่มคนดิจิทัลเนทีฟซึ่งในที่นี้ผู้วิจัย เรียกว่า นวัตกรรมชุมชน โดยอาศัยกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้รู้สึกได้ว่ามีพี่เลี้ยงคอยให้คำปรึกษาและช่วยเหลือ และส่งผลให้เกิดพลังบวกในการนำความรู้และทักษะที่ได้ไปลงมือปฏิบัติจริงจนนำไปสู่การยกระดับได้ที่เป็นรูปธรรม

กล่าวโดยสรุป จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่กรอบแนวความคิดของงานวิจัย โดยใช้รูปแบบ “SMART Entrepreneur Model” 5 องค์ประกอบ (โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วนิชชัย, 2562) เป็นตัวแปรที่ศึกษาและทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสังเคราะห์ประเด็นที่สอดคล้อง แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ตัวแปรที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กร กรณีศึกษา ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ เวทยา ใฝ่ใจดี และปริญญมล เอื้องอ้าย, 2563) ประเด็นที่นำมากำหนดเป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับ “SMART Entrepreneur Model” ได้แก่ 1) การได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงและหน่วยงานสนับสนุนช่วยเหลือ 2) การฝึกอบรมทักษะความสามารถที่จำเป็นของบุคลากรจากหน่วยงานที่เลี้ยง 3) ความรู้ความสามารถพื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การถ่ายภาพ, การใช้แพลตฟอร์ม, การตลาดออนไลน์ เป็นต้น	1) หน่วยงานสนับสนุนช่วยเหลือเป็นพี่เลี้ยง (A: Assistants) 2) เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital)
นวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจสยาม สเตเดียม โฮสเทล: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก (รัชมณกุล ทองหล่อ และคณะ, 2562) ประเด็นที่นำมากำหนดเป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับ “SMART Entrepreneur Model” ได้แก่ 1) การตลาดในยุคดิจิทัล ได้แก่ การตลาดทางสังคมออนไลน์ การตลาดผ่านอีเมล การตลาดผ่านการค้นหา การตลาดผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล การตลาดผ่านเว็บไซต์ 2) กลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นประสิทธิผล	1) เครื่องมือทางการตลาด (M: Marketing Tools) 2) สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social Media) 3) การเผยแพร่สินค้าโดยนักรีวิวหรือภาพถ่าย (R: Reviewer & Influencer)
แนวทางการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลของดิจิทัลเนทีฟ (นิตยา วงศ์ใหญ่, 2560) ประเด็นที่นำมากำหนดเป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับ “SMART Entrepreneur Model” ได้แก่ 1) ทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตรวมถึงสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ 2) ทักษะการคิด วิเคราะห์ ประเมิน สังเคราะห์สื่อดิจิทัลต่าง ๆ 3) ทักษะการจัดการสารสนเทศเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมดิจิทัล	1) หน่วยงานช่วยเหลือเป็นพี่เลี้ยง (A: Assistants) 2) เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital) 3) สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social Media) 4) เครื่องมือทางการตลาด (M: Marketing Tools)
การจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (ไพศาล จันทวัชร์, 2561) ประเด็นที่นำมากำหนดเป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับ “SMART Entrepreneur Model” ได้แก่ 1) ธุรกิจแนวใหม่ที่เกิดขึ้นจะถูกขับเคลื่อนด้วยองค์ประกอบทั้ง 3 ได้แก่ ตัวธุรกิจ เทคโนโลยี และการออกแบบ	1) เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital) 2) เครื่องมือทางการตลาด (M: Marketing Tools)
โซเชี่ยลมีเดีย: เทคโนโลยีแห่งตัวตนและการสร้างอัตลักษณ์ในยุคสังคมหลังสมัยใหม่ (ฐิตินัน คอมนอน, 2560) ประเด็นที่นำมากำหนดเป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับ “SMART Entrepreneur Model” ได้แก่ 1) เทคโนโลยีของตัวตน (Technologies of the Self) ของมนุษย์ในศตวรรษที่ 21	1) เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital) 2) สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social Media) 3) การเผยแพร่สินค้าโดยนักรีวิวหรือภาพถ่าย (R: Reviewer & Influencer)

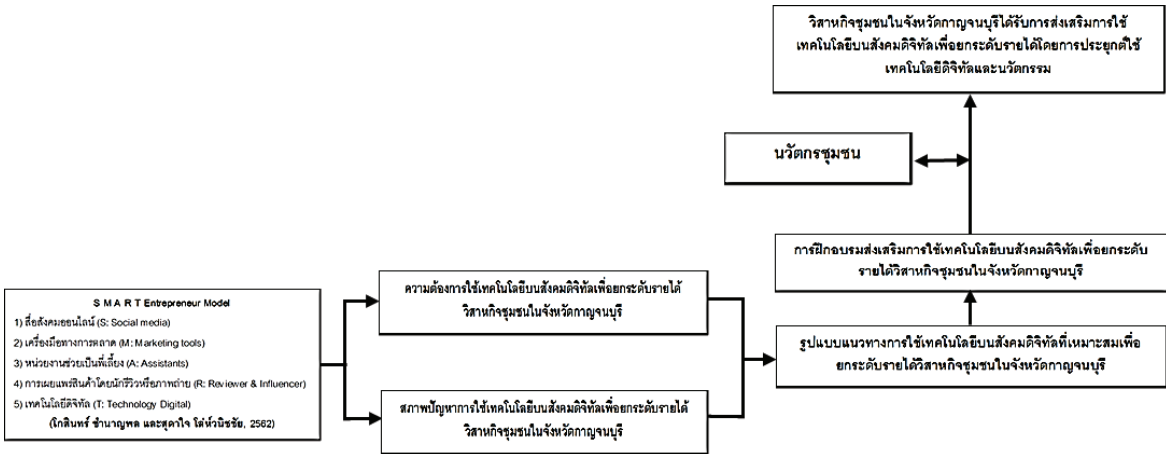
ตาราง 1 ตัวแปรที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
นโยบายการนำประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ประเด็นที่นำมากำหนดเป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับ “SMART Entrepreneur Model” ได้แก่ 1) การทำธุรกิจผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	1) เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital) 2) สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social Media)

3.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้กำหนดกรอบแนวคิด ซึ่งได้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยใช้รูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ (โกสินทร์ ชำนาญพล และ สุดาใจ โล่ห์วนิชชัย, 2562) มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบตัวแปร และใช้เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากตาราง 1 มาสังเคราะห์จนได้กรอบแนวคิด แสดงดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดการวิจัย



4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

4.1 สำหรับวิธีการดำเนินงานวิจัยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

4.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องจักรสาน สุขภาพ ผ้าทอ สมุนไพร เครื่องไม้ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องหนัง จำนวน 1,061 ราย (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2565) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องจักรสาน สุขภาพ ผ้าทอ สมุนไพร เครื่องไม้ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องหนัง จำนวน

291 ราย โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรในการคำนวณขนาดตัวอย่างที่นิยมใช้เมื่อทราบประชากรที่แน่นอน คือ สูตรของ Yamanae (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 5\%$ ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่กาญจนบุรี โดยแบ่งพื้นที่ตั้งเป็น 13 อำเภอ โดยแต่ละอำเภอมีจำนวนตำบลที่แตกต่างกัน

ขั้นตอนที่ 2 จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยสุ่มผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 90 ตำบล จากทั้ง 13 อำเภอ สุ่มตำบลในแต่ละอำเภอโดยการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลากในอัตราร้อยละ 50 ซึ่งได้จำนวน 48 ตำบล

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรีในเขตตำบลที่สุ่มได้ จำนวนทั้งสิ้น 291 คน จาก 48 ตำบล ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้และจะใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ $n = 291$ เมื่อจัดสรรขนาด ตัวอย่างนี้ไปตามเขตที่สุ่มได้ในแต่ละประเภทที่ตกเป็นตัวอย่างในขั้นตอนที่ 3 โดยวิธีการจัดสรรแบบเป็นสัดส่วนกับขนาด (Allocation Proportional to Size) ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างจากเขตที่สุ่มได้ของแต่ละประเภทแบบเป็นสัดส่วนกับขนาด

ขั้นตอนที่ 4 หลังจากทราบขนาดตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) ไปในตำบลที่สุ่มได้ รายละเอียดแสดงขนาดตัวอย่างจากเขตที่สุ่มได้ของแต่ละอำเภอเป็นสัดส่วนกับขนาดแสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงขนาดตัวอย่างจากเขตที่สุ่มได้ของแต่ละอำเภอเป็นสัดส่วนกับขนาด

อำเภอ	จำนวนตำบล	จำนวนตำบลที่สุ่มได้	ขนาดตัวอย่าง*
ห้วยกระเจา	4	2	12
ท่ามะกา	17	9	55
ไทรโยค	6	3	18
พนมทวน	8	4	24
เมืองกาญจนบุรี	13	7	42
เลาขวัญ	7	4	24
ศรีสวัสดิ์	4	2	12
สังขละบุรี	2	1	6
หนองปรือ	3	2	12
ด่านมะขามเตี้ย	4	2	12
ทองผาภูมิ	5	3	18
ท่าม่วง	12	6	36
บ่อพลอย	5	3	18
รวม	90	48	291 คน

* ใช้วิธีการจัดสรรแบบเป็นสัดส่วนกับขนาด

4.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามสำหรับสอบถามสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัล ประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 3 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 3 ข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษารายละเอียดจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาตั้งเป็นคำถามในแบบสอบถาม จำนวน 50 ข้อ โดยตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิร์ต (Likert Scale) (Likert, 1932)

4.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลฯ จากการใช้แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนของขนาด และวิธีการสุ่มแบบบังเอิญโดยวิธีการเก็บด้วยตนเอง จำนวน 291 ชุด หากข้อมูลยังไม่ครบถ้วนจะทำการเก็บรวบรวมโดยลงไปเก็บอีก 2-3 รอบ และทำการตรวจสอบเพื่อนำมาวิเคราะห์

4.1.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือใช้การทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์ระดับความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ประเมินผลโดยอิงเกณฑ์ หากค่าเฉลี่ยเมื่อทำการวิเคราะห์แปลผลและกำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ซึ่งมีช่วงกว้างเท่า ๆ กัน สามารถคำนวณโดยใช้สูตรสมการทางคณิตศาสตร์ ดังนี้ (Fisher, 1950)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$0.8 = \frac{(5 - 1)}{5}$$

4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด, 3.41-4.20 หมายถึง มาก 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 1.81-2.60 หมายถึง น้อย และ 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

4.1.5 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของสำนวนและภาษาที่ใช้ มีผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.87 และทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) วิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับประชากรที่ทำการศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า แบบสอบถามในแต่ละด้านมีระดับความเชื่อมั่นโดยรวมทั้งฉบับเฉลี่ยเท่ากับ 0.95 ซึ่ง Nunnally และ Bernstein (1994) ได้เสนอไว้ 0.7-0.95 สรุปได้ว่า แบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีและนำไปใช้ได้

4.2 สำหรับวิธีการดำเนินงานวิจัยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบแนวทางการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

4.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม โดยนำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาพัฒนาเป็นข้อคำถามเพื่อจุดประเด็นการสนทนากลุ่ม

4.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่มจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งสิ้น จำนวน 12 คน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก ได้แก่

- 1) ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรีที่มีผลิตภัณฑ์ขึ้นทะเบียนโอท็อป จำนวน 3 คน
- 2) ผู้เชี่ยวชาญจากสายวิชาการที่เชี่ยวชาญด้านการจัดการ การบัญชี เทคโนโลยีดิจิทัล การตลาด และการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน
- 3) บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดกาญจนบุรี และสำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 คน

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การพัฒนารูปแบบแนวทางการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งเป็นวิธีที่มีความเที่ยงตรงสูงเพื่อสำรวจความคิดเห็น ประสบการณ์ และมุมมองของผู้ให้ข้อมูล เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการสำรวจและทำความเข้าใจ เจตคติ ความรู้สึก ความเชื่อ และอารมณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Dos Santos Marques, Fouad, Vickers, & Searinci, 2020) และทำการตรวจสอบด้วยวิธีวิทยาวิจัยสามเเล้าด้านข้อมูล (Jick, 1979) และการยืนยันข้อมูลโดยวิธีการสนทนากับผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งสิ้น จำนวน 12 คน โดยใช้เนื้อหาที่มีองค์ประกอบหลัก 5 ประการ คือ 1) สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social media) 2) เครื่องมือทางการตลาด (M: Marketing tools) 3) หน่วยงานช่วยเหลือ (A: Assistants) 4) การเผยแพร่สินค้าโดยนักรีวิวหรือภาพถ่าย (R: Reviewer & Influencer) และ 5) เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital) ซึ่งการสนทนากลุ่มได้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญใน 2 เรื่อง ได้แก่ สภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน นำไปสู่การพัฒนารูปแบบแนวทางการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน

4.3 สำหรับวิธีการดำเนินงานวิจัยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

4.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ขึ้นทะเบียนเป็นโอท็อป โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 12 แห่ง (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563) โดยเลือกแบบเจาะจง จำนวน 30 คน

4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบประเมิน สำหรับประเมินผลการฝึกอบรม แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนประเมินด้านเนื้อหา จำนวน 6 ข้อ ซึ่งเป็นการประเมินเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับ เนื้อหาสาระตรงกับความต้องการและความสนใจ มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชน ระยะเวลาในการฝึกอบรม เนื้อหาที่น่าสนใจมีความสอดคล้องกับชื่อกิจกรรม ความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง ส่วนด้านวิทยากร จำนวน 10 ข้อ ซึ่งเป็นการประเมินผลต่อวิทยากรอบรมเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อม บุคลิกภาพ การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายชัดเจนเหมาะสม การใช้เอกสาร สื่อประกอบการบรรยายและอุปกรณ์ในการอบรมเหมาะสม เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นและซักถาม การตอบคำถามชัดเจน และมีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับหัวข้อที่ชี้แจง โดยแบบประเมินผลเป็นแบบสอบถามมาตราประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิร์ต (Likert Scale) (Likert, 1932)

4.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบประเมินเก็บรวบรวมข้อมูลการประเมินผลหลังจากการฝึกอบรม จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 30 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมอบรมกลุ่มเดียวกันที่เคยอบรมครั้งแรก

4.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 2 ครั้ง โดยใช้รูปแบบแนวทางที่พัฒนาขึ้นจากประเด็นที่ 2 และหลังจากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการประเมินผลการฝึกอบรมหลังการฝึกอบรมเพื่อวัดระดับความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน สำหรับประเมินผลการฝึกอบรม แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนประเมินด้านเนื้อหา และด้านวิทยากร เป็นแบบสอบถามมาตราประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการแปลความหมายใช้เกณฑ์ประเมินผลโดยอิงเกณฑ์ หากค่าเฉลี่ยเมื่อทำการวิเคราะห์แปลผลและกำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ซึ่งมีช่วงกว้างเท่า ๆ กัน (Fisher, 1950) เช่นเดียวกับวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด, 3.41-4.20 หมายถึง มาก, 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง, 1.81-2.60 หมายถึง น้อย, 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

4.4 การพิทักษ์สิทธิผู้ร่วมวิจัย

ผู้วิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมโครงการวิจัยที่ทำในคนจากสำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เลขที่ COA NO. 027/2565 โดยดำเนินการใช้เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (Participant Information Sheet) และหนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมในโครงการวิจัย (Informed Consent Form) เพื่อชี้แจงรายละเอียดของโครงการ รวมทั้งแจ้งให้ผู้เข้าร่วมวิจัยทราบว่าข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัยจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ตลอดจนผู้เข้าร่วมวิจัยมีสิทธิไม่เข้าร่วมหรือถอนตัวจากโครงการวิจัยเมื่อใดก็ได้ โดยไม่ส่งผลกระทบใด ๆ ต่อผู้เข้าร่วมวิจัย

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุป และอภิปรายผล

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 66.30 และเพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 และ อายุ 41-50 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 70.10 รองลงมา ปริญญาตรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และปริญญาโท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ในวิสาหกิจชุมชนประเภทการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 39.90 รองลงมา ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 และ อื่น ๆ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนดำเนินการมาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 62.90 รองลงมา 10-20 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และ 21-30 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 และส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในวิสาหกิจชุมชนที่มีรายได้รวมกำไรเฉลี่ยต่อเดือน 0-10,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 47.10 รองลงมา 10,001-50,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และ 50,001-100,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน แสดงรายละเอียดดังตาราง 3-4

ตาราง 3 ผลการศึกษาสภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี (n=291)

สภาพปัญหา 5 องค์ประกอบ	ระดับสภาพปัญหา		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social Media)	2.61	0.68	ปานกลาง
2. เครื่องมือทางการตลาด (M: Marketing Tools)	2.84	0.74	ปานกลาง
3. หน่วยงานช่วยเป็นที่ปรึกษา (A: Assistants)	2.83	0.75	ปานกลาง
4. การเผยแพร่สินค้าโดยนักรีวิวหรือภาพถ่าย (R: Reviewer & Influencer)	2.85	0.74	ปานกลาง
5. เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital)	2.83	0.74	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.80	0.73	ปานกลาง

จากตาราง 3 พบว่า สภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.80$, S.D.=0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่วิสาหกิจชุมชนมีปัญหามากที่สุด คือ การเผยแพร่สินค้าโดยนักรีวิวหรือภาพถ่าย รองลงมา เครื่องมือทางการตลาด หน่วยงานช่วยเป็นที่ปรึกษา เทคโนโลยีดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ ตามลำดับ

ตาราง 4 ผลการศึกษาความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี (n=291)

ความต้องการใช้ 5 องค์ประกอบ	ระดับความต้องการ		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social Media)	3.62	0.70	มาก
2. เครื่องมือทางการตลาด (M: Marketing Tools)	3.64	0.70	มาก
3. หน่วยงานช่วยเป็นพี่เลี้ยง (A: Assistants)	3.62	0.70	มาก
4. การเผยแพร่สินค้าโดยนักรีวิวหรือภาพถ่าย (R: Reviewer & Influencer)	3.55	0.65	มาก
5. เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital)	3.80	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.65	0.70	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.65$, S.D.=0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่วิสาหกิจชุมชนมีความต้องการมากที่สุด คือ สื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา สื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ หน่วยงานช่วยเป็นพี่เลี้ยง และการเผยแพร่สินค้าโดยนักรีวิวหรือภาพถ่าย ตามลำดับ

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การพัฒนารูปแบบแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ความรู้ที่ได้ทำการสนทนากลุ่มของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสายวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และตัวแทนวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งรายละเอียดในการสังเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการสนทนา ผู้วิจัยใช้รูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ “SMART Entrepreneur Model” 5 องค์ประกอบ (โกสินทร์ ชำนาญพล และ สุดาใจ โล่ห์วันชัย, 2562) เป็นแนวทางในการสังเคราะห์ จากรายละเอียดการสนทนากลุ่ม พบว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยกลางคนขึ้นไปจนถึงผู้สูงอายุ ซึ่งเติบโตมาในยุคที่การติดต่อสื่อสารยังไม่มี การเข้าถึงเทคโนโลยีที่สะดวกและรวดเร็วเช่นในปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลที่จะนำมายกระดับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีควรใช้งานง่าย เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยกลางคนขึ้นไปจนถึงผู้สูงอายุ ซึ่งเติบโตมาในยุคที่การติดต่อสื่อสารยังไม่มี การเข้าถึงเทคโนโลยีที่สะดวกและรวดเร็วเช่นในปัจจุบัน ดังนั้น รูปแบบแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับกลุ่มนี้จึงต้องอาศัยเครื่องมือที่มีความง่ายในการใช้งาน หรือมีการใช้งาน/ลูกเล่นที่ไม่ซับซ้อนที่ยากแก่การทำความเข้าใจ ต้องไม่ใช้เวลาในการศึกษา/ฝึกฝนฝึกใช้งานมากนัก เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับวิสาหกิจของตนเองได้จริง โดยไม่ต้องพึ่งพาบุคลากร ดังนั้น เทคโนโลยีดิจิทัลที่จะนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมควรมีความง่ายในการใช้งาน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน

นอกจากแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ต้องใช้งานง่ายแล้ว เทคโนโลยีดิจิทัลที่วิสาหกิจชุมชนเลือกใช้งาน ควรเป็นแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์อย่างรอบด้าน ทั้งตัวผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละแห่ง โดยวิสาหกิจชุมชนควรวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของผลิตภัณฑ์ของตน เปรียบเทียบกับคู่แข่งในกลุ่มสินค้าเดียวกันด้วย รวมถึงกำหนดตำแหน่งครองใจ (Product Positioning) ให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัลที่เลือกใช้ควรตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตนเอง เนื่องจากปัจจุบันความต้องการของมนุษย์มีความหลากหลายทั้งความชอบ ความต้องการไลฟ์สไตล์ การดำเนินวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ควรมีการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจตัวตนของกลุ่มเป้าหมายจะได้สื่อสารออกไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตรงจุด สุดท้ายการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ควรตอบโจทย์ด้านความสะดวกและสามารถส่งเสริมการขาย/ปิดการขายได้ การเลือกแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถเจาะจงกลุ่มลูกค้าได้ หรือสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ย่อมทำให้ผลิตภัณฑ์ถูกนำเสนอจนเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด (สามารถเพิ่มการยิงโฆษณา/การโปรโมทเพจ/การทำแชทอัตโนมัติ/ ฯลฯ ที่ช่วยส่งเสริมการขายได้) ดังนั้น กลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถใช้กับวิสาหกิจชุมชนแล้วต้องมีลักษณะใช้แล้วได้ผลดี

จากการสนทนากลุ่มยังพบประเด็นที่สำคัญ คือ กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย โดยสืบทอดกิจการกันมาในลักษณะของภูมิปัญญา ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชนจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะตัว รวมถึงมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน โดยเป็นการนำภูมิปัญญาของแต่ละพื้นที่มาผนวกเข้ากับผลิตภัณฑ์ของตนเอง แนวทางส่งเสริมควรเป็นเทคโนโลยีที่สามารถนำเสนอความน่าสนใจ ดึงดูดความสนใจจากภาพ คลิปวิดีโอสั้น ๆ หรือนักเรียวในท้องถิ่นที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์หรือท้องถิ่นของตนได้ ก็จะทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงการพูดถึงในวงกว้าง โดยอาจเป็นการอบรมให้กับกลุ่มวัยรุ่น/วัยทำงานที่มีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มากกว่าผู้สูงอายุ และสร้างเป็นนวัตกรรมชุมชน เป็นตัวแทนในการนำเสนอชุมชน บอกเล่าเรื่องราวของชุมชนต่อไป ซึ่งอาจเสริมองค์ความรู้แก่บุคลากรที่จะมาดูแลงานด้านการเผยแพร่สื่อ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับ การถ่ายภาพสินค้าให้น่าสนใจ ความคิดสร้างสรรค์ การถ่ายวิดีโอ การติดต่อ การตกแต่งภาพ การทำเว็บไซต์ การทำแอนิเมชัน การตลาดดิจิทัล กฎหมาย PDPA พรบ. คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ทั้งนี้ ผู้ที่ดูแลด้านการมีส่วนร่วมควรมีการอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบคำถามแก่กลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับนักนวัตกรรมชุมชนในการเป็นทูตสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนต่อไป

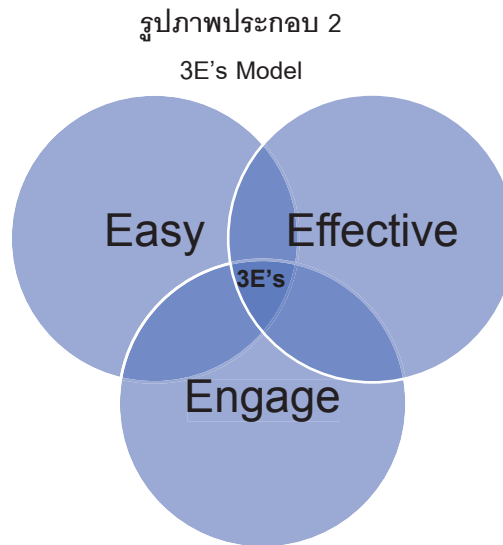
จากการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทุกท่านมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า รูปแบบแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ควรลักษณะดังต่อไปนี้

1) เทคโนโลยีดิจิทัลควรมีลักษณะที่ง่ายในการใช้งาน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เครื่องมือที่มีความง่ายในการใช้งาน หรือมีการใช้งาน/ลูกเล่นที่ไม่ซับซ้อนที่ยากแก่การทำความเข้าใจ ต้องไม่ใช้เวลาในการศึกษา/ฝึกฝนฝึกใช้งานมากนัก เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับวิสาหกิจของตนเองได้จริง โดยไม่ต้องพึ่งพาบุคลากรอื่น ซึ่งคำว่า “ง่าย” ตรงกับคำว่า “Easy”

2) เทคโนโลยีดิจิทัลควรเป็นแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์อย่างรอบด้าน เป็นแพลตฟอร์มที่เมื่อเลือกใช้แล้ว ควรตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตนเอง ความสะดวกและสามารถส่งเสริมการขาย/ปิดการขายได้ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ และทำให้ผลิตภัณฑ์ถูกนำเสนอจนเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด เมื่อเลือกใช้งานแล้วต้องได้ผลที่ดีด้วย ซึ่งคำว่า “ใช้ (ได้ผล) ดี” ตรงกับคำว่า “Effective”

3) เทคโนโลยีดิจิทัลควรมีลักษณะที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้ ทั้งในการนำเสนอความน่าสนใจ ดึงดูดความสนใจจากภาพ คลิปวิดีโอสั้น ๆ หรือนักเรียวในท้องถิ่นที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์หรือท้องถิ่นของตนได้ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงการพูดถึงในวงกว้าง มีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา การเผยแพร่สื่อ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การถ่ายภาพสินค้าให้น่าสนใจ ความคิดสร้างสรรค์ การถ่ายวิดีโอ การติดต่อ การตกแต่งภาพ การทำเว็บไซต์ การทำแอนิเมชัน การตลาดดิจิทัล กฎหมาย PDPA พรบ. คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ซึ่งคำว่า “การมีส่วนร่วม” ตรงกับคำว่า “Engage”

จากการสรุปรายละเอียดทั้ง 3 ประเด็นข้างต้น จึงทำให้ได้ที่มาของรูปแบบแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ที่เรียกว่า Smart Community Enterprises: 3E's Model แสดงดังรูปภาพประกอบ 2



5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

จากรูปแบบแนวทางที่เหมาะสมของ 3E's Model ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์-สังเคราะห์ข้อมูลออกมาดำเนินการเป็นการจัดโครงการ “กิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการวิจัย เรื่อง การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี”

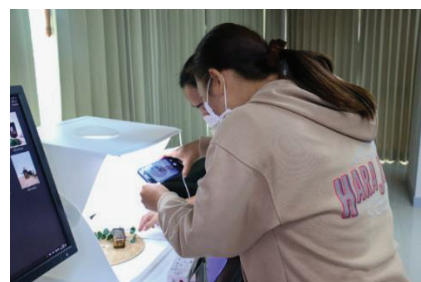
ครั้งที่ 1 ผู้วิจัยจัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ วันศุกร์ที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2566 ณ ห้องประชุม MS 213 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี จำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมการถ่ายภาพและตกแต่งภาพสินค้าอย่างง่ายเพื่อการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ 2) กิจกรรมการอัดคลิป VDO สั้น และตัดต่อคลิปเพื่อการขายออนไลน์ 3) กิจกรรมการจับมือยิงแอดให้ปัง เกิดมาชาตินี้ต้องยิงแอดเป็น

ครั้งที่ 2 ผู้วิจัยจัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ วันศุกร์ที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2566 ณ ห้องประชุม MS 213 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี จำนวน 2 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมเล่น Social อย่างไรให้ปัง ได้ตั้งคั่นออนไลน์ และแคปชั่นหยุดนิ้ว (Content is King) คีย์เวิร์ด กลุ่มเป้าหมาย 3,000 กว่าคีย์ที่ไม่มีใครบอกคุณ และ 2) กิจกรรมส่งเสริมอาชีพเพื่อต่อยอดการตลาดออนไลน์ ซึ่งมีรายละเอียดแสดงดังรูปภาพประกอบ 3-12

รูปภาพประกอบ 3

กิจกรรมการฝึกถ่ายภาพและตกแต่งภาพสินค้าอย่างง่ายเพื่อการโฆษณาบนสื่อออนไลน์

1) กิจกรรมการถ่ายภาพและตกแต่งภาพสินค้าอย่างง่ายเพื่อการโฆษณาบนสื่อออนไลน์



รูปภาพประกอบ 4
นวัตกรรมชุมชนจากนักศึกษาให้ความรู้ และตัวอย่างผลงานการฝึกอบรม



รูปภาพประกอบ 5
กิจกรรมการอัดคลิป VDO สั้น และตัดต่อคลิปเพื่อการขายออนไลน์
2) กิจกรรมการอัดคลิป VDO สั้น และตัดต่อคลิปเพื่อการขายออนไลน์



รูปภาพประกอบ 6
นวัตกรรมชุมชนจากนักศึกษาให้ความรู้



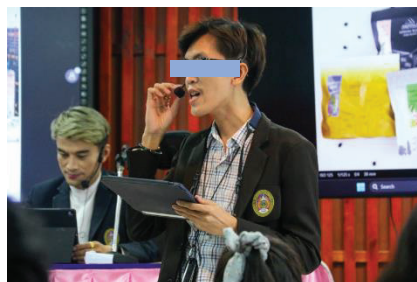
รูปภาพประกอบ 7
กิจกรรมการจับมือยิงแอดให้ปัง เกิดมาชาตินี้ต้องยิงแอดเป็น
3) กิจกรรมการจับมือยิงแอดให้ปัง เกิดมาชาตินี้ต้องยิงแอดเป็น



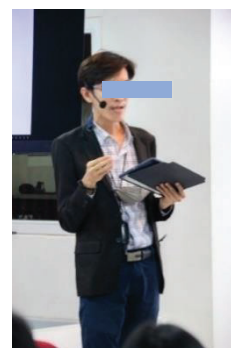
รูปภาพประกอบ 8
นวัตกรรมชุมชนจากนักศึกษาให้ความรู้เพิ่มเติม



รูปภาพประกอบ 9
กิจกรรมเล่น Social อย่างไรให้ปัง ได้ตั้งคั่นออนไลน์และแคปชั่นหยุดนิ้ว (Content is King)
คีย์เวิร์ด กลุ่มเป้าหมาย 3,000 กว่าคีย์
4) กิจกรรมเล่น Social อย่างไรให้ปัง ได้ตั้งคั่นออนไลน์และแคปชั่นหยุดนิ้ว (Content is King)
คีย์เวิร์ด กลุ่มเป้าหมาย 3,000 กว่าคีย์ ที่ไม่มีใครบอกคุณ



รูปภาพประกอบ 10
นวัตกรรมชุมชนและวิทยาการให้ความรู้เพิ่มเติม



รูปภาพประกอบ 11
กิจกรรมส่งเสริมอาชีพเพื่อต่อยอดการตลาดออนไลน์
5) กิจกรรมส่งเสริมอาชีพเพื่อต่อยอดการตลาดออนไลน์



รูปภาพประกอบ 12

ผลงานการฝึกอบรมส่งเสริมอาชีพเพื่อต่อยอดการตลาดออนไลน์



จากการจัดกิจกรรมสอนจับมือทำทั้ง 5 กิจกรรมของโครงการ “กิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โครงการวิจัย เรื่อง การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี” เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มีการประเมินผลหลังการฝึกอบรม 2 ครั้ง แสดงดังตาราง 5-6

ตาราง 5 ผลการประเมินหลังการจัดฝึกอบรม ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2566

รายการ	ระดับผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา	4.80	0.27	มากที่สุด
ด้านวิทยากร	4.87	0.25	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.83	0.25	มากที่สุด

จากตาราง 5 ผลการประเมินผลหลังการฝึกอบรม ครั้งที่ 1 มีระดับผลการประเมินเฉลี่ยโดยรวมทั้ง 2 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.83$, S.D.=0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทั้งด้านวิทยากรและด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.87$, S.D.=0.25, $\bar{X}=4.80$, S.D.=0.27) ตามลำดับ

ตาราง 6 ผลการประเมินหลังการจัดฝึกอบรม ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2566

รายการ	ระดับผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา	4.80	0.30	มากที่สุด
ด้านวิทยากร	4.79	0.38	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.79	0.32	มากที่สุด

จากตาราง 6 ผลการประเมินผลหลังการฝึกอบรม ครั้งที่ 2 มีระดับผลการประเมินเฉลี่ยโดยรวมทั้ง 2 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทั้งด้านเนื้อหาและด้านวิทยากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.80$, S.D.=0.30, $\bar{X}=4.79$, S.D.=0.38) ตามลำดับ

5.2 สรุปผลการวิจัย

5.2.1 ประเด็นที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

1) ผลสรุปจากการศึกษาสภาพปัญหาการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีปัญหากับการเผยแพร่สินค้าโดยนักกริวิหรือภาพถ่าย มากที่สุด เมื่อพิจารณา พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ยังขาดการถ่ายทอดไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง เช่น การถ่ายภาพของลูกค้านักท่องเที่ยว/คนดังอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) เพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ด้วยการบอกต่อปากต่อปาก ไม่มีการนำเสนอข้อมูลการกริวิหรือภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ ทวิตเตอร์ เป็นต้น ซึ่งเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลสูงสุด อีกทั้งยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการ ทั้งนี้เพื่อให้กริวิหรือนักถ่ายภาพเหล่านั้นนำเสนอเรื่องราวที่ทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อธุรกิจของชุมชน นอกจากนั้นไม่เข้าใจเกี่ยวกับการถ่ายทอดสดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการสามารถถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ แล้วแบ่งปันข้อมูลดังกล่าวผ่านทางสื่อออนไลน์ หรือแม้แต่การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (face book live) ที่สามารถสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลสินค้าและบริการได้ทันที ขาดทักษะการถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ แล้วแชร์ข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ หรือแม้แต่การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live)

2) ผลสรุปจากการศึกษาความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด เมื่อพิจารณาพบว่า มีความต้องการใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ ดิกด็อก อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อเป็นตัวช่วยในการขายสินค้าออนไลน์ ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารและเป็นช่องทางการซื้อขาย การเลือกเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ต้องการใช้เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย การเข้าถึงทำได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัด ทำได้ทุกที่ทุกเวลา ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนด้วยตนเอง ระหว่างลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือกับหน่วยงานพี่เลี้ยงหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5.2.2 ประเด็นที่ 2 รูปแบบแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ความรู้ที่ได้ทำการสนทนากลุ่มของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสายวิชาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และตัวแทนวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จึงได้สังเคราะห์รูปแบบแนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรีออกมาในรูปแบบ Smart Community Enterprises: 3E's Model ได้แก่ 1) Easy: ใช้ง่าย 2) Effective: ใช้ (ได้ผล) ดี และ 3) Engage: มีส่วนร่วม

5.2.3 ประเด็นที่ 3 การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

จากรูปแบบแนวทางที่เหมาะสมของ 3E's Model ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์-สังเคราะห์ข้อมูลออกมาดำเนินการเป็นโครงการ “กิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการวิจัย เรื่อง การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี” ซึ่งจัดกิจกรรมเมื่อวันศุกร์ ที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2566 และวันศุกร์ที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2566 ณ ห้องประชุม MS 213 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

กาญจนบุรี โดยจัดกิจกรรมในรูปแบบการสอนจับมือทำ ผ่านการควบคุมดูแลและอบรมโดยคณะผู้วิจัยและนักนวัตกรรมชุมชน ซึ่งมีหัวข้อการอบรม จำนวน 5 กิจกรรม ได้แก่

- 1) กิจกรรมการถ่ายภาพและตกแต่งภาพสินค้าอย่างง่ายเพื่อการโฆษณาบนสื่อออนไลน์
- 2) กิจกรรมการอัดคลิป VDO สั้น และตัดต่อคลิปเพื่อการขายออนไลน์
- 3) กิจกรรมการจับมือยิงแอดให้ปัง เกิดมาชาตินี้ต้องยิงแอดเป็น
- 4) กิจกรรมเล่น Social อย่างไรให้ปัง ได้ตั้งค่านอนไลน์ และแคปชั่นหยุดนิ้ว (Content is King)

คีย์เวิร์ด กลุ่มเป้าหมาย 3,000 กว่าคีย์ ที่ไม่มีใครบอกคุณ

- 5) กิจกรรมส่งเสริมอาชีพเพื่อต่อยอดการตลาดออนไลน์

จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรมทั้ง 5 กิจกรรม ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจะได้รับความรู้และทักษะการใช้งานเทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลในการถ่ายภาพ ตกแต่งภาพ เพื่อนำไปใช้โฆษณาบนสื่อออนไลน์ด้วยโทรศัพท์มือถือ นอกจากนั้นยังได้รับการฝึกฝนการอัดคลิป VDO ตัดต่อคลิปเพื่อนำไปใช้ในการขายออนไลน์ ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจะนำสินค้าของวิสาหกิจชุมชนมาด้วย วิสาหกิจชุมชนจะได้นำสินค้าของตนเองมาฝึกฝนถ่ายทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และได้รับความรู้เกี่ยวกับการยิงแอดโฆษณาในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก อีกทั้งยังได้ฝึกการเขียนแคปชั่นขายสินค้า การใช้คีย์เวิร์ดเพื่อโพสต์ขายสินค้าออนไลน์ ประโยชน์จะได้รับอีกอย่างหนึ่ง คือ ผู้วิจัยได้ฝึกอบรมส่งเสริมอาชีพในการทำเทียนหอมเพื่อที่จะสามารถนำไปต่อยอดการตลาดออนไลน์ได้ในอนาคต

การประเมินผลหลังการฝึกอบรม ครั้งที่ 1 มีระดับผลการประเมินเฉลี่ยโดยรวมทั้ง 2 ด้าน ทั้งในด้านเนื้อหาและด้านวิทยากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.83$, S.D.=0.25)

การประเมินผลหลังการฝึกอบรม ครั้งที่ 2 มีระดับผลการประเมินเฉลี่ยโดยรวมทั้ง 2 ด้าน ทั้งในด้านเนื้อหาและด้านวิทยากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.32)

5.3 อภิปรายผล

1) การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี จากผลการวิจัยพบว่าสภาพปัญหาในด้านต่าง ๆ วิสาหกิจชุมชนมีการประเมินสภาพปัญหาตนเอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งหากพิจารณาเรียงลำดับสภาพปัญหาทำให้ทราบว่า วิสาหกิจชุมชนประสบกับปัญหาในด้านการรื้อฟื้นสินค้ามาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นด้านเครื่องมือการตลาด หน่วยงานพี่เลี้ยงเทคโนโลยีดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับในส่วนของผลการวิจัยการศึกษาความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของความ ต้องการพบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความต้องการในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมากที่สุด รองลงมาด้านเครื่องมือทางการตลาด ด้านหน่วยงานช่วยเป็นพี่เลี้ยง ด้านสื่อสังคมออนไลน์ และด้านการเผยแพร่สินค้าโดยนักกริวิหรือภาพถ่าย

จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่าปัญหาของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรีในปัจจุบันไม่ใช่การใช้เครื่องมือการตลาดไม่ได้ แต่กลับกลายเป็นเรื่องการรื้อฟื้นสินค้าหรือภาพถ่ายที่ยังขาดในเรื่องการถ่ายภาพ/การอัดคลิป VDO สินค้าเพื่อโปรโมท การไม่มีการรื้อฟื้นสินค้าบนสื่อออนไลน์ ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานสินค้า จึงส่งผลทำให้ไม่สามารถนำเสนอเรื่องราวผ่านการรื้อฟื้นได้ แต่ในส่วนความต้องการใช้นั้นวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรีมองไปเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหลัก เช่น การบริหารคลังสินค้าและวัตถุดิบด้วยระบบคอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นสื่อกลางในการติดต่อซื้อขาย การสร้างร้านค้าออนไลน์ การตลาดออนไลน์ ความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ที่จะมาช่วยยกระดับรายได้ของตนให้สูงขึ้น จากผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง

การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการของ โกสินทร์ ชำนาญพล และ สุดาใจ โล่ห์วันชัย (2562) ว่า สภาพปัญหาการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือสมาร์ทโฟนในการติดต่อสื่อสาร และทำการตลาดออนไลน์ในระดับน้อย ใช้เป็นเพียงแค่ค้นหาข้อมูลทางธุรกิจ สื่อสารพูดคุยผ่านเฟซบุ๊กและไลน์ วิสาหกิจชุมชนมีความต้องการในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับสูงเพื่อใช้สำหรับสร้างนวัตกรรม ช่วยขายสินค้า ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถเพิ่มลูกค้าและยอดขายให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น และนอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้ใช้รูปแบบแนวทางของงานวิจัยนี้มาเป็นองค์ประกอบในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ “SMART Entrepreneur Model” มีองค์ประกอบหลัก 5 ประการได้แก่ 1) สื่อสังคมออนไลน์ (S: Social Media) 2) เครื่องมือทางการตลาด (M: Marketing Tools) 3) หน่วยงานช่วยเป็นพี่เลี้ยง (A: Assistants) 4) การเผยแพร่สินค้าโดยนักรีวิวหรือภาพถ่าย (R: Reviewer & Influencer) และ 5) เทคโนโลยีดิจิทัล (T: Technology Digital) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กร กรณีศึกษาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของ วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ เวทยา ใฝ่ใจดี และ ปรียาภรณ์ เอื้องอ้าย (2563) ที่ศึกษาการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการให้ความสำคัญกับบุคลากรให้เห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถพื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นในระดับสากลได้

2) รูปแบบแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้สังเคราะห์รูปแบบแนวทางออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่ 1) Easy: ใช้งานง่าย 2) Effective: ใช้ (ได้ผล) ดี และ 3) Engage: มีส่วนร่วม กล่าวคือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่จะนำมายกระดับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ควรใช้งานง่าย เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยกลางคนขึ้นไปจนถึงผู้สูงอายุ ซึ่งเติบโตมาในยุคที่การติดต่อสื่อสารยังไม่มี การเข้าถึงเทคโนโลยีที่สะดวกและรวดเร็วเช่นในปัจจุบัน นอกจากแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ต้องใช้งานง่ายแล้ว เทคโนโลยีดิจิทัลที่วิสาหกิจชุมชนเลือกใช้งาน ควรเป็นแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์อย่างรอบด้าน ทั้งตัวผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจเองซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละวิสาหกิจ เทคโนโลยีดิจิทัลที่เลือกใช้ควรตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตนเอง เนื่องจาก ปัจจุบันความต้องการของมนุษย์มีความหลากหลาย ทั้งความชอบ ความต้องการ ไลฟ์สไตล์ การดำเนินวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน คำนึงว่าตอบโจทย์กับกลุ่มของตนด้านใด เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและตรงจุด โดยเลือกเพียง 1-2 อย่างที่สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพที่สุด และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย โดยสืบทอดกิจการกันมาในลักษณะของภูมิปัญญา ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชน จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะตัว รวมถึงมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน โดยเป็นการนำภูมิปัญญาของแต่ละพื้นที่มาผนวกเข้ากับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ดังนั้น ควรจะมีแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลแก่วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนด้วยการส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น เว็บไซต์ ดิจิตัล หรืออินสตาแกรม ผ่านการสร้างเรื่องราว (Content) ให้กับผลิตภัณฑ์ของแต่ละวิสาหกิจให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดความสนใจจากภาพ คลิปวิดีโอสั้น ๆ หรือนักรีวิวในท้องถิ่นที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์หรือท้องถิ่นของตนได้ ก็จะทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงการพูดถึงในวงกว้าง โดยอาจเป็นการอบรมให้กับกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงานที่มีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มากกว่าผู้สูงอายุ และสร้างเป็นนวัตกรรมชุมชน เป็นตัวแทนในการนำเสนอชุมชน บอกเล่าเรื่องราวของชุมชนต่อไป ซึ่งอาจเสริมองค์ความรู้แก่บุคลากรที่จะมาดูแลงานด้านการเผยแพร่สื่อ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการถ่ายภาพสินค้าให้น่าสนใจ ความคิดสร้างสรรค์ การถ่ายวิดีโอ การตัดต่อ การตกแต่งภาพ การทำเว็บไซต์ การทำ

แอนิเมชัน การตลาดดิจิทัล กฎหมาย PDPA พรบ. คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ทั้งนี้ ผู้ดูแลด้านการมีส่วนร่วมควรมีการอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบคำถามแก่กลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับนักนวัตกรรมชุมชนในการเป็นதுสรสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนต่อไป จากผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยแนวทางการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลของดิจิทัลเนทีฟของ นิตยา วงศ์ใหญ่ (2560) สะท้อนข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้ดิจิทัลของเด็กและเยาวชน ซึ่งเราเรียกกลุ่มคนเหล่านี้ว่า ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาและใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล สำหรับการเตรียมความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต้องเป็นการใช้อย่างรู้เท่าทันและเกิดประโยชน์สูงสุด ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะสร้างรูปแบบแนวทางไว้ 3 แนวทาง กล่าวคือ ใช้งานง่าย ใช้งานได้ผลดี และการมีส่วนร่วมวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ ดังนั้น จึงต้องอาศัยนักนวัตกรรมชุมชนหรือเยาวชนวัยรุ่นที่เป็นดิจิทัลเนทีฟเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเรื่องการยกระดับรายได้เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

3) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี จากรูปแบบแนวทางที่เหมาะสมของ 3E's Model ผู้วิจัยได้วิเคราะห์-สังเคราะห์ข้อมูลออกมาดำเนินการเป็นการจัดโครงการ “กิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการวิจัย เรื่อง การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี” จากการจัดกิจกรรมพบว่า วิสาหกิจชุมชนได้ให้ความสนใจในการเข้ากิจกรรมเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการจัดกิจกรรมที่มีประเด็นหัวข้อที่ตอบโจทย์ความต้องการ ได้แก่ 1) กิจกรรมการถ่ายภาพและตกแต่งภาพสินค้าอย่างง่ายเพื่อการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ 2) กิจกรรมการอัดคลิป VDO สั้น และตัดต่อคลิปเพื่อการขายออนไลน์ 3) กิจกรรมการจับมือยิงแอดให้ปัง เกิดมาชาตินี้ต้องยิงแอดเป็น 4) กิจกรรมเล่น Social อย่างไรให้ปัง ได้ตั้งคั่นออนไลน์ และแคปชั่นหยุดนิ้ว (Content is King) คีย์เวิร์ด กลุ่มเป้าหมาย 3,000 กว่าคีย์ ที่ไม่มีใครบอกคุณ 5) กิจกรรมส่งเสริมอาชีพเพื่อต่อยอดการตลาดออนไลน์ สอนใช้งานแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย ได้ผลดี และการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม จึงส่งผลให้มีการประเมินผลหลังการฝึกอบรมทั้ง 2 ครั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรมทั้ง 5 กิจกรรม ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมให้ความสนใจที่จะรับความรู้และพร้อมฝึกฝนไปพร้อมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้เกี่ยวกับการถ่ายภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ตกแต่งคลิป VDO และได้นำไปใช้งานจริงในสื่อสังคมออนไลน์และได้รับความรู้เกี่ยวกับการยิงแอดโฆษณาในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก อีกทั้งยังได้ฝึกการเขียนแคปชั่นขายสินค้า การใช้คีย์เวิร์ดเพื่อโพสต์ขายสินค้าออนไลน์ นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ฝึกอบรมส่งเสริมอาชีพในการทำเทียนหอมเพื่อที่จะสามารถนำไปต่อยอดการตลาดออนไลน์ได้ในอนาคต โดยการจัดกิจกรรมผู้วิจัยพยายามใช้รูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ใช้งานง่ายเหมาะสมกับผู้สูงวัยที่เป็นผู้ประกอบการหรือสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งเมื่อใช้แล้วควรมีประสิทธิภาพที่ดี สามารถเกิดการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ประกอบการหรือสมาชิกกับแพลตฟอร์มที่ใช้งาน

สำหรับฝึกอบรมในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้วิจัยจะต้องเป็นผู้ที่เรียนรู้และฝึกทักษะให้ชำนาญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของ ไพศาล จันทวัช (2561) มีความสามารถในการจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน การศึกษาหรือการฝึกอบรมเป็นบทบาทสำคัญในการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล การเรียนรู้ฝึกอบรมจึงกลายเป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งที่จะใช้เป็นฟันเฟืองในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการดิจิทัล สามารถบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการความรู้ในงานด้านต่าง ๆ รองรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันบนฐานเทคโนโลยีดิจิทัลอันมีผลทำให้เกิดการยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิสาหกิจชุมชนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบเศรษฐกิจภาพรวม เพราะการที่ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอก ย่อมหมายถึงโอกาสในการ

พัฒนาความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันจะเป็นไปได้มากขึ้น อันเป็นหลักการที่นำไปสู่การเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคง และยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง และที่สำคัญผลการวิจัยดังกล่าวยังสามารถ นำมาใช้เป็น ต้นแบบให้กับหน่วยงานที่สำคัญของภาครัฐไม่ว่าจะเป็นสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี สำนักงานส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดกาญจนบุรี และสำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ ล้วนมีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาชุมชน มีหน้าที่ส่งเสริมการพัฒนาแนวทางส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ เหมาะสมให้กับชุมชนอื่น ๆ ได้ต่อไป

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1) สภาพปัญหาใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มิใช่การใช้เครื่องมือการตลาดไม่ได้ แต่เป็นเรื่องของทักษะการถ่ายภาพ/การอัดคลิป VDO สินค้าเพื่อโปรโมท การไม่มีการรีวิวสินค้าบนสื่อออนไลน์ และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานสินค้า จึงส่งผลทำให้ไม่สามารถ นำเสนอเรื่องราวด้วยวิธีการรีวิวบนสื่อสังคมออนไลน์
- 2) ความต้องการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี เป็นเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหลัก เช่น การบริหารคลังสินค้าและวัตถุดิบด้วยระบบคอมพิวเตอร์ การใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลเป็นสื่อกลางในการติดต่อซื้อขาย การสร้างร้านค้าออนไลน์ การตลาดออนไลน์ ความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับการตลาด ออนไลน์ที่จะมาช่วยยกระดับรายได้ของตนให้สูงขึ้น
- 3) รูปแบบแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดกาญจนบุรี ควรเป็นรูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ใช้ งานง่ายเหมาะสมกับผู้สูงวัยที่เป็นผู้ประกอบการหรือสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งเมื่อใช้แล้วควรมีประสิทธิภาพที่ดี สามารถเกิดการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ประกอบการหรือสมาชิกกับแพลตฟอร์มที่ใช้งาน

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลเพื่อยกระดับ รายได้วิสาหกิจชุมชนเป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว หากจะให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมในหลาย มิติเชิงลึกมากยิ่งขึ้นควรใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการรวบรวมข้อมูลด้วย
- 2) การพัฒนารูปแบบแนวทางการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดกาญจนบุรี เป็นรูปแบบที่ได้จากการสนทนากลุ่มเพียงกลุ่มคนบางส่วนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ให้นำข้อมูลที่ได้ จากการสังเคราะห์และรูปแบบแนวทางที่ได้มาให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มตรวจสอบข้อมูลอีกครั้ง
- 3) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดกาญจนบุรี เป็นเพียงกิจกรรมฝึกอบรมเพียง 2 ครั้ง เท่านั้น ยังไม่สามารถยืนยันได้ว่าวิสาหกิจชุมชนจะสามารถ นำความรู้ไปใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพหรือไม่อย่างไร จึงเสนอแนะว่าให้เพิ่มกิจกรรมการกำกับติดตามผลหลังจาก การฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีบนสังคมดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี และ เป็นที่เลี้ยงให้คำปรึกษาตลอดหลังจากที่เข้าร่วมกิจกรรม อีกทั้งให้มีการกำกับติดตามผลว่าเมื่ออบรมไปแล้วสามารถ นำไปต่อยอดเพิ่มรายได้ได้มากน้อยเพียงใด

เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2563). ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://smce.doae.go.th/index.php>.
- โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วันชัย. (2562). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ. *วารสารราชพฤกษ์*, 17(2), 130-137.
- โกสินทร์ ชำนาญพล วรรณวีร์ บุญคุ้ม และนรินทร์ สังข์รักษา. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาด วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารราชพฤกษ์*, 14(3), 80-86.
- ฐิตินัน ค่อมมอน. (2560). โซเชียลมีเดีย: เทคโนโลยีแห่งตัวตนและการสร้างอัตลักษณ์ในยุคสังคมหลังสมัยใหม่. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 31(97), 247-258.
- ณภัทร บุญเพื่อน. (2559). วิสาหกิจชุมชนกับSMEs. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน, 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/600251>
- นิตยา วงศ์ใหญ่. (2560). แนวทางการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลของดิจิทัลเนทีฟ. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(2), 1630-1642.
- นิรุทธิ์ จรเจริญ. (2564). การจัดการธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮาส์.
- ไพศาล จันทังษี. (2561). การจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 12(ฉบับเสริม), 22-36.
- มาลินี คำเครือ และธีระพันธ์ โชคอุดมชัย. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าโอท็อปผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า*, 6(1), 1-8.
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. (2565). รายชื่อวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน. ค้นเมื่อ 27 ธันวาคม, 2565, จาก https://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?region_id=&province_id=71&hur_id=&key_word=
- รัชมณคล ทองหล่อ กัลยา กลอิพาร บดินทร สมานี พรรัตน์ กำจัดภัย และ รติกร อยู่จันทร์. (2562). นวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจเดอะมอน โฮสเทล: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก. *Veridian E-Journal*, 12(3), 141-156.
- วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ เวทยา ใฝ่ใจดี และ ปรียากมล เอื้องอ้าย. (2563). การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กร กรณีศึกษา ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 14(20), 25-44.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). เป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญของแผนด้าน ววน. พ.ศ. 2563-2565 ฉบับปรับปรุง สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.tsri.or.th/th/page/What-is-Objectives-and-Key-Results-OKRs>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). นโยบายการนำประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 53(2), 6-10.
- อุทัย ปริญญาสุทธินันท์. (2560). "วิสาหกิจชุมชน" ปฏิวัติคนในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 37(2), 131-150.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological (3rd ed.)*. New York : Harper and Row.

- Dos Santos Marques, I. C., Fouad, M. N., Vickers, S. M., & Scarinci, I. (2020). *Implementation of virtual focus groups for qualitative data collection in a global pandemic*. Retrieved on August 1, 2022, from <https://www.researchgate.net/profile/Isabel-Dos-Santos-Marques/publication/346196129...>, Doi: 10.1016/j. amjsurg.2020.10.009.
- Fisher RA. (1950). *Statistical methods for research workers*. 11th Edition. Edinburgh : Oliver & Boyd.
- Jick, T. D. (1979). Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action. *Administrative Science Quarterly*, 24, 602-611.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-55.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *The Assessment of Reliability*. Psychometric Theory, 3, 248-292.
- Townsend, P. (1979). *Poverty in the United Kingdom: A Survey of Household Resources and Standards of Living*. Middlesex, England : Penguin Books.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. London : John Weather Hill, Inc.

ผลกระทบของสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของ
นักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย
The Effects of Digital Accountancy Competency on Performance of Finance and
Accounting Analysts Higher Education Institutions in Thailand

ปรียานัฐ มิรัตนไพโร* ณัฐวงศ์ พูนพล² และสลักจิต นิลผาย³

Preeyanat Mirattanaphrai* Nuttavong Poonpool² and Salakjit Ninlaphay³

Received : November 27, 2023 Revised : February 24, 2024 Accepted : March 19, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักวิชาการเงินและบัญชี จำนวน 240 คน ที่ปฏิบัติงานในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความรู้รอบด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยรวม 2) สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยรวม และ 3) สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยรวม

คำสำคัญ : สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน นักวิชาการเงินและบัญชี
สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

* นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² รองศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Associate Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

* Corresponding author E-mail: Preeyanat.m@msu.ac.th

Abstract

The purpose of this research aims to study the effects of digital accountancy competency on performance of finance and accounting analyses Higher Education Institutions in Thailand. This research is a quantitative research. Data were collected by using questionnaires with the sample population of 240 finance and accounting analyses in higher education institutions in Thailand. Data were analyzed by using descriptive statistics, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results showed that following were found: 1) digital accounting competency in technology around knowledge perspective there is a positive relationship and impact on overall performance. 2) digital accounting competency in technology applied expertise perspective there is a positive relationship and impact on overall performance. 3) digital accounting competency in accounting information diagnosis perspective there is a positive relationship and impact on overall performance.

Keywords : Digital Accountancy Competency, Performance, Finance and Accounting Analysts, Higher Education Institutions in Thailand

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วพิสูจน์ให้เห็นว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยให้ผู้คนสามารถใช้ชีวิตได้สะดวกมากขึ้น การเข้ามาของเทคโนโลยีได้ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน ทุกสาขาอาชีพทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยที่ดิจิทัลมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ และสถาบันอุดมศึกษา เนื่องจากจะต้องจัดทำข้อมูลและบริการในรูปแบบดิจิทัล การมีข้อมูลแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน โดยเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2562 สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร มีพระราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศใช้นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 – 2580) ตามพระราชบัญญัติ การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์” (พระราชบัญญัติ การบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล, 2562) ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งสถาบันอุดมศึกษาจึงต้องมีการจัดทำบัญชีดิจิทัล

สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลของนักวิชาการเงินและบัญชีของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทยที่พึงมีนั้นจะต้องเป็นทักษะดิจิทัลรูปแบบใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ ประกอบไปด้วย ความรู้รอบด้านเทคโนโลยี ความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี (พระราชบัญญัติ การบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล, 2562) เพื่อให้มีความเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ มีความรู้และทักษะในการวางแผนและจัดการแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในลักษณะที่คุ้มค่าใช้จ่าย เพื่อสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลทางการเงินของหน่วยงานที่เกิดขึ้นทุกเดือน ทุกไตรมาส และ ณ สิ้นงวด ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อวิชาชีพบัญชี ได้แก่ เทคโนโลยี (Petani & Mengis, 2021) ความรวดเร็วของการแข่งขัน เครื่องมือดิจิทัล รวมทั้งโปรแกรมและแอปพลิเคชันทางการบัญชี มาใช้ในการทำงานและการ

ใหบรการเพ่ออณวยความสะดวก และคลอบคลุณกับปรมาณข้อมูลท่เกยวข้องกับการจณและบญชท่เกยวข้องจํานวนมากใหเกิดผลสัณการในการปฏบตงานของนักวชการจณและบญชสถบณอุมศกษาของรฐในปรเทศไทย (ณฐวงศ พนพล และคณ, 2566)

ผลสัณการในการปฏบตงานของนักวชการจณและบญช ปรนการมอที่บอถถึงความสํารจและการพัฒนาผู้ปฏบตงาน รวมถนหน่วยงานใหก้าวไปข้างหน้า สัณผลถนคุณภาพในการวเคราะหแนวม ตัดสณใจแกไขบญหา บองกันความเสี่ยงท่อาจจะเกยวข้องในอนาคตได้อย่างปรสธธภาพ ซ่งผลสัณการนั้ปรนการมอที่เกยวข้องกับการทํางานตามวตุประสงค์หรือเป้าหมายท่วางไวจณเกิดผลสํารจ ได้ผลลัทรท่ปรนการมอสูงสุดต่อผู้ท่มีส่วนเกยวข้องในทุภาคสัณ (พฐวรณ กตคณ, 2559) การออกแบบระบบงานบญชจรงปรยุค การออกแบบระบบการทํางานด้วยการปรยุคท่ใช้เทคโนโลยี นวตกรรมต่าง ๆ เพ่อใหบรลวตุประสงค์ของการบรหารงาน การปรเมนคุณภาพของงานในมมมของความก้าวหน้าในการปฏบตงาน (Gulin et al., 2019) เพ่อใหมีการจตทํารายงานท่ปรนการมอต่อผู้รับบรการ ตองการข้อมูลท่ถูกตองรวดเร็ว ทนต่อเวลาและปรนการมอสูงสุด ปรสธธภาพในเนื่อหาการปฏบตงาน สามารถเชื่อมโยงและบูรณการพัฒนางานในหน่วยงาน บรหารจตการระบบสารสนเทศทางการบญชได้อย่างปรนการมอ เน้นปรยุคท่ใช้เทคโนโลยีในการทํางานอตโนมตท่ซ้ําเดมและปรนการมอจวตรผ่านระบบสารสนเทศ ปรสธธผลตรงตามเป้าหมายหรือตามเกณทท่หน่วยงานได้มการกําหนดไวอย่างชัดเจน และการรับรู้ถนการปรเมนในจรงบว (Deng et al., 2022)

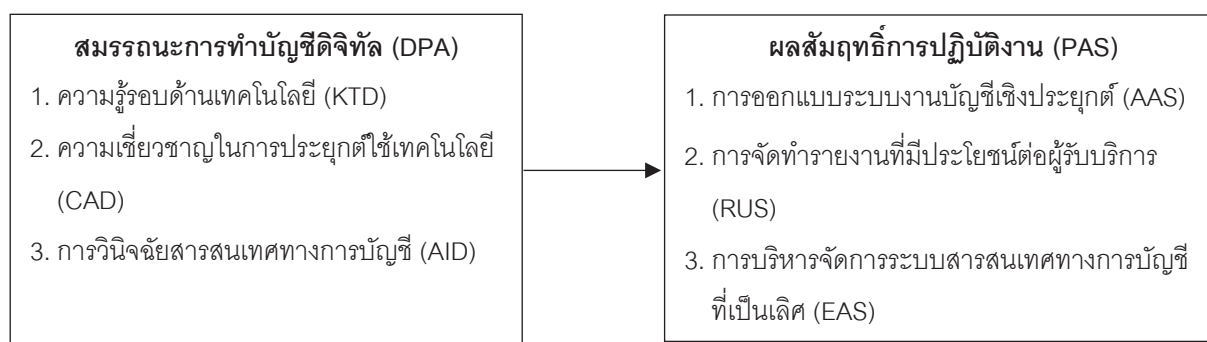
จากปรนการมอดังกล่าว ผู้วจจจทํการศกษาผลกระทบของสมรณนการทําบญชดจกทลคต่อผลสัณการปฏบตงานของนักวชการจณและบญชสถบณอุมศกษาในปรเทศไทย เพ่อใหนักวชการจณและบญชในหน่วยงานสถบณอุมศกษาสามารถวบถนการปรนการมอ แนวคตเพ่อการปรบตวสูอนาคต และเพ่อพัฒนาความรู้ ปรยุคและการปรบตวต่อการปรนการมอเทคโนโลยีใหนำไปสูผลสัณการในการปฏบตงาน

2. เอกสารงานวจจท่เกยวข้องและสมมตฐนของงานวจจ

ในการวจจคั้งนี้ สมรณนการทําบญชดจกทลคได้ถูกกําหนดใหปรนการมอท่มีผลกระทบต่อผลสัณการปฏบตงาน จากวตุประสงค์ข้างต้น สามารถสรุปปรนการมอแนวคตได้ ดังนี้

รูปภาพปรนการมอ 1

โมเดลของสมรณนการทําบญชดจกทลคกับผลสัณการปฏบตงาน



จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล พบว่า สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล หมายถึง ความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชีที่พัฒนาสมรรถนะของตนในความรู้ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี จรรยาบรรณของนักบัญชี ความสามารถอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมความรู้ในด้านเทคโนโลยี (เพ็ญภา เกื้อเกตุ และคณะ, 2563) และทักษะ 4 ประการที่กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักบัญชีในอนาคต คือ 1) การใช้ดิจิทัล 2) การตัดสินใจ 3) ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับองค์กร และ 4) ความความคิดวิเคราะห์ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับธุรกิจการค้า ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่มีต่องาน ความรู้ และทักษะของนักบัญชีในการให้บริการทางวิชาชีพ เนื่องจากนักบัญชียุคนี้มีบทบาทสำคัญในหน่วยงาน เป็นตัวแทนของทุนมนุษย์ เป็นทรัพยากรในเชิงกลยุทธ์ที่มีค่า มีความสามารถเฉพาะตัวในการรวบรวมทุนมนุษย์เข้ากับทุนดิจิทัล และทรัพยากรทุนทางสังคม (Ogan et al., 2022) อีกทั้งเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มการประสานงานและการสื่อสาร เทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจ และที่สำคัญการแบ่งปันความรู้สามารถนำไปสู่การทำงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีมีประสิทธิภาพออกแบบระบบงานมากยิ่งขึ้นในหน่วยงาน (Deng et al., 2022)

ความสามารถในการพัฒนาสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในยุคดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานบัญชี ต้องมีความรู้รอบด้านเทคโนโลยี มีความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี สามารถเรียนรู้ และการวินิจฉัยข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีได้ทั้งนั้น (ณัฐวงศ์ พูนพล และคณะ, 2565) สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับกระบวนการทางการบัญชีด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย จึงต้องมียุทธศาสตร์ประกอบด้านความรู้รอบด้านเทคโนโลยี เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงองค์ความรู้อยู่ตลอดเวลา นำไปสู่การพัฒนาตนเองเพื่อการปรับตัวให้สามารถเข้าใจและเข้าถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ ของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Zesu & Yihua, 2023) สอดคล้องกับ สิทธิชัย ทรัพย์แสนดี และ ดารณี เอื้อชนะจิต (2564) ที่ระบุว่า ความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การนำเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงาน สร้างความพร้อมให้กับหน่วยงาน ความเชี่ยวชาญในดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำงานและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงจำเป็น เพื่อให้เกิดเป็นทักษะในการจัดการสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เมธาพร นามศรี และคณะ, 2563) และการมีความสามารถด้านการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อให้เป็นนักบัญชียุคใหม่ พัฒนาทักษะในอนาคต จำเป็นต้องประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล และเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น ระบบอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านบัญชี สามารถให้แนวคิด เป็นที่ปรึกษาในกระบวนการทำงาน จนสามารถออกแบบระบบการทำงานได้ (นันทวรรณ บุญช่วย, 2563) ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า การพัฒนาสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล จึงประกอบด้วย ด้านการความรู้รอบด้านเทคโนโลยี ด้านความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และด้านการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อให้ให้นักวิชาชีพบัญชีมีสมรรถนะด้านการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชีที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน การจัดทำรายงานทางการเงินและสามารถตัดสินใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีให้ตรงตามสถานการณ์ โอกาสและสถานที่ แต่ต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งเป็นเครื่องมือที่อำนวยความสะดวก สามารถมองเห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีและระบบที่เกิดขึ้นนั้นเป็นระบบใหม่ที่ต้องยอมรับและปรับตัวเองเพื่อใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ลดเวลาในการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาไปสู่ผลสัมฤทธิ์ของงาน

2.2 ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน พบว่า ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน หมายถึง ความสำเร็จในการปฏิบัติงานด้านบัญชีที่มีการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในด้านปริมาณ ด้านคุณภาพ ให้ทันเวลา มีประโยชน์สูงสุด มีประสิทธิภาพ สะท้อนความสำเร็จของหน่วยงาน การคิดการวิเคราะห์ในหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานเป็นไปด้วยดีมีสมรรถนะเกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน (ณัฐกัญญ์ สืบศรี และ ชนิตา ยาระณะ, 2564) โดยการออกแบบระบบงานบัญชีเชิงประยุกต์ การจัดทำรายงานที่มีประโยชน์ต่อผู้รับบริการ และการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานในปัจจุบันและอนาคต การนำระบบเทคโนโลยี ระบบสารสนเทศทางการบัญชีมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำงานในทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีและการนำเสนอรายงานที่มีคุณภาพ เพื่อช่วยให้ความรวดเร็วในการจัดเก็บข้อมูลประมวลผล การจัดทำสารสนเทศทางการบัญชีเปลี่ยนจากการจัดเก็บ บันทึกรวบรวมผลและจัดทำรายงานด้วยมือ มาเป็นการจัดเก็บ บันทึกรวบรวมผล และจัดทำรายงานด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (วัชรินทร์ เศรษฐสุตโก, 2560)

ซึ่งผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เป็นความพร้อมและองค์ประกอบต่าง ๆ ของกระบวนการทำบัญชี โดยการมีทักษะด้านการออกแบบระบบงานบัญชีเชิงประยุกต์ เช่น ความพร้อมของปัจจัยการนำเข้าข้อมูลด้านบัญชี ความพร้อมของกระบวนการจัดทำบัญชี การออกแบบการทำงานมีการควบคุมภายในที่ดี และการมีระบบบัญชีที่ดี (วัชรินทร์ เศรษฐสุตโก, 2560) จะช่วยให้งบการเงินที่หน่วยงานนำเสนอแสดงข้อมูลทางการเงินบัญชีที่สำคัญได้อย่างถูกต้อง ด้านการจัดทำรายงานที่มีประโยชน์ต่อผู้รับบริการ เช่น การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินบัญชีที่รายงานในงบแสดงฐานะทางการเงิน มีระบบสารสนเทศทางการบัญชีในการจัดทำข้อมูล เกิดผลลัพธ์ที่ถูกต้องและปลอดภัย (Al-zwyalif, 2013) สร้างข้อมูลทางการเงินบัญชีแก่ผู้ใช้ข้อมูล มุ่งเน้นการเพิ่มประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินบัญชีให้กับผู้ใช้ข้อมูลทั้งภายในและภายนอก และด้านการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศ เช่น การพัฒนาระบบงานบัญชีหรือระบบที่เกี่ยวข้องกับการเงินของหน่วยงาน มีระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการบุคลากรในหน่วยงาน สร้างระบบนิเวศแบบบูรณาการ (Lawson, 2018) การนำข้อมูลออกไปวิเคราะห์แบบข้อมูลขนาดใหญ่และสามารถสรุปผลของการดำเนินงานสำคัญต่อการบริหารจัดการระบบบัญชีระบบการบัญชีที่ดำเนินการแบบมีระบบการบัญชีที่ดำเนินการแบบมีฟังก์ชันในการดำเนินงานจะมีผลลัพธ์นำไปสู่ประสิทธิภาพในอนาคต (Deng et al., 2022) ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า การมีผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน จึงประกอบด้วย ด้านการออกแบบระบบงานบัญชีเชิงประยุกต์ ด้านการออกแบบระบบงานบัญชีเชิงประยุกต์ และด้านการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศ เพื่อผลลัพธ์และผลการประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จและบรรลุเป้าหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลมีความสำคัญและมีผลต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงตั้งสมมุติฐานไว้ ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย 1 : สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความรู้รอบด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

สมมุติฐานการวิจัย 2 : สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมีผลกระทบกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

สมมุติฐานการวิจัย 3 : สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านการวินิจัยสารสนเทศทางการบัญชีมีผลกระทบกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักวิชาการเงินและบัญชีของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 83 หน่วยงาน รวมทั้งสิ้น จำนวน 696 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2561) ซึ่งจำแนกตามประเภทของสถาบัน ได้แก่ สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่าง 696 ฉบับ ซึ่งได้ตอบกลับมา จำนวน 240 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด โดยแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 240 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 34.48 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวน แบบสอบถามซึ่งส่งไปยังกลุ่มประชากร ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al. (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามมีอัตราตอบกลับเกินร้อยละ 20 จึงจะยอมรับได้ว่ามีข้อมูลเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของสถาบัน เทคโนโลยีที่ใช้ในสถาบันอุดมศึกษา จำนวนพนักงาน งบประมาณของหน่วยงาน และ จำนวนคณะ/หน่วยงาน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 13 ข้อ ประกอบด้วย 1) ความรู้รอบด้านเทคโนโลยี จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้รอบด้านเทคโนโลยี 2) ความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และ 3) การวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย 1) การออกแบบระบบงานบัญชีเชิงประยุกต์ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการออกแบบระบบงานบัญชีเชิงประยุกต์ 2) การจัดทำรายงานที่มีประโยชน์ต่อผู้รับบริการ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดทำรายงานที่มีประโยชน์ต่อผู้รับบริการ และ 3) การบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) และให้คำแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย จำนวน 1 ข้อ

3.3 ความเชม่นของคณภาพเครมมอวด

ผู้วจยได้ทดสอบความเทม่งตรงและความเชม่น โดยการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยให้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งสมรณนการกำบนญชดจกทต มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.769 – 0.918 และผลสัณญการการปฏบตงาน ซึ่งค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.847 – 0.926 สอดคล่งกับสมบัติ ทำยเรอค่า (2552) ได้เสนอว่า เกณทการพจารณาค่าอำนาจของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถมว่าเครมมอวดมคณภาพในระดับมาก และการทดสอบค่าความเชม่นของเครมมอวด (Reliability Test) โดยรวมและเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัณญการแอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวธของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งสมรณนการกำบนญชดจกทต มีค่าสัณญการแอลฟา อยู่ระหว่าง 0.827 -0.924 และผลสัณญการในการปฏบตงาน ซึ่งมีค่าสัณญการแอลฟา อยู่ระหว่าง 0.886 – 0.935 ซึ่งสอดคล่งกับ Hair et al. (2010) ได้เสนอว่าค่าความเชม่นของเครมมอวดมค่า 0.70 ขึ้นไป เป็นค่าที่ยอมรบได้ว่าเครมมอวดมคณภาพสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

3.4 สถดทที่ใช้ในการวจย

การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างสมรณนการกำบนญชดจกทตที่มีต่อผลสัณญการการปฏบตงานของนักวชการจนและบญชสถานบันอุดมศกษาของรัฐในประเทศไทย โดยใช้การวเคราะหส์หสัมพันธ์แบบพหุคณ (Multiple Correlation Analysis) การวเคราะหส์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวเคราะหส์การถดถอยแบบพหุคณ (Multiple Regression Analysis)

4. ผลลัพท์การวจยและการอภปรายผล

4.1 ผลลัพท์การวจย

ผลลัพท์การวจย พบว่า 1) นักวชการจนและบญชสถานบันอุดมศกษาของรัฐในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญม อายุมากกว่า 40 ปี สถานภาพสด ระดับการศกษาระดับปรญญาตรฐ ปรสบการณในการทำงาน มากกว่า 10 ปี มรยได้เฉลยต่อเดือน มากกว่า 30,000 และมีตำแหน่งงานในปัจจุบัน นักวชการจนและบญชปฏบตการ 2) สถานบันอุดมศกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็น มหาวทยาลยราชภฏ มีเทคโนโลยีที่ใช้ในสถานบันอุดมศกษส่วนใหญ่เป็นระบบ ERP มีจำนวนพนักงาน มากกว่า 100 คน งบประมาณของหน่วยงาน ไม่เกิน 500 ล้านบาท มีจำนวนคณ/หน่วยงาน ไม่เกิน 15 คณ/หน่วยงาน 3) ผู้วจยจมได้ทำการวเคราะหส์หสัมพันธ์แบบพหุคณ และการวเคราะหส์การถดถอยแบบพหุคณ เพื่อทดสอบผลกระทบของสมรณนการกำบนญชดจกทตที่มีต่อผลสัณญการการปฏบตงานของนักวชการจนและบญชสถานบันอุดมศกษาของรัฐในประเทศไทย ดังตาราง 1 - 2 ดังนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยรวม ของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

ตัวแปร	PAS	KTD	CAD	AID	VIFs
$\bar{X}$	4.030	4.009	4.001	4.090	
S.D.	0.482	0.493	0.518	0.536	
PAS	-	0.644*	0.704*	0.749*	
KTD		-	0.696*	0.600*	1.940
CAD			-	0.774*	3.157
AID				-	2.544

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลในแต่ละด้านพบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านความรู้รอบด้านเทคโนโลยี (KTD) ความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (CAD) การวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี (AID) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.644 -0.749 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานโดยรวม (PAS) ได้ดังนี้

$$PAS = 0.709 + 0.237KTD + 0.160CAD + 0.424AID$$

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยพิจารณาจากค่า VIFs พบว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล มีค่าอยู่ระหว่าง 1.940 – 3.517 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (Black, 2006) แต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลกับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน โดยรวม ของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล	ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานโดยรวม (PAS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.709	0.171	4.147	0.000
1. ความรู้รอบด้านเทคโนโลยี (KTD)	0.237	0.054	4.344*	0.000
2. ความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (CAD)	0.160	0.066	2.435*	0.016

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลกับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน โดยรวม ของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย (ต่อ)

ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานโดยรวม (PAS)					
สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล				t	p-value
3. การวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี (AID)	0.424	0.057	7.450*	0.000	
F = 99.597 p = 0.000 Adj R ² = 0.624					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 2 พบว่า สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความรู้รอบด้านเทคโนโลยี (KTD) ด้านความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (CAD) และด้านการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี (AID) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานโดยรวม (PAS) ($p < 0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย 1 : สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความรู้รอบด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ยอมรับสมมติฐานการวิจัย 2 : สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมีผลกระทบกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย และยอมรับสมมติฐานการวิจัย 3 : สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชีมีผลกระทบกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ว่า

4.2 อภิปรายผลการวิจัย

1) สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความรู้รอบด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก นักวิชาการเงินและบัญชีเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบในด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวกับเงิน งบประมาณ ดังนั้น จึงต้องมีความรู้และทักษะในการวางแผนและจัดการแนวทางแก้ไขปัญหา ซึ่งความรู้รอบด้านเทคโนโลยีเป็นความเข้าใจในการนำเอาความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์มาทำให้เกิดประโยชน์ นักวิชาการเงินและบัญชีของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐต้องเข้าใจในการประมวลผลเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์ เข้าใจระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถทำเหมืองข้อมูลบูรณาการความรู้ที่มีให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ความจำเป็นเนื้อหาสาระหรือข้อเท็จจริงสรุปความสำคัญของข้อมูลด้านเทคโนโลยี และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปใช้กับการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ให้เกิดประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชรี พิทักษ์ และคณะ (2564) พบว่า นักบัญชีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความเชี่ยวชาญทางการบัญชีสมัยใหม่โดยรวมและเป็นรายด้าน ความเชี่ยวชาญทางการบัญชีสมัยใหม่ เป็นการปฏิบัติงานที่เกิดจากทักษะความรู้ ซึ่งมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย ทรัพย์แสนดี และ ดารณี เชื้อชนะจิต (2564) พบว่า ปัจจัยการบริหารสำนักงานบัญชีดิจิทัล ประกอบด้วย การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งาน ความพร้อมของหัวหน้าสำนักงาน ความพร้อมของสำนักงาน การให้บริการลูกค้าแบบครบวงจรและทักษะด้านดิจิทัลของพนักงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผลใน

การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีดิจิทัล การจัดหาและการจัดสรรทรัพยากร กระบวนการภายใน ความสามารถในการบริหารจัดการ การสร้างความพึงพอใจ และผลลัพธ์การดำเนินการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Deng et al. (2022) พบว่าเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มการประสานงานและการสื่อสาร เทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจ และที่สำคัญการแบ่งปันความรู้สามารถนำไปสู่การทำงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีมีประสิทธิภาพออกแบบระบบงานมากยิ่งขึ้นในหน่วยงาน

2) สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก นักวิชาการเงินและบัญชีของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความสามารถทางการบัญชี และระบบสารสนเทศ มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล พัฒนาความสามารถให้เกิดความเชี่ยวชาญ ความสามารถในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีแก้ไขข้อผิดพลาดจากการทำบัญชี และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ประยุกต์เครื่องมือเพื่อมาช่วยแก้ปัญหาประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อให้มีกระบวนการทำงานอย่างมีขั้นตอน ความเชี่ยวชาญด้านการใช้งานของระบบสารสนเทศสามารถออกแบบระบบงานบัญชีเชิงประยุกต์ในการบริหารจัดการข้อมูลด้านการเงินและบัญชี พัฒนาทักษะให้มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพและเทคโนโลยี มีเครื่องมือในการจัดการกับข้อมูลมากมายที่เกิดขึ้น สามารถตอบยุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยด้านนวัตกรรมที่เกิดขึ้นหรือเทคโนโลยีที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาพร นามศรี และคณะ (2563) พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ประกอบด้วย ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lawson (2018) พบว่า นักบัญชีที่มีทักษะในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดทำรายงานต่อผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ และสามารถออกแบบระบบเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงาน สร้างระบบนิเวศน์แบบบูรณาการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและนำไปใช้ในการตัดสินใจได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรวิรุทธิ์ เทียวิจิตร และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2561) พบว่า ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อศักยภาพในการประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน การพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อศักยภาพในการประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานศักยภาพในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานและศักยภาพในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานเป็นตัวแปรกลางความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

3) สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ด้านการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก นักวิชาการเงินและบัญชีของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐสามารถวิเคราะห์สามารถพิจารณาและค้นหาข้อเท็จจริง สามารถพยากรณ์หรือคาดคะเนแนวโน้มทางการเงิน มีการกลั่นกรองข้อมูลสามารถรองรับวิวัฒนาการของฟังก์ชันบัญชี เพื่อการสนับสนุนในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้อย่างมีคุณภาพ การประมวลผลระบบคลาวด์เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพยากรณ์ข้อมูล และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์การบ่งชี้แนวโน้มและทิศทางของหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลทางการเงินและบัญชีมีกระบวนการถูกต้องผ่านการ

วิเคราะห์ การวินิจฉัยความถูกต้องไม่คลาดเคลื่อนของข้อมูลบัญชี แม่นยำและสามารถเชื่อถือได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-zwyalif (2013) พบว่า การกำกับดูแลเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศต่อข้อมูลบัญชีที่รายงานในงบการเงิน พบว่า การกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลกระทบต่อการจัดทำรายงานที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ มีระบบสารสนเทศทางการบัญชีในการจัดทำข้อมูลรายงาน ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่สำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ใช้ข้อมูล ได้ผลลัพธ์เชิงลึกที่มีคุณค่าของข้อมูลทางการบัญชีที่นำเสนอในรายงานต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องและข้อมูลมีความปลอดภัย ออกแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีในการสร้างข้อมูลทางการบัญชีแก่ผู้ใช้ข้อมูล มุ่งเน้นการเพิ่มประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชีให้กับผู้ใช้ข้อมูลทั้งภายในและภายนอก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gulin et al. (2019) พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการแปลงเป็นเทคโนโลยีดิจิทัลมีผลกระทบเชิงบวกต่อวิชาชีพบัญชี โดยสิ่งที่นักวิชาชีพบัญชีต้องเผชิญกับความท้าทายในยุคดิจิทัล ได้แก่ การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ในการปฏิบัติงานบัญชี และการรายงานผลลัพธ์ของการดำเนินงานด้านบัญชีและการเงิน การใช้งานระบบคลาวด์ในการบริหารจัดการบัญชีอย่างต่อเนื่อง การใช้ปัญญาประดิษฐ์ และบล็อกเชน เทคโนโลยี ระบบการศึกษา กำลังจะเปลี่ยนไปในสถานการณ์ของการเติบโตแบบดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยี การบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศ สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงานของตน และในที่สุดก็จะนำไปสู่ผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชีรูปแบบใหม่ ๆ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 1) การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะการกำกับการบัญชีดิจิทัลเฉพาะนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ซึ่งนโยบายด้านดิจิทัลอาจมีกฎระเบียบและข้อบังคับที่แตกต่างกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย ดังนั้นในอนาคตควรทำการศึกษา สมรรถนะการกำกับการบัญชีดิจิทัลนักวิชาการเงินและบัญชี สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ซึ่งอาจทำให้นักวิจัยมีประสิทธิภาพและมีประโยชน์ได้มากขึ้น
- 2) การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ของสมรรถนะการกำกับการบัญชีดิจิทัลเฉพาะนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ในขอบเขตของพนักงานและลูกจ้าง ซึ่งยังไม่มีข้อมูลด้านยุทธศาสตร์ และการดำเนินงานบางตัวที่ต้องรองรับนโยบายของผู้มีระดับสูง ดังนั้นในอนาคตอาจเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีระดับสูงของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
- 3) การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ผลลัพธ์ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะการกำกับการบัญชีดิจิทัลของนักวิชาการเงินและบัญชีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทยที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ดังนั้นในอนาคตอาจทำการศึกษานักวิชาการเงินและบัญชีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทยที่มีกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนใกล้เคียงกัน ซึ่งอาจทำให้นักวิจัยมีประสิทธิภาพและมีประโยชน์ได้มากขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลลัพธ์ของการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญและการพัฒนาสมรรถนะการกำกับการบัญชีดิจิทัล ด้านความรู้รอบด้านเทคโนโลยี ด้านความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และด้านการวินิจฉัยสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานในการออกแบบระบบงานบัญชี การจัดทำรายงานที่มีประโยชน์ต่อผู้รับบริการ การบริหารจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศ เนื่องจาก

เทคโนโลยีที่ก้าวล้ำในยุคปัจจุบัน และในอนาคต มีแนวโน้มที่จะกระทบกับบุคลากรและผู้ปฏิบัติงานนักวิชาการเงินและบัญชี สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย และให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถ ออกแบบระบบงานบัญชีเชิงประยุกต์ ช่วยในการจัดทำรายงานที่มีประโยชน์ต่อผู้รับบริการ และรวมไปถึงการบริหารจัดการ ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศ เกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ เกิดโอกาส การบริหารจัดการระบบการทำงานที่ดี และ มุ่งสู่ความสำเร็จของหน่วยงานทิศทางการศึกษาเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ได้ และผู้นำระดับสูง ทราบดีถึงความสำคัญ ของสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล จึงควรให้ความสำคัญและการพัฒนาสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล และจากการศึกษาในครั้งนี้ นำเสนอเพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นและสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาบุคลากร ในสถาบันให้เกิดความรู้ ความเชี่ยวชาญในทุกด้าน

6. สรุปผลการวิจัย

ผลกระทบของสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชี สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 10 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 และมีตำแหน่งงานในปัจจุบัน นักวิชาการเงินและบัญชีปฏิบัติการ และ สมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชี สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีควรตระหนักและให้ความสำคัญกับการสร้าง สมรรถนะด้านการทำบัญชีดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับการมีความรู้ ความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแก้ปัญหา จนเกิดความเชี่ยวชาญ และสามารถวินิจฉัยข้อมูลที่เกิดขึ้นให้ออกมาในรูปแบบของรายงานที่เข้าใจง่ายและมีประโยชน์ต่อ ผู้บริหารและบุคคลที่เกี่ยวข้องในการใช้ข้อมูล เมื่อนักวิชาการเงินและบัญชีสถาบันอุดมศึกษามีสมรรถนะการทำบัญชีดิจิทัล ที่มีองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญและวินิจฉัยข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานแล้วจะส่งผลให้ หน่วยงานเกิดสัมฤทธิ์ในการมุ่งสู่เป้าหมาย บรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐกัญญ์ สืบศรี และ ชนิตา ยาระณะ. (2564). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีใน สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี*, 10(1), 76-97.
- ณัฐวงศ์ พูนพล นาถนภา นิลนิยม และ อิงอร นาชัยฤทธิ์. (2566). ผลกระทบของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผล ต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 17(2), 463-479.
- ณัฐวงศ์ พูนพล วิชา ทวีพร้อม นาถนภา นิลนิยม และ ปริยาณัฐ มรัตนไพร. (2565). ผลกระทบของการพัฒนาทางวิชาชีพ อย่างต่อเนื่องที่มีต่อ ผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของผู้ทำบัญชีสหกรณ์การเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 14(3), 1-17.

- นันทวรรณ บุญช่วย. (2563). ยุคพลิกผันทางเทคโนโลยีกับการพัฒนานักบัญชีในองค์กร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(1), 15-26.
- นุชรี พิทักษ์ มินทิศา ถึงฝั่ง และ นิติกรณ จันทรสุนทรียะศักดิ์. (2564). ผลกระทบของความเชี่ยวชาญทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(55), 94-104.
- ปรวีร์ เขียววิจิตร และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานผ่านศักยภาพในการประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(2), 781 – 791.
- พระราชบัญญัติ การบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562. (2562). *ราชกิจจานุเบกษา* (เล่ม 136 ตอนที่ 67 ก., น.57).
- พิรุณวรรณ กิตติคุณ. (2559). *ภาครัฐไทยกับการก้าวสู่รัฐบาลดิจิทัล* [เอกสารวิชาการ]. สำนักวิชาการ และสำนักเลขาธิการผู้แทนราษฎร.
- เพ็ญภา เกื้อเกตุ ภูริชาติ พรหมเต็ม และ วิโรจน์ ไพบูลย์เวชสวัสดิ์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลและประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(1), 154-166.
- เมธพร นามศรี ณัฐวงศ์ พูนพล และ สมิตรา จิระวุฒินันท์. (2563). ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 71-86.
- วัชนิพร เศรษฐสุลักโก. (2560). *ระบบสารสนเทศทางการบัญชี* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : วี.เจ.พรินต์ติ้ง.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2561). *สถิติอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2561*, สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สิทธิชัย ทรัพย์แสนดี และดารณี เชื้อชนะจิต. (2564). การบริหารสำนักงานบัญชีดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีดิจิทัลในประเทศไทย. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(10), 125 – 140.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. 7th ed. New York : John Wiley and Sons.
- Al-zwyalif, I. M. (2013). IT governance and its impact on the usefulness of accounting information reported in financial statements. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2), 83–95.
- Black, K. (2006). *Business statistics: for contemporary decision making*. 4th ed. New York : John Wiley and Son.
- Deng, H., Duan, S. X., & Wibowo, S. (2022). Digital technology driven knowledge sharing for job performance. *Journal of Knowledge Management*, 27(2), 404-425.

- Gulin, D., Hladika, M., & Valenta, I. (2019). *Digitalization and the challenges for the accounting profession*. Conference Paper Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft Leibniz Information Centre for Economics, 502-511.
- Hair, J. F., Black, W. C., & Erson, R. E. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. New Jersey : Pearson.
- Lawson, R. (2018). Management Accounting Competencies: Fit for Purpose in a Digital Age. Accounting Leaders Tap Technology as Top concern.
- Ogan, Y., Peter, G., May-Yin, D. C. (2022). Digital transformation and accountants as advisors. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 36(1), 209-237.
- Petani, F, J., & Mengis, J. (2021). Technology and the hybrid workplace: the affective living of IT-enabled space. *The International Journal of Human Resource Management*, 34(8), 1530-1553.
- Zesu, H., & Yihua, Y. (2023). Digital transformation and the impact of local tournament incentives: Evidence from publicly listed companies in China. *Journal of Finance Research Letters*, 57(4).

The Relationship of Ownership Structure, Board Structure, Auditor Choice and Corporate Governance Ratings of Thai Listed Companies

Sumintorn Baotham^{*} and Kanokkan Vichasilp²

Received : June 24, 2023 Revised : August 22, 2023 Accepted : August 24, 2023

Abstract

This research examined the relationship among ownership structures, board structure, auditor choice, and corporate governance ratings of Thai listed companies. Three variables such as ownership structure, board structures, and auditor's choice were used as independent variables. The two variables used as a representation of ownership structures consist of the proportion of major shareholders and the proportion of minority shareholders. Two variables such as the proportion of independent directors on board and the control of administrative powers were used to represent the board structure. Auditor choice was measured by audit firm size (Big 4, or non-Big 4). The dependent variable is corporate governance ratings, which is measured by the CG score. The sample was collected from the annual reports of 669 firms and the website of the Securities and Exchange Commission Thailand (SEC) in 2021. The statistics in data analysis were descriptive and multiple regression analysis. The results showed that the proportion of minority shareholders, the proportion of independent directors on board and auditor choice were positively associated with corporate governance ratings. In addition, the control of administrative powers was negatively associated with corporate governance ratings. However, the proportion of major shareholders was not associated with relationship corporate governance ratings. This study adds to the literature by giving empirical data on board structure, auditor selection, and corporate governance ratings of Thai listed companies.

Keywords : Ownership structure, Board structure, Auditor choice, Corporate governance ratings,

Thai listed companies

² Assistant Professor of Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Sakon Nakhon Campus, Thailand

^{*} Corresponding author E-mail: sumintorn@hotmail.com

1. Introduction

Asian corporate governance literature notes that these cases have numerous distinctive features that set them apart from those created in Europe and the United States. (La Porta et al., 2000). East Asian enterprises have more concentrated ownership and control than corporations in the United States and the United Kingdom, which usually have a diverse ownership structure (Cho & Wu, 2014). Corporate governance frameworks such as corporate takeovers and boards of directors are examples of traditional corporate governance systems, are ineffectual at restricting these dominant owners' self-interested activities since the majority shareholders have the potential to effectively control the company. Claessens et al. (2000) investigated how ownership and control were divided in nine East Asian nations and discovered that the largest shareholder, who has more voting power, frequently jeopardizes the wealth of minority shareholders. Munisi (2020) discovered a negative association between management ownership and concentrated ownership and corporate governance rating. Therefore, the ownership structure is the most important factor in determining the form of corporate governance because it indicates the nature of the agency problem. The proportion of majority shareholders and the proportion of minority shareholders were used to represent the ownership structure in this study.

This paper considered the board structure to consist of a board of directors and the control of management power. The board of directors serves as an internal control mechanism used to monitor a firm and is a component of a successful corporate governance structure. Typically, independent directors are those who are most concerned with demonstrating the company's adherence to laws, regulations, and ethical standards. (Ibrahim and Angelidis, 1995). Along these lines, they also favorably consider requests from outside groups to enhance a company's ethical behavior and encourage internal groups' efforts to do so, particularly through effective governance systems (Fombrun & Shanley 1990; Johnson & Greening 1999). Since the initial publications, this position has been regarded as an important component of corporate governance legislation and guidelines, corporate governance guidelines from all around the world and for all sizes of firms precisely specify the obligations and tasks of independent board members. Most empirical and theoretical research focusing on agency theory indicates that independent directors have a positive impact on corporate performance (Brickley et al., 1994; Anderson et al., 2004). The monitoring role should be improved and management opportunism should be decreased with a higher proportion of independent directors on boards (Fama, 1980; Fama & Jensen, 1983). More independent boards contribute to a decline in dishonest behavior and the misuse of limited resources, according to Chen et al. (2006) and Lo et al. (2010). Thus, the proportion of independent directors on the board is an important factor that influences the quality of corporate governance.

The control of management power is defined as CEO/Chair duality. It refers to corporate management when the CEO also serves as the chairman of the board of directors. When there is CEO/Chair duality, it suggests that there is no distinction between decision management and decision control, which leads to agency problems.

This indicates that the CEO/Chair duality may raise shareholder-management conflicts of interest and impair manager oversight, which influences agency costs and lowers predicted firm performance (Jensen & Meckling, 1976). Because it indicates a concentration of management power, CEO/Chair duality is often discouraged by corporate governance regulations (Makani et al., 2012). This indicates that a higher degree of power by the CEO/Chair combination could result in management opportunistic behavior and have an impact on company governance.

In order to cut their capital raising costs, reduce agency issues, fraud, and economic crimes, it is generally believed that listed companies must employ high-quality auditors who can demonstrate effective audit monitoring (Lin & Liu, 2009) and excellent corporate governance (Ferreira, 2018). Choosing a qualified auditor can be considered as a process of good corporate governance, and promotes corporate governance by conducting periodic risk assessments. It is also an important tool to help detect fraud and prevent the refurbishment of the financial statements of the business as well. Cho and Wu (2014) discovered that external corporate governance tools, such a reliable auditor, might be crucial to enhancing corporate governance. Lurcker et al. (2005) argued that a poor governance structure is mitigated by the reputation of the auditor. This study adopts Big 4 auditors as the proxy for high-quality auditors, and that firms that choose Big 4 auditors have a positive relationship with corporate governance ratings.

Although previous research has examined the relationship of such variables, the relationship between ownership structure, board structure, auditor choice and corporate governance ratings have not been fully explored. This paper examines the relationship among ownership structure, board structure, auditor choice and corporate governance ratings of Thai listed companies in 2021. This study makes significant contributions to the literature by providing empirical finding on corporate governance in Thailand.

2. Literature Review and Hypothesis Development

2.1 Ownership Structure and Corporate governance

Due to differences in ownership structures and the strength of the capital market, corporate governance techniques used in industrialized nations may not be effective in emerging markets and other nations. Except for a small number of Anglo-Saxon nations, most other countries' enterprises have a significant ownership concentration (Claessens et al., 2000; La Porta et al., 2000). The majority shareholders and other minority shareholders typically experience the agency problem that results from the separation of ownership from control in such a setting. Majority shareholders have the ability and incentive to expropriate other shareholders by using the company's resources for their own benefit because they control the firm with sufficient voting rights (Claessens et al., 2002; La Porta et al., 2002). The degree of ownership concentration has consequences, such as when major shareholders dominate decision-making to the detriment of minor shareholders. (Kuznetsov &

Muravyev, 2001). Shah et al. (2012) show how declining ethical practices by businesses is a direct result of higher levels of ownership concentration. Ratings for corporate governance will consequently be lowered.

Asian corporate governance literature notes that these cases have numerous distinctive features that set them apart from those created in Europe and the United States (La Porta et al., 2000). Compared to US and UK organizations, which typically have a dispersed ownership structure, East Asian businesses have a more concentrated ownership and control structure (Cho & Wu, 2014). Traditional corporate governance mechanisms, such as corporate takeovers and boards of directors, are ineffective at taming the self-interested behavior of these dominant owners because the majority shareholders can effectively control the company. In nine East Asian countries, Claessens et al. (2000) investigated the split of ownership and power and found that the largest shareholder frequently jeopardizes the wealth of minority shareholders due to their increased voting rights.

According to Srijunpeth (2009), in Thailand the majority of listed firms are family-owned firms and within the same firm major shareholders are initial founders and hold executive positions. From the perspective of an investor, a family firm may be in danger due to poor management that disregards the interests of minority shareholders. A specific form of corporate governance that offers reduced agency costs and higher performance is provided by creating family businesses, according to earlier studies by James (1999) and Mishra et al. (2001). Further research has revealed that managers of founding family businesses are more prone to exert managerial entrenchment to the firm's harm, severely influencing performance (Thomsen and Pedersen, 2000; Gomez-Mejia et al., 2001). Consequently, minority shareholders are a crucial component of a solid firm's stock trading liquidity (Pongkasem et al., 2019), resulting in the company being able to raise funds through the stock market easily. It also helps to promote excellent company governance. Some studies also revealed contradictory and inconclusive results (Begley, 1995). This research expects that the higher the proportion of majority shareholders, the more likely are lower corporate governance ratings. On the contrary, the higher proportion of minority shareholders, the more likely that corporate governance ratings are higher. For this kind of connection, a hypothesis was created, as follows:

H1: The proportion of majority shareholders has a negative relationship on corporate governance ratings

H2: The proportion of minority shareholders has a positive relationship on corporate governance ratings

2.2 Board Structure and Corporate Governance

2.2.1 Independent Directors on Board

As part of an effective corporate governance structure, the board of directors is in charge of creating a monitoring mechanism and supervising the system's implementation. While it is evident that all directors, whether executive (those with functions within the corporation) or nonexecutive (those hired from outside), should be treated equally in terms of board obligations, one of the most important tasks of the latter is to guarantee that all

shareholders' interests are respected. Also, there are nonexecutive directors who represent particular shareholder and investor groups and independent directors who are unrelated to the company other than their directorship. (Clifford & Evans, 1997). Independent directors are tasked with monitoring the actions and decisions taken by corporate boards regarding management and ensuring that the executive is held accountable (Fama, 1980). It follows that they pay close attention to investors because they have to make sure that management choices are made with shareholders' interests in mind. Although remaining impartial toward the company and its CEO, independent directors are trustworthy tools for their organizations' management oversight (Daily & Johnson 1997). Since the first publications, this position has been recognized as a critical component in corporate governance regulations and recommendations, the function and responsibilities of independent board members are expressly outlined in corporate governance standards from throughout the world and for businesses of all sizes. Independent directors are essential in enhancing the company's ability to be recognized by external stakeholders, according to Pfeffer and Salancick (1978). Therefore, businesses with more independent director participation on their boards must adhere to minimal financial leverage and high market equity values.

Few empirical studies on agency theory have found a relationship between the percentage of independent directors and company performance, either negatively (Kumar & Singh, 2013) or not at all (Bhagat & Black, 2002). Nonetheless, the majority of empirical (Brickley et al., 1994; Anderson et al., 2004) and theoretical (Beasley, 1996) studies on agency theory shows that independent directors boost a firm's performance. The efficiency of the monitoring role should increase and management opportunism should decrease with a higher proportion of independent directors on boards (Fama, 1980; Fama & Jensen, 1983). More board independence also lowers fraudulent actions and the misuse of limited resources, according to Chen et al. (2006) and Lo et al. (2010). As a result, shareholders should gain more from the situation (Byrd & Hickman, 1992). In line with this study, according to Rosenstein and Wyatt (1990), the percentage of outside directors has an impact on shareholder wealth. Their research shows that when an additional outside director is appointed, the stock price rises. This demonstrates that the scrutiny of management by independent directors is crucial for reducing the risk of financial statement fraud (Beasley, 1996), and it is probably advantageous to shareholders (Byrd & Hickman, 1992). As a result, independent directors can enhance effective board oversight since they can be useful in bringing together the interests of shareholders and managers (Tihanyi et al., 2003). As a result, they ensure that CEOs make decisions that enhance performance (Musteen et al., 2009). Therefore, it is possible that the greater the proportion of independent directors on a board, the more likely that the corporate governance rating is higher. For this kind of connection, a hypothesis was created, as follows:

H3: The proportion of independent directors on board has a positive relationship on corporate governance ratings

2.2.2 The control of Management Power

Another important feature of modern corporate governance is the control of management power as CEO/Chair duality. It refers to corporate management in which the CEO also acts as the board chairman. Although not always a leader for the board, the CEO is a hierarchical leader for the senior management team. Hence, a CEO's structure power in relation to the boardroom can be reflected by the CEO/Chair duality, which is the pairing of the CEO and board chairman. In a firm, decision management and decision control functions should be kept apart, according to Fama and Jensen (1983). The decision management role comprises the authority to suggest and carry out new plans for the allocation of the firm's resources, whereas the choice control function includes the authority to approve and supervise such suggestions. To ensure this separation, a number of internal checks and controls are used. Use of the company's resources wisely is facilitated by this system. In light of this, the highest level should employ the same system. Thus, the chief decision management authority (CEO) job should be distinct from the chief decision control authority role (chairman). The CEO cannot have authority over the board of directors because it is the corporate structure's highest degree of decision control. The CEO/Chair duality indicates that decision management and decision control are not separated, which ultimately causes problems for the agency. Thus, CEO/Chair duality may worsen conflicts of interest between shareholders and managers and limit management oversight, both of which have an impact on agency costs and are predicted to lower the company's performance (Jensen & Meckling, 1976). Most corporate governance codes do not recommend CEO/Chair duality. (Makani et al., 2012). The higher level of control by CEO/Chair duality may lead to managerial opportunistic behavior. Therefore, it is possible that the higher control of administrative power leads to lower corporate governance ratings. For this kind of interaction, a hypothesis was established, as follows:

H4: The control of administrative power has a negative relationship on corporate governance ratings

2.3 Auditor choice and corporate governance

Because an auditor (another agent) performs an external monitoring role on behalf of the shareholders (the principal) in attesting to the credibility of accounting information provided by management (the agent), external audit is regarded as one of the most effective monitoring mechanisms in the global capital markets (Fan & Wong, 2005). According to Jensen and Meckling (1976) and others, the external auditor is essential in the effort to prevent accounting manipulation, which in turn limits conflicts of interest and lessens knowledge asymmetry between the principal and agent. As a result, if financial information is audited by one of the Big 4, capital providers will trust it more, lowering the cost of capital. An effective corporate governance instrument is high-quality auditing (Watts & Zimmerman, 1986).

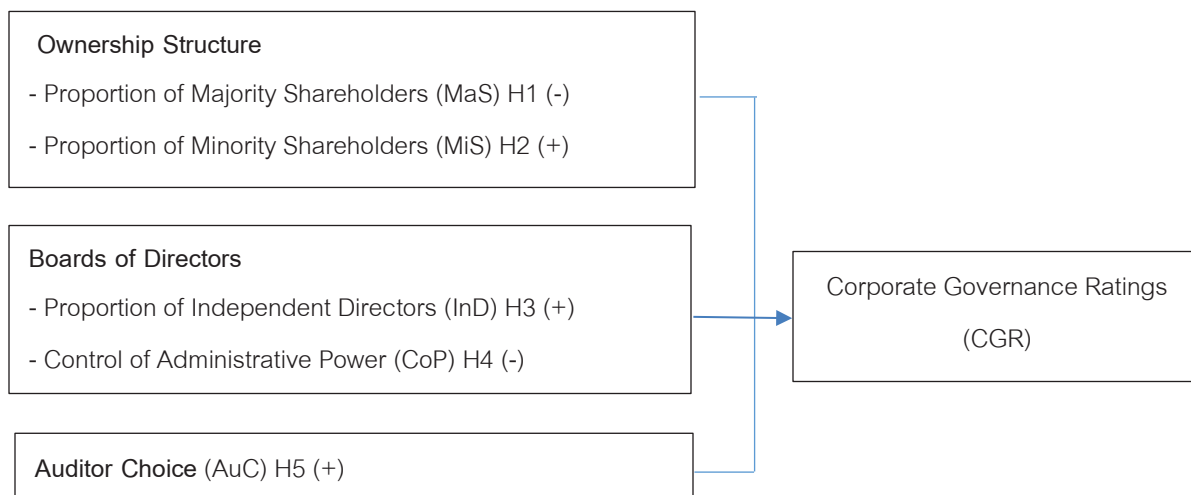
When a company chooses an auditor, the caliber of the auditing service is thought to be a crucial aspect. A company may select reputable, high-quality auditors to minimize risk to investors and prevent adverse

selection issues (Bachar, 1989). Mayoral and Segura (2008) conducted an analysis of the factors influencing the choice of auditor and discovered that the choice of auditor, in terms of audit quality, is influenced by both the corporate governance systems and the desire to mitigate agency problems and prevent associated expenses. In order to indicate competent audit monitoring and excellent corporate governance and reduce their capital raising expenses, it is generally believed that listed companies must employ high-quality auditors (Lin and Liu, 2009). Big 4 auditors are used as a standard for good audit quality by most foreign researchers. DeFond, Wong, and Li (2000) claim that Big 4 auditors are more likely to provide the qualified audit opinion in China. Francis (2004) asserts that the Big 4 auditors put more effort into the audit and have more competence than auditors who do not belong to the Big 4. This results in a greater audit quality than auditors who do not belong to the Big 4. Cho and Wu (2014) discovered that external corporate governance tools, like a reliable auditor, can be extremely helpful in enhancing corporate governance. This study also adopts Big 4 auditors as the proxy for high-quality auditors. Therefore, it is possible that firms that choose Big 4 auditors have a positive relationship with corporate governance ratings. For this kind of interaction, a hypothesis was established, as follows:

H5: Firms which choose Big 4 auditors have a positive relationship with corporate governance ratings

Figure 1

Conceptual Model



3. Research Methodology

3.1 Research Design

This study examines the relationship among ownership structure, board structure, auditor choice and corporate governance rating (Figure 1). Each company's annual report includes information on all study factors.

As a result, secondary data for inferential statistical analysis were obtained from annual reports and financial statements available on the SET website.

3.2 Samples, data collection, and measurement of variables

The sample for this study was 712 listed companies on the Stock Exchange of Thailand (SET) in 2021. All financial industries, or 41 firms, were excluded as their regulations and characteristics of corporate governance differ from those of other industries (Dadashi et al., 2013). Also, 2 firms had incomplete data. Thus, the final samples were 669 firms, representing 93.96%. The variable name and measurement scale are shown in Table 1.

Table 1 Variables and Measurement Scale

Variable name	Abbreviation	Measurement scale
The proportion of majority shareholders	MaS	The percentage of share held by the top 10 shareholders
The proportion of minority shareholders	MiS	the percentage of the number of free float shareholders who are not involved in the management or have no control
The proportion of independent directors	InD	the percentage of independent board of directors.
The control of the administrative power	CoP	a dummy variable, taking the value of 1 if Chief Executive Officer and Chairman of the Board are the same person; otherwise it is taken as 0
Auditor Choice	AuC	a dummy variable, taking the value of 1 if a Big4 auditor; otherwise it is taken as 0
Corporate Governance Ratings	CGR	Four levels of corporate governance ratings are available: 3 (excellent), 2 (very good), 1 (good), and 0 (N/A).

3.3 Data preparation

The data was examined and ready for the statistical assumption's needs. Examining the normal distribution and looking for any aberrant points was the first step in the procedure (outliers). The statistical model did not include any data that were not normally distributed. After then, the data was examined once more for normal distribution before being accepted.

3.3.1 Normality Testing

A QQ plot, Box plot, and Histogram were used to test the data for each variable's normal distribution. When plotting a dataset with a normally distributed distribution, an approximately diagonal line should rise as the plot moves from left to right along the x-axis. To find outliers that stand out clearly above or below the box, a box plot is utilized. On the histogram view, the graph looks to be generally symmetrical, and its skewness and kurtosis indices are calculated by studying Kline's skewness and kurtosis (2015). The skewness values varied from -0.920 to 0.792 and the kurtosis values varied from -1.824 and 0.280 (Table 2). The data in this study is regarded as normal.

3.3.2 Multicollinearity Testing

Before each hypothesis is evaluated, one of the prerequisites of regression analysis is to verify that the multicollinearity problem of independent variables does not present in the independent variables. Using the Pearson correlation testing method, according to Table 3, the correlation coefficient is less than 0.8 (Hair et al., 2010).

3.4 Hypothesis testing and statistical analysis

The data analysis applied descriptive statistics—means, maximums, minimums, and standard deviations, skewness, kurtosis and a correlation analysis. Multiple regression models have been used to test the research hypotheses. To test H1-H5, the equation used is as follows:

$$\text{Equation: CGR} = \beta_{01} + \beta_{02}\text{MaS} + \beta_{03}\text{MiS} + \beta_{04}\text{InD} + \beta_{05}\text{CoP} + \beta_{06}\text{AuC} + \epsilon_i$$

4. Results and Discussion

Table 2 Descriptive Statistics

Variables	Min	Max	Mean	S.D.	Skewness	Kurtosis
Proportion of major shareholders (MaS)	0.210	0.989	0.688	0.144	-0.463	-0.049
Proportion of minority shareholders (MiS)	0.014	0.920	0.398	0.162	0.533	-0.095
Proportion of independent directors on board (InD)	0.22	0.80	0.428	0.099	0.792	0.280
Control of administration Power (CoP)	0	1	0.71	0.455	-0.920	-1.158
Auditor choice (AuC)	0	1	0.60	0.489	-0.426	-1.824
Corporate Governance Ratings (CGR)	0.00	3.00	1.864	1.022	-0.483	-0.906

Table 2 presents the values of descriptive statistics used to analyze the basic characteristics of the variables. The means of the proportion of major shareholders and the proportion of minority shareholders are 68.80%, and 39.80%, respectively, indicating that families dominate many Thai listed companies. The mean of the control of administration power is 71%, indicating that the top 10 shareholders have a high control of administration power. The mean of the proportion of independent directors on board is 42.80%, indicating that most Thai listed companies have less than 50% of independent directors on board. 60% of the Thai listed companies were audited by Big4 audit firms.

Table 3 Pearson's Correlation Matrix

Variables	MaS	MiS	InD	CoP	AuC	Tolerance	VIF
CGR	-0.027	0.069	0.120**	-0.130**	0.218**		
MaS	1	-0.793**	-0.038	-0.150**	0.169**	0.351	2.851
MiS		1	0.102**	0.027	-0.132**	.972	1.029
InD			1	0.038	0.019	.987	1.013
CoP				1	-0.156**	.974	1.027
AuD					1	.958	1.044

** p value < 0.05

Table 3 demonstrates the Pearson correlation analysis to test the multicollinearity among the five variables used in this study. In this way, we can measure the degree of linear association between every pair of variables. The results show statistical significance at 0.05 levels. The variable values ranging from -0.793 to 0.169. The maximum correlation is -0.793 showing a negative significance between proportion of major shareholders (MaS) and proportion of minority shareholders (MiS) variables and shows no multicollinearity problem because the correlation is lower than 0.80 (Hair et al., 2010). For the value of tolerance and its inverse, the inflation factor in the variances (VIFs) is also calculated. Given that the variance inflation factors (VIFs) rank between 1.013 and 2.851—below the cut-off value of 10 suggested by Neter et al. (1985)—we can conclude that multicollinearity is not a concern in this study. Moreover, Durbin-Watson value rank from 2.073 which is not higher than the 4 cut-off value, meaning there is no autocorrelation problem encountered in this study (Gujarati, 2003).

Table 4 presents the results of OLS regression analysis of the relationship among the proportion of independent directors, the control of administration power, the proportion of major shareholders, the proportion of minority shareholders, auditor choice and corporate governance ratings. Statistical tests showed that the proportion of minority shareholders (H2: $b_{03} = 0.005$, $P < 0.05$), has a positive significant relationship on corporate governance ratings. Firms with the higher proportion of minority shareholders have higher corporate governance

ratings. Thus, hypothesis H2 is supported. This conclusion supports Pongkasem et al. (2019), which found that minority shareholders are a crucial component of a solid firm's stock trading liquidity, and results in the company being able to raise funds through the stock market easily and also helps to promote excellent company governance.

Table 4 OLS Regression Results

Independent variable	Dependent Variable		
	Corporate governance ratings (CGR)		
	Exp. Sign	Coefficient	Std. Err.
Constant		1.067***	0.203
Proportion of major shareholders (MaS)	H1 (-)	-0.025 ^e	-0.394
Proportion of minority shareholders (MiS)	H2 (+)	0.005**	0.002
Proportion of independent directors on board (InD)	H3 (+)	1.147***	0.387
Control of Administration Power (CoP)	H4 (-)	-0.234***	0.085
Auditor Choice (AuD)	H5 (+)	0.440***	0.080
$R^2 = .078$, Adjusted $R^2 = .072$, Durbin-Watson = 2.073			

***p value < 0.01, ** p value < 0.05

The proportion of independent directors on board (H3: $b_{04} = 1.147$, $P < 0.01$) has a positive significant relationship on corporate governance ratings. Results suggest that the higher the proportion of independent directors on board the higher the corporate governance ratings. Thus, hypothesis H3 is supported. A greater percentage of independent directors on boards should improve the effectiveness of the monitoring function and reduce managerial opportunism (Fama, 1980; Fama & Jensen, 1983). According to Chen et al. (2006) and Lo et al. (2010), more board independence also decreases fraud and the theft of limited resources. This should result in greater gains for shareholders (Byrd & Hickman, 1992). Consequently, independent directors can improve board monitoring (Tihanyi et al., 2003), and increase corporate governance.

The control of administration power (H4: $b_{05} = -0.234$, $P < 0.01$), has a negative significant relationship on corporate governance ratings. Results suggest that the higher the control of administration power the lower the corporate governance ratings. Thus, hypothesis H4 is supported. This study is in line with that of Makani et al. (2012), who demonstrated that most corporate governance codes do not propose CEO/Chair duality as the control of administration. Hence, the CEO/Chair duality's increased level of authority may encourage management opportunism and lower the level of corporate governance.

Auditor choice (H5: $b_{06} = 0.440$, $P < 0.01$), has a positive significant relationship on corporate governance ratings. This study found that firms which choose a Big-4 auditor have higher corporate governance ratings. Thus, hypothesis H5 is supported. A high-quality auditor, for example, may be a crucial component of external corporate governance procedures that can significantly improve corporate governance, according to the findings (Cho & Wu, 2014). The implementation of the corporate governance suggestion and the external auditor's confirmation of it were found to have a substantial direct relationship, according to Ferreira (2018). Thus, lessening agency issues, fraud, and financial crimes need higher information transparency. Doing the right thing and doing it the right manner is the cornerstone of excellent corporate governance. The board of directors, shareholders, and auditors should all collaborate to run businesses effectively for the benefit of all stakeholders. This is a key component of good corporate governance.

The relationship of most shareholders on corporate governance ratings was not significant (H1: $b_{02} = -0.025$, $P = 0.994$). Thus, hypothesis H1 is not supported. Although many shareholders was not significant, the beta coefficient was negative. This suggests that most of the shareholding structures of Thai listed companies are based on family companies, where the shareholding and executive power in the company is concentrated in the members of the family (Srijunpetch, 2009). As a result, founders of family firms are more prone to engage in management entrenchment at the expense of the company (Thomsen & Pedersen, 2000; Gomez-Mejia et al., 2001), which results in weaker cooperative governance. The rules governing Thailand's financial markets are insufficient to safeguard the interests of investors and minority shareholders, agency issues arise between the family-dominated majority and the minority shareholders. Those groups would prefer to abstain from making investments due to the information asymmetry disclosed by firms. Investor trust can, however, be increased by better corporate governance for businesses in emerging economies (Rajagopalan & Zhang, 2008).

Table 5 Summary of Hypothesis

Hypothesis	Result
H1: The proportion of majority shareholders has a negative relationship on corporate governance ratings	Rejected
H2: The proportion of minority shareholders has a positive relationship on corporate governance ratings	Supported
H3: The proportion of independent directors on board has a positive relationship on corporate governance ratings	Supported
H4: The control of administrative power has a negative relationship on corporate governance ratings	Supported
H5: Firms which choose Big 4 auditors have a positive relationship with corporate governance ratings	Supported

5. Conclusion

This research examined the relationship among ownership structures, board structure, auditor choice, and corporate governance ratings of Thai listed companies. The findings of the study clearly support the relation between the board structure (the proportion of independent directors on board and control of administrative powers) and corporate governance ratings. Firms with a high proportion of independent directors on board and a low control of administrative powers have higher corporate governance ratings. Besides, firms with a high proportion of minority shareholders have higher corporate governance ratings. Moreover, this study found that firms which choose a Big-4 auditor have higher corporate governance ratings. The results support the view that internal mechanisms and external mechanisms of corporate governance in Thai listed companies were key elements of corporate governance ratings of Thai listed companies.

6. Further Research

Firstly, this study uses secondary data from the annual reports, and it did not examine any other reports or other mass communication mechanisms that companies' management may use to disclose ownership structure, board structure, auditor choice and corporate governance ratings information. Future studies might use primary data gathered through interviews and questionnaire to improve the interpretation of the findings. *Secondly*, the paper investigated auditor choice via Big 4, or non-Big 4. Future research might be to study the relation between corporate governance and auditing regarding the voluntary and mandatory auditor change, auditor opinion, and auditor tenure. *Thirdly*, this paper analyzed the year 2021, Future research could be extended to analyze a more updated period. *Fourthly*, this study omitted control variables such as firm size, firm age, and industry group that could have an impact on corporate governance; future studies may include control variables in the model. *Finally*, complete, accurate and transparent disclosure of information of listed companies is an important mechanism to build confidence and attract investors' attention. In addition to financial information, Environmental, Social, and Corporate Governance Information (ESG) is critical information that influences investment decisions. Research should be expanded in the future by include additional intriguing factors, including audit committee financial experts, board characteristics, audit committee attributes, that have an impact on the disclosure of Environmental, Social, and Corporate Governance information or sustainability reports.

7. Contribution

This study adds to the body of literature by supplying more support for earlier investigations., which suggest that internal mechanism (owner structure and board structure) and external mechanism (external auditor) were key elements of corporate governance ratings of Thai listed companies.

8. Acknowledgement

This work was supported by the Fundamental fund 2566.

References

- Anderson, U., Kadous, K., & Koonce, L. (2004). The role of incentives to manage earnings and quantification in auditor's evaluations of management-provided information. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 23(1), 11–27.
- Bachar, J. (1989). Optimal underwriting contracts and underpricing of new issues. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 4(4), 432-459.
- Beasley, M. S. (1996). An empirical analysis of the relation between the board of director composition and financial statement fraud. *The Accounting Review*, 71, 443–465.
- Begley, T.M. (1995). 'Using founder status, age of firm, company growth rate as the basis for distinguishing entrepreneurs from managers in smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 10, 249-63.
- Bhagat, S., & Black, B. (2002). The non-correlation between board independence and longterm firm performance. *Journal of Corporation Law*, 27, 231-73.
- Brickley, J. A., Coles, J. L., & Terry, R. L. (1994). Outside directors and the adoption of poison pills. *Journal of Financial Economics*, 34, 371–390.
- Byrd, J. W., & Hickman, K. A. (1992). Do outside directors monitor managers? *Journal of Financial Economics*, 32, 195–221.
- Chen, G., Firth, M., Gao, D. N., & Rui, O. M. (2006). Ownership structure, corporate governance, and fraud: evidence from China. *Journal of Corporate Finance*, 12(3), 424- 448.
- Cho, C-C., & Wu, C-H. (2014). Role of auditor in agency conflict and corporate governance: Empirical analyses of Taiwanese firms. *Chinese Management Studies*, 8(3), 333-353.
- Claessens, S., Djankov, S., Fan, J., & Lang, L. H. P. (2000). The separation of ownership and control in East Asian corporation. *Journal of Financial Economics*, 58(1/2), 81-112.
- Claessens, S., Djankov, S., Fan, J. P. H., & Lang, L. (2002). Disentangling the incentive and entrenchment of large shareholdings. *The Journal of Finance*, 57(6), 2741-2771.
- Clifford, P., & Evans, R. (1997). Non-executive directors: A question of independence. *Corporate Governance*, 5(4), 224-231.
- Dadashi, I., Zarei, S., Dadashi, B., & Ahmadi, Z. (2013). Information voluntary disclosure and cost of debt case of Iran. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4(6), 1478-1483.
- Daily, C. M., & Johnson, J. L. (1997). Sources of CEO power and firm financial performance: A longitudinal assessment. *Journal of Management*, 23(2), 97–117.

- DeFond, M. L., Wong, T. J., & Li, S. (2000). The impact of improved auditor independence on audit market concentration in China. *Journal of Accounting and Economics*, 28(3), 269–305.
- Fama, E.F. (1980). Agency problems and the theory of the firm. *The Journal of Political Economy*, 88(2), 288-307.
- Fama, E.F., & Jensen, M.C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(June), 301-325.
- Fan, J. P. H., & Wong, T. J. (2005). Do external auditors perform a corporate governance role in emerging markets? Evidence from East Asia. *Journal of Accounting Research*, 45(1), 35–72.
- Ferreir, J. V. (2018). The role of the external auditor in corporate governance: The case of companies listed in the NYSE Euronext Lisbon. *Risk governance and Control: Financial Market & Institutions*, 8(4), 38-51.
- Fombrun, C. J., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33, 233–258.
- Francis, J. R. (2004). What do we know about audit quality? *The British Accounting Review*, 36(4), 345–368.
- Gomez-Mejia, L. R., Nunez-Nickel, M., & Gutierrez, I. (2001). The role of family ties in agency contracts. *Academy of Management Journal*, 44, 81-95.
- Guijarati, D. N. (2003). *Basic econometrics*. Singapore : McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). Upper Saddle River: Pearson Education.
- Ibrahim, N. A., & Angelidis, J. P. (1995). The corporate social responsiveness orientation of board members: Are there differences between inside and outside directors? *Journal of Business Ethics*, 14, 405–410.
- James, H.S. Jr. (1999). Owner as manager, extended horizons and the family firm. *International Journal of the Economics of Business*, 6(1), 41-55.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and capital structures. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Johnson, R. A., & Greening, D. W. (1999). The effects of corporate governance and institutional ownership types on corporate social performance. *Academy of Management Journal*, 42, 564–576.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. USA : Guilford Publications.
- Kumar, N., & Singh, J. P. (2013). Effect of board size and promoter ownership on firm value: Some empirical findings from India. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 13(1), 88–98.
- Kuznetsov, P., & Muravyev, A. (2001). Ownership concentration and firm performance in Russia: the case of blue chips of the stock market. *Acta Oeconomica*, 51(4), 469-488.
- La Porta, R., Lopez-de-silanes, F, Shleifer, A., & Vishny, R. (2002). Investor protection and corporate valuation. *Journal of Finance*, 57(3), 1147-1170.

- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R. (2000). Investor protection and corporate governance. *Journal of Financial Economics*, 58, 3-27.
- Larcker, D. F., Richardson, S. A., Seary, A., & Tuna, A. I. (2005). Back door links between directors and executive compensation. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=671063.
- Lin Z. J., & Liu M. (2009). The impact of corporate governance on auditor choice: Evidence from China. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 18, 44-59.
- Lo, A. W., Wong, R. M., & Firth, M. (2010). Can corporate governance deter management from manipulating earnings? Evidence from related-party sales transactions in China. *Journal of Corporate Finance*, 16(2), 225-235.
- Makani, I., Kolsi, M., & Affes, H. (2012). The impact of corporate governance mechanisms on audit quality: Evidence from Tunisia. *The IUP Journal of Corporate Governance*, 4(3), 48-70.
- Mayoral, J. M., & Segura, A.S. (2008). Corporate governance, agency conflict and auditor Choice. *Journal of Finance and Accounting*, 37(137), 113-153.
- Mishra, C., Randøy, T., & Jenssen, J. I. (2001). The effect of founding family influence on firm value and corporate governance: a study of Norwegian firms. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 12(3), 235-59.
- Musteen, M., Datta, D. K., & Herrmann, P. (2009). Ownership structure and CEO compensation: implications for the choice of foreign market entry model. *Journal of International Business Studies*, 40(2), 321-338.
- Neter, J., Wasserman, W., & Kutner, M. H., (1985). *Applied liner statistical model, Regression analysis of variance, and experimental designs*. Hone Wood, Illions, USA : McGraw-Hill.
- Pfeffer, J., & Salancick, G.R. (1978). *The external control of organisations: A resource-dependence perspective*. New York : Harper & Row.
- Munisi, G. (2020). Corporate governance and ownership structure in Sub-saharan Africa countries. *Journal of African Business*, 21(3), 289-314.
- Pongkasem, M., Boonsaenwai, S., & Phuwadin, P. (2019). Effecting of corporate governance on firm performance: Case study of financial industry in: The Thai-listed Company in stock exchange of Thailand. *The 6th National Conference Nakhonratchasima College*. March 3, 2019, Nakhonratchasima College, Nakhonrathasima.
- Rajagopalan, N., & Zhang, Y. (2008). Corporate governance reforms in China and India: challenges and opportunities. *Business Horizons*, 51(1), 55-64.
- Rosenstein, S., & Wyatt, J. G. (1990). Outside directors, board independence, and shareholder wealth. *Journal of Financial Economics*, 26(2), 175-91.

- Rungroch, W., & Thanatawee, Y. (2019). Relationship between ownership concentration and dispersion and stock liquidity of the listed companies in the stock exchange of Thailand. *Journal of Administration and Management*, 9(1), 137-152.
- Shah, A.A., Kouser, R., Aamir, M., & Hussain, C.M. (2012). The impact of the corporate governance and the ownership structure on the firm's financial performance and its risk taking behavior. *International Research Journal of Finance and Economics*, 93, 44-55.
- Srijunpetch, S. (2009). Does the corporate governance mechanism really increase firm value? *Journal of Business Administration*, 32(121), 1-6.
- Thomsen, S., & Pedersen, T. (2000). Ownership structure and economic performance in the largest European companies. *Strategic Management Journal*, 21, 689-705.
- Tihanyi, L., Johnson, R. A., Hoskisson, R. E., & Hitt, M. A. (2003). Institutional ownership differences and international diversification: the effects of boards of directors and technological opportunity. *Academy of Management Journal*, 46, 195-211.
- Watts, R., & Zimmerman, J. (1986). *Positive accounting theory*. New Jersey : Prentice Hall.

อิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย:

กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

The Influence of ownership structure on The Profitability of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand: Service Industry Group

เพ็ญนา ชาวนา* ภูมิ บุญโสภณ² และวิภาวดี นาคสวัสดิ์³

Pennapa Chaowana*, Pum Boonsopat² and Wipavadee Narksawat³

Received : June 24, 2023 Revised : September 7, 2023 Accepted : September 14, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ เป็นการศึกษาแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีเครื่องมือในการวิจัย คือ กระดาษทำการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงิน รายงานประจำปีแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และหมายเหตุประกอบงบการเงิน โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 432 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกระดาษทำการมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า

1) โครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติมีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 และโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารมีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.001 และ

2) โครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 และโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร มีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.001

คำสำคัญ : โครงสร้างผู้ถือหุ้น ความสามารถในการทำกำไร บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

* อาจารย์, วิทยาลัยรัตนภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

* Lecturer, Rattaphum College, Rajamangala University of Technology Srivijaya

^{2,3} นักศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาลัยรัตนภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

^{2,3} Bachelor Student, Rattaphum College, Rajamangala University of Technology Srivijaya

* Corresponding author E-mail: pennapa.c@rmuts.ac.th

Abstract

This research aims to 1) study influence of ownership structure on the profitability through return on asset of listed companies on the stock exchange of Thailand: service industry group, and 2) to study influence of ownership structure on the profitability through return on equity of listed companies on the stock exchange of Thailand: service industry group. It is an amount (Quantitative Research). There are research tools is paper to collect information from Financial Statement, 56-1 on the annual company report and SETSMART database during 2017-2020 with a sample group is listed companies on the stock exchange of Thailand: service industry group 432 samples and then the data collected from the paper was analyzed by using descriptive statistics consisting of percentage, mean standard deviation and analyzed using Multiple Regression Analysis at the statistical significant level of 0.05.

The results showed that

1) The influence of shareholder structure that significantly factors influence on the profitability through return on asset in positive are shareholding ratio of foreign investors.

The significant level is 0.01 and the influence of shareholder structure that significantly factors influence on the profitability through return on asset in positive are shareholding ratio of executives. The significant level is 0.001, and

2) the influence of shareholder structure that significantly factors influence on the profitability through return on equity in positive are shareholding ratio of institutional investors. The significant level is 0.01 and the influence of shareholder structure that significantly factors influence on the profitability through return on equity in positive are shareholding ratio of executives. The significant level is 0.001.

Keywords : Ownership Structure, Profitability, Company listed on the stock exchange

1. บทนำ

ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แบ่งโครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มตลาดหลักทรัพย์ ออกเป็นสองกลุ่มหลัก และแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมออกเป็น 8 กลุ่ม SET โดยแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมีการเติบโตของเศรษฐกิจที่แตกต่างกันและมีการทำกำไรที่แตกต่างกันแต่ละขนาดและบริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565) ซึ่งคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับข้อกำหนดเพื่อความปลอดภัยสำหรับการใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน โดยมุ่งเน้นว่าการใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินนั้นจะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในการตัดสินใจ นอกจากคุณภาพรายงานทางการเงินแล้ว โครงสร้างผู้ถือหุ้นถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท และเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนต้องพิจารณา(จารุวรรณ เอกสะพัง และ พิเชษฐ์ โสภางษ์, 2562) โครงสร้างของบริษัทในปัจจุบันที่มีการแบ่งแยกระหว่างอำนาจความเป็นเจ้าของและอำนาจในการบริหารจึงนำมาสู่ปัญหาตัวแทนระหว่างผู้ถือหุ้นกับผู้บริหาร ซึ่งปัญหาตัวแทนเป็นปัญหาหนึ่งที่สำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและความยั่งยืนของบริษัทได้

อุตสาหกรรมบริการ เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์ที่มีการเติบโตของเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องจากการผลิตสินค้า ซึ่งต้องมีการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรในหลายๆ ด้าน โดยปัจจัยสำคัญที่กิจการไม่ควรละเลยคือปัจจัยทางการเงิน เพราะถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญเช่นเดียวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งในปัจจุบันมีกิจการหลายแห่งที่มีบริการเป็นที่สนใจและ

เป็นที่ต้องการของตลาด แต่กิจการดังกล่าวประสบปัญหาทางด้านความสามารถในการทำกำไร ทำให้ไม่สามารถต่อยอดการบริการสู่ตลาดได้ (ณัฐวดี โพธิ์พุกษ์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ, 2564) ดังนั้น กิจการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร และมีการวัดความสามารถในการทำกำไร ซึ่งเจ้าของกิจการจะได้รับผลตอบแทน ขึ้นอยู่กับผลการทำกำไรของแต่ละบริษัท และบริษัทควรมีการพิจารณาและบริหารโครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัทในแต่ละสัดส่วนจัดให้อยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของแต่ละอุตสาหกรรม เพราะแต่ละอุตสาหกรรมก็จะมีลักษณะการบริหารความสามารถในการทำกำไรที่แตกต่างกัน บริษัทต้องพิจารณาในเรื่องโครงสร้างผู้ถือหุ้น โดยต้องหาจุดที่มีความเหมาะสมระหว่างประโยชน์จากผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งการวางโครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัทต้องมีการพิจารณาเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของความสามารถในการทำกำไรในส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งการกำหนดนโยบายโครงสร้างผู้ถือหุ้นของแต่ละองค์ประกอบที่มีความเหมาะสม และโครงสร้างการเป็นเจ้าของที่แตกต่างกัน ที่จะส่งต่อประสิทธิภาพและนำไปสู่ผลการดำเนินงานของบริษัทที่ดีขึ้น (Nasrin, Zakaria & Sulaiman, 2019)

ดังนั้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ทำให้ทราบถึงโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่เหมาะสม ที่จะช่วยให้บริษัทมีโครงสร้าง มีผลการดำเนินงาน มีผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์และตัดสินใจในการลงทุน รวมถึงผลประโยชน์ทางด้านการพัฒนาตลาดทุนไทยให้เป็นที่สนใจของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและได้นำเสนอแนวคิดของผลงานวิจัยและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory)

ทฤษฎีตัวแทนคือ กลไกการกำกับดูแลการบริหารจัดการภายในองค์กรธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองฝ่าย ฝ่ายหนึ่งเรียกว่าตัวการ (Principal) หรือเจ้าของ

กับอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าตัวแทน (Agent) หรือผู้บริหาร Jensen และ Meckling (1976) ได้ให้นิยามของคำว่า ทฤษฎีตัวการและตัวแทนว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวการและตัวแทนที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญาโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง ที่เรียกว่า ตัวการ ได้ว่าจ้างให้บุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ตัวแทน ในการให้บริการและดำเนินการแทน หรือมอบอำนาจในการตัดสินใจให้แก่ตัวแทนเพื่อกระทำการแทนตน ดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายรวมขององค์กร ซึ่งตราบไต่ที่ตัวแทนทำงานและตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับตัวการแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างตัวการกับตัวแทนยังมีประสิทธิภาพที่ดี แต่หากวัตถุประสงค์และผลประโยชน์ของตัวการกับตัวแทนไม่สอดคล้องกันแล้วจะทำให้เกิดปัญหาการเป็นตัวแทน จากการศึกษาของ Jensen และ Meckling (1976) พบว่า การแยกกันระหว่างเจ้าของและผู้บริหารเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาตัวการตัวแทน ซึ่งเป็นปัญหาที่เกี่ยวกับผลประโยชน์/ผลตอบแทนของเจ้าของและผู้บริหารไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ Smith (1937) ได้มีการกล่าวถึงทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ว่าหากองค์กรบริหารงานโดยไม่ใช้เจ้าของแท้จริง ก็มีโอกาสที่ผู้บริหารจะแสวงหาผลประโยชน์เข้าตัวเอง ในขณะที่ (Arrow, 1971; Wilson, 1968) มองว่าทฤษฎีตัวแทนเป็นเรื่องทัศนคติด้านความเสี่ยงของกลุ่มคนในองค์กร โดยได้แยกออกเป็น 2 กลุ่มกลุ่มแรกคือ ตัวการหรือเจ้าของ ยอมเสี่ยงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนทางธุรกิจ ในขณะที่อีกกลุ่มซึ่งเรียกว่า ตัวแทน หรือคนที่ทำหน้าที่บริหารงานของหน่วยงาน เช่น ผู้จัดการของหน่วยงานเป็น คนไม่ชอบความเสี่ยงโดยที่เป้าหมายหลักที่ตัวแทนตระหนักคือเรื่องของการสร้างผลประโยชน์แก่ส่วนตนเป็นหลัก ซึ่งเห็นได้ว่า การที่ทัศนคติด้านความเสี่ยงไม่ตรงกันจะส่งผลให้เกิดข้อขัดแย้งตามมา (ปณณวัฒน์ วังอนุสรณ์ และคณะ, 2565)

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนาสมมติฐาน

สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน

โครงสร้างการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันเกิดความซับซ้อน เนื่องจากนักลงทุนสถาบันแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความเสี่ยงที่เกิดจากการลงทุนเข้าใจในข้อมูลในการลงทุนเป็นอย่างดี และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่ไม่มีความเข้าใจในกระบวนการเปลี่ยนแปลงของตัวเลขทางการเงิน จึงทำให้เกิดความคาดเดาที่ผิดพลาด (Ebrahim, 2004) โดยผู้ถือหุ้นสถาบันเข้าไปเกี่ยวข้องกับการออกเสียงและตัดสินใจของบริษัท ดังนั้นนักลงทุนสถาบันจึงมีอิทธิพลและมีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัท (ณัฐวดี โพธิ์พฤกษ์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์, 2564) ในปัจจุบันการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันกับความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง แต่ผลการศึกษาดังกล่าวแตกต่างกันออกไป จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า สัดส่วนการ

ถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในทิศทางเดียวกัน (Al-Duais et al., 2021; Nguyen, Le, & Vu, 2021; Tran, 2021; Anwar & Buvanendra, 2019; Reyna, 2018) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตบางส่วนพบว่าสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร อาทิเช่น (Wati & Gultom, 2021) พบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการจัดการกำไรในอินโดนีเซีย ดังนั้น จึงตั้งสมมติฐานว่า

H1: สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ

โครงสร้างผู้ถือหุ้นทำให้เกิดมูลค่าข้อมูลทางบัญชีเพื่อส่งผลการตัดสินใจของนักลงทุนโดยใช้การวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องข้อมูลทางการเงินการบัญชี เพื่อทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ทางด้านการบริหารงานของแต่ละลักษณะโครงสร้างผู้ถือหุ้นมีผลต่อความน่าเชื่อถือข้อมูลทางการเงิน จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่แตกต่างกัน จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในทิศทางเดียวกัน (Al-Duais et al., 2021; Tran, 2021; Anwar & Buvanendra, 2019) พบว่า โครงสร้างผู้ถือหุ้นสัดส่วนผู้ถือหุ้นต่างชาติ มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อมูลค่าข้อมูลทางบัญชี เนื่องจากลักษณะโครงสร้างผู้ถือหุ้นทำให้เกิดมูลค่าข้อมูลทางบัญชีเพื่อส่งผลการตัดสินใจของนักลงทุนโดยใช้การวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องข้อมูลทางการเงินการบัญชี เพื่อทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ทางด้านการบริหารงานของแต่ละลักษณะโครงสร้างผู้ถือหุ้นมีผลต่อความน่าเชื่อถือข้อมูลทางการเงิน (จารุวรรณ เอกสะพัง และพิเชษฐ โสภางษ์, 2562) ดังนั้น จึงตั้งสมมติฐานว่า

H2: สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร

โครงสร้างการถือหุ้นของผู้บริหาร จะมีสัดส่วนที่ส่งผลกระทบต่อภาระงานของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารจะรับรู้ข้อมูลภายในของบริษัทมากที่สุด โดยมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารกับความสามารถในการทำกำไรที่แตกต่างกัน จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในทิศทางเดียวกัน (Alabdullah, 2021; Almarshadani, 2022; Parwar et al., 2021; Tran, 2021) เนื่องจาก โครงสร้างผู้ถือหุ้นสามารถให้การกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนที่มีความสามารถในการตรวจสอบและควบคุมที่แตกต่างกันเพื่อมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ของบริษัท

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับการใช้ดุลยพินิจในการบริหารจัดการกำไรของบริษัท อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตบางส่วนพบว่าสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร อาทิเช่น (Tran & Dang, 2021) พบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารไม่ส่งผลกระทบต่อผลการจัดการกำไรของประเทศเกิดใหม่และเวียดนาม

H3: สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

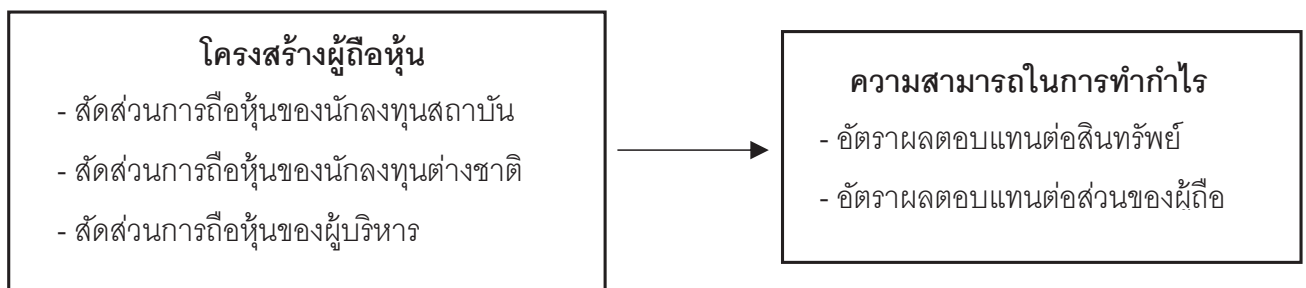
1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ของ Jensen และ Meckling (1976) ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ โครงสร้างผู้ถือหุ้น ได้แก่ สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ และสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการทำกำไร วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดในการวิจัย



5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรและผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

5.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้น ศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และจะต้องเป็นบริษัทที่ไม่ถูกพิจารณาหรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเพิกถอน และอยู่ระหว่างการฟื้นฟูการดำเนินงาน หากไม่เข้าเงื่อนไขจะทำการตัดออกจากเงื่อนไขที่กำหนด จำนวน 126 บริษัท โดยพบว่า จำนวน 108 บริษัท มีผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และมีข้อมูลงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบการเงินในฐานข้อมูลครบถ้วนตลอดระยะเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี 2560-2563 ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด $(108 \times 4) = 432$ ตัวอย่าง

5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้กระดาษทำการ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงิน รายงานประจำปี แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และหมายเหตุประกอบงบการเงิน ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงปี 2560 ถึงปี 2563 ระยะเวลา 4 ปี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูล SET-SMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการแทนค่าเพื่อหาค่าตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ โครงสร้างผู้ถือหุ้น ประกอบด้วย สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนหุ้นสถาบัน สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร

1.1 สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน (Shareholding of Institutional Investors) เป็นการแสดงถึงสัดส่วนการถือหุ้นที่เป็นสถาบัน เช่น กองทุน บริษัท ประกันชีวิต ธนาคาร เป็นต้น ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก $INS = \frac{\text{จำนวนหุ้นของนักลงทุนสถาบัน}}{\text{จำนวนหุ้นสามัญของบริษัททั้งหมด}}$

1.2 สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ (Shareholding Proportion of Foreign Investors) เป็นการแสดงถึงสัดส่วนการถือหุ้นที่เป็นหน่วยงานต่างชาติซึ่งสามารถคำนวณได้จาก $FIS = \text{จำนวนหุ้นหน่วยงานต่างชาติ} / \text{จำนวนหุ้นสามัญของบริษัททั้งหมด}$

1.3 สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร (Shareholding Ratio of Executives) การแสดงถึงสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร โดยคำนวณจาก $EMS = \text{จำนวนหุ้นของผู้บริหาร} / \text{จำนวนหุ้นสามัญของบริษัททั้งหมด}$

2. ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการทำกำไรและผลตอบแทนจากหลักทรัพย์ ซึ่งวัดค่าจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งเป็นเครื่องมือในการประเมินความสามารถในการทำกำไร และความสามารถในการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ลงทุน ว่าสามารถที่จะสร้างรายได้และผลกำไรในแต่ละปีได้มากน้อยเพียงใดเพียงใด

2.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Assets) เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรเปรียบเทียบกับสินทรัพย์ที่มีว่าก่อให้เกิดผลตอบแทนกลับคืนมามากน้อยเพียงใด โดยคำนวณจาก $ROA = (\text{กำไรสุทธิ} / \text{สินทรัพย์รวมเฉลี่ย}) \times 100$

2.2 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity) เป็นอัตราส่วนที่จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรของกิจการในการนำส่วนของเจ้าของ ทั้งหมดที่มีในกิจการนำไปทำให้เกิดผลกำไรสุทธิกลับเข้ามาในกิจการในปีนั้น คิดเป็นร้อยละเท่าใดของส่วนของเจ้าของ โดยคำนวณจาก $ROE = (\text{กำไรสุทธิ} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ย}) \times 100$

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยของข้อมูล (Mean) ค่าสูงสุดของข้อมูล (Maximum) ค่าต่ำสุดของข้อมูล (Minimum) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis) เพื่อทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ (1) สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน (2) สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ (3) สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร ใช้พิจารณาโดยกำหนด ค่าความสัมพันธ์ไว้ถ้าหากมีค่ามากกว่า 0.80 แสดงว่าจะเกิดปัญหาจากการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

3. การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และทดสอบสมมติฐานของตัวแปรต่างๆ ต่อไปนี้ สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร โดยนำข้อมูลที่ได้ ทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA) เพื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ซึ่งวัดค่าโดยใช้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์อัตราผลตอบแทนต่อของส่วนของผู้ถือหุ้น โดยแสดงเป็นรูปแบบสมการ Regression ดังนี้

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 INS_{it} + \beta_2 FIS_{it} + \beta_3 EMS_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 INS_{it} + \beta_2 FIS_{it} + \beta_3 EMS_{it} + \varepsilon_{it}$$

โดยที่ : INS_{it} แทน สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันของบริษัท i
 FIS_{it} แทน สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติของบริษัท i
 EMS_{it} แทน สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารของบริษัท i
 ROA_{it} แทน อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัท i
 ROE_{it} แทน อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i

ค่าทางสถิติ

β_0 = ค่าคงที่

$\beta_1 - \beta_3$ = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่ 1-3

ε = ค่าคลาดเคลื่อนสำหรับบริษัท i

i = บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

t = ปี

6. ผลการวิจัย

ปริมาณของโครงสร้างผู้ถือหุ้นและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 432 ตัวอย่าง พบว่า ผลการทดสอบค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนหุ้นสถาบัน สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนหุ้นสถาบันมีค่าสูง ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

	N	Minimum	Maximum	Mean	S.D.
INS	432	0.00	32.00	5.65	6.85
FIS	432	0.00	35.02	4.43	3.87
EMS	432	0.00	33.82	1.84	5.60
ROA	432	-6.32	42.57	4.58	4.58
ROE	432	-3.21	38.17	1.18	3.29

ตาราง 2 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย (1) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (2) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น โครงสร้างผู้ถือหุ้น ประกอบด้วย (1) สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน (2) สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ (3) สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร โดยใช้ Correlation Matrix รวมทั้งทำการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวถูกอธิบายโดยตัวแปรอิสระตัวอื่นในระดับใด ถ้าค่า VIF มีค่ามาก แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆมาก และตามปกติค่า VIF ที่มากกว่า 10 จะถือว่าอยู่ในระดับที่จะก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระได้ ซึ่งจากการตรวจสอบ พบว่าค่า VIF สูงสุดสำหรับการศึกษาครั้งนี้ มีค่าเพียง 1.050 จากสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร ดังนั้นปัจจัยที่ใช้ในการทดสอบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการทั้ง 5 ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity เพราะมีค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10

ตาราง 2 ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างผู้ถือหุ้นกับความสามารถในการทำกำไร

Variables	INS	FIS	EMS	ROA	ROE
INS	1	.053	.119*	.051	-.039
FIS		1	.189**	.093	.027
EMS			1	-.279**	.549**
ROA				1	-.824**
ROE					1

** นัยสำคัญที่ระดับ .01 และ * นัยสำคัญที่ระดับ .05

ตาราง 3 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น โดยวิธีการทดสอบของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ จำนวน 2 สมการ คือ สมการที่ 1 เป็นการทดสอบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นและความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และสมการที่ 2 การทดสอบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นและความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

จากสมการที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า โครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติมีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 และโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารมีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.001 แต่ การวิจัยไม่พบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน ต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญ ส่วนผลการศึกษาในสมการที่ 2 พบว่า โครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 และโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร มีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.001 และการวิจัยไม่พบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทอย่างเป็นนัยสำคัญ

ตาราง 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปร	Model 1			Model 2		
	B	t	Sig	B	t	Sig
ค่าคงที่	.052	.193	.847	.900	5.314	.000***
INS	.054	1.746	.082	.050	2.575	.010**
FIS	1.759	3.188	.002**	.646	1.874	.062
EMS	.259	6752	.000***	.337	14.059	.000***
R Square	.106			.318		
Adj R ²	.100			.313		
F-value	16.908			66.386		

*** นัยสำคัญที่ระดับ .001 ** นัยสำคัญที่ระดับ .01 และ * นัยสำคัญที่ระดับ .05

7. อภิปรายและสรุปผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณถูกใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า โครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติมีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Tran (2021), Al-Duais et al. (2021), และ Anwar และ Buvanendra (2019) ที่พบว่า โครงสร้างผู้ถือหุ้นสัดส่วนผู้ถือหุ้นต่างชาติ มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อมูลค่าข้อมูลทางบัญชี เนื่องจากลักษณะโครงสร้างผู้ถือหุ้นทำให้เกิดมูลค่าข้อมูลทางบัญชีเพื่อส่งผลการตัดสินใจของนักลงทุนโดยใช้การวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องของข้อมูลทางการเงิน เพื่อทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ทางด้านการบริหารงานของแต่ละลักษณะโครงสร้างผู้ถือหุ้นมีผลต่อความน่าเชื่อถือข้อมูลทางการเงิน และโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารมีอิทธิพลกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัท

ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้อาจสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Tran และ Dang (2021) ที่พบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของบริษัท และย่อมจะส่งผลให้ผู้บริหารจะพยายามรักษาผลประโยชน์ของตนเอง โดยมุ่งเน้นให้ตนได้ผลประโยชน์สูงสุด (ณัฐวดี โพธิ์พฤกษ์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์, 2564) อย่างไรก็ตาม ไม่พบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยการทดสอบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น พบว่า โครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้อาจสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐวดี โพธิ์พฤกษ์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์ (2564) ที่พบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากผู้ถือหุ้นสถาบันเข้าไปเกี่ยวข้องกับการออกเสียงและตัดสินใจของบริษัท ดังนั้นนักลงทุนสถาบันจึงมีอิทธิพลและมีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัท และโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร มีอิทธิพลทางบวกกับความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้อาจสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จารุวรรณ เอกสะพัง และ พิเชษฐ ไสภาพงษ์ (2562) ที่พบว่า โครงสร้างผู้ถือหุ้นสัดส่วนผู้ถือหุ้นกรรมการบริหารมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อมูลค่าข้อมูลทางบัญชี ประกอบด้วยกำไรต่อหุ้น ราคาตามบัญชีต่อหุ้น และกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน เนื่องจากโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีผู้ถือหุ้นกรรมการบริหารสามารถให้การกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนที่มีความสามารถในการตรวจสอบและควบคุมที่แตกต่างกัน เพื่อมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ของบริษัทโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้ดุลยพินิจในการบริหารจัดการกำไรของบริษัท โดยการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ถือเป็นสินทรัพย์ที่นำค่าในการส่งเสริมมูลค่าขององค์กรโดยนักลงทุนจะเล็งเห็นความสำคัญต่อผลส่วนแบ่งกำไร และกระแสเงินสดของกิจการในการนำมาใช้ในการบริหารบริษัท อย่างไรก็ตามไม่พบอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นด้านสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติต่อความสามารถในการทำกำไรวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

8. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

8.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากการศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษอิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษา และเก็บข้อมูลย้อนหลังเพียง 4 ปี สำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเก็บรวบรวมข้อมูลย้อนหลัง 5 ปีหรือมากกว่านั้นในการทำการวิจัย เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา และให้ได้ผลการทดสอบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนขึ้นมากยิ่งขึ้น

8.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากผลการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับเป็นข้อมูลเพื่อให้ผู้บริหารนำไปวิเคราะห์ โครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัท และเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจสำหรับนักวิเคราะห์ นักลงทุน ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและสถานะทางการเงิน อีกทั้งสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการศึกษาในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโครงสร้างผู้ถือหุ้น และความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ เอกสะพัง และ พิเชษฐ์ โสภางษ์. (2562). การวิเคราะห์อิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีต่อมูลค่าข้อมูลทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(6), 357-373.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). *การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2565, จาก https://www.set.or.th/th/regulations/simplified_regulations/industry_sector_p1.html
- ณัฐวดี โพธิ์พุกษ์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์. (2564). อิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นและโครงสร้างเงินทุนที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรและผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 8(2), 381-398.
- ปัทมณวิวัฒน์ วัฒนสุรณ และคณะ. (2565). ทฤษฎีตัวแทน: ความท้าทายในการบริหารงานธุรกิจในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 4(1), 1-22.

- Al-Duais, S., Malek, M., Abdul-Hamid, M., & Almasawa, A. M. (2021). Ownership structure and real earnings management: evidence from an emerging market. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 12(2), 380-404.
- Alabdullah, T. (2021). Ownership Structure and the Failure or Success of Firm Performance: Evidence from Emerging Market; Cross-sectional Analysis. *International Journal of Business and Management Invention*, 10(8), 17-20.
- Almashhadani, H. A., & Almashhadani, M. (2022). The impact of ownership on profitability: An conceptual study. *International Journal of Business and Management Invention*, 11(6), 1-6.
- Anwar, H., & Buvanendra, S. (2019). Earnings Management and Ownership Structure: Evidence from Sri Lanka. *Colombo Business Journal*, 10(01), 44-65.
- Arrow, K. J. (1971). The economic implications of learning by doing. In *Readings in the Theory of Growth*. London : Palgrave Macmillan.
- Ebrahim, A. M. (2004). The Effectiveness of Corporate Governance, Institutional Ownership, and Audit Quality as Monitoring Devices of Earnings management. A *Dissertation Submitted to the Graduate School - Newark Rutgers*, The State University of New Jersey.
- Nasrin, A., Zakaria, Z., & Sulaiman, N. A. (2019). The Quality of Accounting Information: Relevance or Value Relevance? *Asian Journal of Accounting Perspectives*, 12(1), 1-21.
- Nguyen, H. A., Le, Q., & Vu, T. (2021). Ownership structure and earnings management: Empirical evidence from Vietnam. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1-21.
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economies*, 3, 305-360.
- Parwar, A., Hussan, S., Waheed, A., Malik, Q. A., & Mehboob, M. (2021). Institutional Ownership Heterogeneity and Earnings Management Practices: Empirical Evidence from Pakistan. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 267-275.
- Phothipruk, N., & Sukwatanasinit, K. (2021). The influence of ownership structure and capital structure on the profitability and stock return of set100 group

- registration in the stock exchange of Thailand. *Journal of Research and Development Institute, Rajabhat Maha Sarakham University*, 8(2), 381-398.
- Reyna, J. (2018). The effect of ownership composition on earnings management: evidence for the Mexican stock exchange. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 23(46), 289-305.
- Smith, A. (1937). *The wealth of nations [1776]* (Vol. 11937). na.
- Tran, M. D., & Dang, N. H. (2021). The Impact of Ownership Structure on Earnings Management: The Case of Vietnam. *SAGE Open*, 10(2), 1-14.
- Wati, E., & Gultom, O. (2021). The Impact of Ownership Structure on Earnings Management: Evidence from the Indonesian Stock Exchange. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 8(1), 152-175.
- Wilson, R. (1968). The theory of syndicates. *Econometrica*, 36(1), 119-132.

ผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผล
ต่อความสามารถในการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Impact of Coronavirus 2019 on the Influence of Business Specific Factors on Firm
Performance and Cash Holding: Evidence From The Stock Exchange of Thailand

บุญญานูช ชีวเกียรติยิ่งยง¹ และอัสวเทพ อากาศวิภาต²

Boonyanuch Cheewakiatyingyong¹ and Ausawatap Akartwipart²

Received : May 16, 2023 Revised : September 13, 2023 Accepted : September 14, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 411 บริษัท โดยนำปัจจัยเฉพาะของบริษัทเป็นตัวชี้วัด ได้แก่ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ ในขณะที่ความสามารถในการดำเนินงาน วัดจากอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บข้อมูลจากงบการเงินรายปี ช่วงระยะเวลา 6 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 - พ.ศ.2565 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกระทบต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ใช้ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้เป็นตัวชี้วัดส่งผลต่อ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และการถือครองเงินสด ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งผู้วิจัยเสนอว่าหากผู้บริหารพิจารณาจากผลการดำเนินงาน (อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม, อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น) ควรให้ความสำคัญกับอัตราการเติบโตของรายได้ แต่หากพิจารณาจากการถือครองเงินสดควรให้ความสำคัญกับขนาดของบริษัท

คำสำคัญ : โรคไวรัสโคโรนา 2019 ปัจจัยเฉพาะของบริษัท ความสามารถในการดำเนินงาน การถือครองเงินสด

^{1,2} อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

² Lecturer, School of Business and Communication Arts, University of Phayao

Corresponding author E-mail: ausawatap.ak@up.ac.th

Abstract

This study aimed to determine the impacts of the Coronavirus 2019 on business-specific factors, the firm performance, and cash holdings of companies listed on the Stock Exchange of Thailand, totaling 411 companies. Investigated business-specific factors included the size of the business, debt-to-equity ratio, working capital ratio, and revenue growth rate while the firm performance factors included the rate of return on total assets, and return on equity and cash holdings of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. Secondary data were utilized by collecting them from annual financial statements for 6 years from 2017 to 2022 and multiple regression analysis was applied. The study found that the Coronavirus 2019 affected business-specific factors used, size of business, working capital ratio, and the growth rate of income as indicators affecting return on total assets, equity, and cash holding at a significance of 0.05. Therefore, the researcher proposed the management to consider the performance (return on total assets and return on equity) and should focus on the revenue growth rate. For considering cash holdings, the size of the business should be considered.

Keywords : Coronavirus 2019, Business specific factors, Firm performance, Cash holdings

1. บทนำ

ในประเทศไทยการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 เริ่มขึ้นในช่วงต้นปี พ.ศ.2563 ซึ่งรัฐบาลได้ออกมาตรการเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรคหลากหลาย อันนำมาซึ่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มีการรณรงค์การฉีดวัคซีนแก่ประชาชนในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2564 อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2564 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2564 เป็นช่วงเวลาที่ผู้ติดเชื้อรายวันทั่วประเทศสูงนับหมื่นคน และค่อยๆลดลง เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ.2565 และค่อยๆ เพิ่มขึ้นอีกครั้งช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ.2565 โดยมีผู้ติดเชื้อมากเกินวันละสองหมื่นคน แต่เมื่อถึงปลายเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2565 มีผู้ติดเชื้อลดลง (กระทรวงสาธารณสุข, 2565) รัฐบาลประกาศลดระดับการเตือนภัยนับจาก วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2565 เป็นต้นไป (บีบีซี, 2565) จากงานวิจัยของ จินฉา อินซุพงษ์ (2565) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อตลาดหุ้นไทยในแต่ละอุตสาหกรรม ในแต่ละช่วงเวลาของการ ช่วงเวลา ปี พ.ศ.2563 พบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลทางลบต่อตลาดหุ้นไทย แต่ในบางอุตสาหกรรมได้รับผลประโยชน์จากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 การแพร่ระบาดส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนและตลาดหุ้นไทย โดยพบว่า กำไรสุทธิรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ.2563 ลดลงถึงร้อยละ 52.70 จากปี พ.ศ.2562 แต่ในปี พ.ศ.2564 กำไรสุทธิรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.18 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2562 ในขณะที่กำไรสุทธิรวมในไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2565 มียอดสูงสุดในรอบ 5 ปี (ASIA PLUS, 2565) จะเห็นได้ว่า มีการเปลี่ยนแปลงของกำไรสุทธิของบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์เป็นอย่างมากสำหรับปี พ.ศ.2563 แต่ในปี พ.ศ.2564 บริษัทกลับมามีกำไรสูงขึ้นมากกว่าปีก่อนเกิดการระบาดของโรคทั้งที่การระบาดและมาตรการยับยั้งการแพร่ระบาดของรัฐในปี พ.ศ.2564 ยังคงอยู่

การเกิดโรคระบาดเป็นสภาวะของสิ่งแวดล้อมภายนอกของธุรกิจที่ไม่สามารถควบคุมอันส่งผลทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคมและกฎหมาย นอกจากการแพร่ระบาดของโรคจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอย่างแตกต่างกันแล้ว ผลกระทบ

ที่เกิดขึ้นอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาของการระบาดอันเนื่องมาจากมาตรการ การให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น การกระตุ้นเศรษฐกิจหรือการผ่อนคลายมาตรการการยับยั้งการระบาดของโรค การเปลี่ยนแปลงของ ปัจจัยแวดล้อมที่อยู่ภายนอกองค์กร ยังผลให้องค์กรมีโอกาที่จะได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงหรือมีอุปสรรคต่อ การบรรลุภารกิจก็ได้ (บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ, 2559)

โรคไวรัสโคโรนา 2019 สร้างความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในห่วงโซ่อุปทานนำไปสู่การหยุดชะงักของการ ดำเนินงานของบริษัทซึ่งทำให้รายได้ของบริษัทลดลง (Chari et al., 2022) ในเวลาเดียวกัน ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายยังคง มีอยู่ ทั้งการชำระหนี้สินและค่าใช้จ่ายคงที่ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อกระแสเงินสดของบริษัทในช่วงสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 บริษัทต้องรักษาสภาพสภาพคล่องให้ครอบคลุมกับค่าใช้จ่าย อัน เนื่องมาจากความไม่แน่นอนในการดำเนินงานที่เกิดจาก โรคไวรัสโคโรนา 2019 กระแสเงินสดที่เพียงพอจะช่วยให้ บริษัทสามารถรักษาสภาพคล่องไว้ได้ ซึ่งจะช่วยลดความต้องการทางการเงินจากภายนอก และนอกจากนี้การถือเงิน สดที่เหมาะสมจะลดความเสี่ยงในการรีไฟแนนซ์ (Harford et al., 2014)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา มีผลการวิจัยในต่างประเทศ พบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 มี ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจและมีผลกระทบเชิงลบต่อการถือครองเงินสดใน ระดับที่แตกต่างกันไปในแต่ละลักษณะของบริษัท (Xu & Jin, 2022) นอกจากนี้ งานวิจัยในประเทศไทย พบว่า มี ความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้อัตราส่วน ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ลดลงในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง แต่ในขณะเดียวกันใน กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีผลการดำเนินงานสูงขึ้น ผลตอบแทนของแต่ละอุตสาหกรรมมีการตอบสนองต่อการแพร่ระบาดในขนาดและทิศทางที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในช่วงเวลาไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ.2563 ถึงไตรมาส ที่ 1 ของปี พ.ศ.2564 (ชลลดา ชะโลมกลาง และ พรชนก เฉลิมพงษ์, 2565) ซึ่งในประเทศจีน Xu และ Jin (2022) พบว่า การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อการถือครองเงินสดของธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ อย่างแตกต่างกันตามลักษณะของบริษัท อีกทั้งในประเทศไทยมีการวิจัย พบว่า การถือครองเงินสดอย่างเหมาะสมมี ความสัมพันธ์กับมูลค่าบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ธัมภาพร อุทัยพัฒนศักดิ์, 2559)

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเพื่อทำการวิจัยครั้งนี้ พบว่า แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงาน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) กับ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และ การถือครอง เงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2560- พ.ศ.2565 มีการลดลง อย่างมากจากปี 2560 ถึงปี 2564 อย่างต่อเนื่อง แต่เริ่มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปี 2565 จะสังเกตได้ว่าเป็นไปในทิศทางตรง ข้ามกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีการระบาดมากในปี 2563 และ 2564 แต่เริ่มลดลง ในช่วงปี 2565

จากงานวิจัยในอดีตได้พบว่า ปัจจัยเฉพาะของบริษัท ซึ่งในที่นี้หมายถึง ขนาดของบริษัท อัตราส่วนหนี้สิน รวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน) และ อัตราการเติบโตของรายได้ ต่างมีอิทธิพล ต่อ ผลการ ดำเนินงาน (ROE, ROA) และการถือครองเงินสด ด้วยกันทั้งสิ้น ณัฐจุล รัตนและคณะ (2565) ชลลดา ชะโลมกลาง และ พรชนก เฉลิมพงษ์ (2565) รวิญา ส่งสุข (2565) วัฒนา ศักยชีวกิจ และ กอบกุล จันทโรลิกา (2559) Muhani et al. (2022) Xu และ Jin (2022) Suhendry และ Simorangkir (2021) และ Wibawa และ Nareswari (2019) จึงเป็น ที่น่าสนใจว่าเมื่อมีโรคไวรัสโคโรนา 2019 เข้ามาแทรกหรือก่อกำกับระหว่างกลางของตัวแปรที่เป็นปัจจัยเฉพาะซึ่งจัดเป็น

ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามคือผลการดำเนินงาน (ROE, ROA) และการถือครองเงินสดแล้ว จะเกิดผลที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามเดิมนั้นเปลี่ยนไปหรือไม่อย่างไร ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 กับตัวแปรเหมือนกับการวิจัยที่ได้ศึกษามาก่อน การวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารบริษัทที่จะได้หลักฐานเชิงประจักษ์ของผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานและการถือครองเงินสดเพื่อให้ผู้บริหารได้ตระหนักที่จะพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ที่เกิดโรคระบาดหรือเมื่อเกิดสถานการณ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ไม่คาดคิดซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมทั้งนักลงทุนที่ใช้อัตราส่วนทางการเงินเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานจากงบการเงินประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยพิจารณาจากความสามารถในการก่อให้เกิดกำไรและการถือครองเงินสดในสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อการทำงานที่อาจเกิดขึ้นเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นในช่วงการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

2.1 การจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์คือการจัดการตามวัตถุประสงค์ โดยที่วัตถุประสงค์นั้นได้รับการทบทวนให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนั้น อาจทำให้องค์กรมีโอกาสที่จะได้ประโยชน์หรือเกิดอุปสรรคก็ได้ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทั่วไป (General Environment) คือ สิ่งแวดล้อมทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของบริษัทเช่น เทคโนโลยี ภาวะเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ประชากร การเมืองและกฎหมาย รวมถึงสถานะของโลกาภิวัตน์ เป็นต้น และ สิ่งแวดล้อมด้านการงาน (Task Environment) คือ สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อธุรกิจซึ่งทำให้อุบัติการณ์ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้จัดหาวัตถุดิบ เป็นต้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาสี่แวดล้อมทั้งหมดอย่างสม่ำเสมอเพื่อประกอบการวางแผนทั้งในยามปกติและในยามที่เกิดความผันผวนเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมอย่างกระทันหันเช่นในสถานการณ์ที่เกิดโรคไวรัสโคโรนา 2019 มีหลักฐานแสดงว่าการที่ผู้ประกอบการพิจารณาตรวจสอบปัจจัยแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลกำไรของธุรกิจ (บุญเกียรติ ธีวระกุลกิจ, 2559)

2.2 งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน

บริษัทที่มีหุ้นเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีหน้าที่จัดทำและส่งงบการเงินต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้ผู้ลงทุนได้ใช้ข้อมูลดังกล่าวประกอบการตัดสินใจลงทุน งบการเงินให้ข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงิน ผลประกอบการ และการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน งบการเงินของบริษัทเป็นข้อมูลหนึ่งที่ผู้บริหารใช้ตรวจสอบระดับความเข้มแข็งทางการเงินภายในบริษัทและ ยังสามารถใช้เปรียบเทียบฐานะการเงินและผลการดำเนินงานกับบริษัทอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันด้วย การตรวจสอบด้วยการวิเคราะห์งบการเงินจะช่วยให้ผู้บริหารค้นหาจุดอ่อน และจุดแข็งจากผลการดำเนินงานในเชิงปริมาณได้และนำไปหา

กลยุทธ์ที่จะใช้ปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป งบการเงินจึงเป็นข้อมูลที่สำคัญแหล่งหนึ่ง ที่จะช่วยเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความคาดหวังจากแนวโน้มที่นักลงทุนและนักวิเคราะห์หลักทรัพย์สังเกตได้ การหาความสัมพันธ์ระหว่างรายการบัญชีอย่างน้อย 2 รายการ โดยแสดงในรูปอัตราส่วนนั้นเรียกว่าการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินนั้นมีอัตราส่วนที่สำคัญประกอบด้วย อัตราส่วนสภาพคล่อง อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการทำงาน อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565) ในงานวิจัยนี้ ใช้ข้อมูลจากงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินเป็นปัจจัยเฉพาะของธุรกิจซึ่งจัดเป็นตัวแปรต้นจำนวน 4 ตัวแปร คือ ขนาดของบริษัท (Firm Size) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt Ratio) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) และอัตราการเติบโตของรายได้ (Sale Growth Rate) สำหรับตัวแปรตามจำนวน 3 ตัวแปรนั้น ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และการถือครองเงินสด (Cash Holding) ซึ่งจะได้กล่าวถึงอย่างละเอียดในลำดับถัดไป

2.3 ทฤษฎีแลกเปลี่ยน (Trade-off Theory)

ทฤษฎีนี้ถูกเสนอเป็นครั้งแรกโดย Kraus และ Litzenberger (1973) มีแนวคิดว่าการก่อหนี้มากขึ้นนั้นแม้จะมีประโยชน์ในทางภาษี แต่บริษัทก็จะเผชิญกับความตึงเครียดทางการเงิน หากบริษัทมีหนี้มากเกินไป ผู้บริหารจะต้องทำงานหนักมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจมีกระแสเงินสดมาบริหารจัดการองค์กรให้ราบรื่นและมีเงินเพื่อที่จะสามารถชำระหนี้ต้นและดอกเบี้ยได้ การมีหนี้สินจึงเป็นกลไกหนึ่งในการควบคุมผู้บริหารให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น วัฒนา ศักยชีวกิจ และ กอบกุล จันทรโคติกา (2559) ทฤษฎีนี้ยังกล่าวถึง นโยบายของบริษัทในการเลือกความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อบริษัทถือเงินสดไว้มากหรือน้อยเกินไป โดยที่การถือเงินสดน้อยเกินไปจะเพิ่มโอกาสให้บริษัทประสบความเดือดร้อนทางการเงินในขณะที่การถือเงินสดไว้มากเกินไปบริษัทก็จะขาดโอกาสในการนำเงินไปลงทุนเพื่อสร้างรายได้ (Hasana, 2019)

2.4 ทฤษฎีการจัดลำดับขั้นของเงินทุน (Pecking Order Theory)

ทฤษฎีการจัดลำดับขั้นของเงินทุนพัฒนาโดย Myers และ Majluf (1984) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุนโดยการเลือกระหว่างแหล่งเงินทุนภายในกับแหล่งเงินทุนภายนอก เป็นการจัดลำดับการเลือกชนิดของแหล่งเงินทุน โดยที่บริษัทมีการเลือกชนิดของแหล่งเงินทุนตามลำดับดังนี้ ลำดับแรกเลือกจากกำไรสะสม ตามด้วยเลือกจากการกู้หนี้หรือออกหุ้นกู้ จากนั้นจึงเลือกการออกขายหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิใหม่เป็นแหล่งสุดท้าย งานวิจัยของ วัฒนา ศักยชีวกิจ และ กอบกุล จันทรโคติกา (2559) พบว่า สัดส่วนของหนี้สิน มีความสัมพันธ์ทางลบกับความสามารถในการทำกำไร ดังนั้นการเลือกแหล่งเงินทุนจึงจัดว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท

จะเห็นได้ว่าทั้งทฤษฎีแลกเปลี่ยน และทฤษฎีการจัดลำดับขั้นของเงินทุน ไม่ว่าผู้บริหารจะเลือกทางเลือกใดก็จะส่งผลถึงการดำเนินบริษัททั้งสิ้น

2.5 ปัจจัยเฉพาะของบริษัทด้านขนาดของบริษัท (Firm Size)

ขนาดของบริษัท หมายถึง มูลค่าของสินทรัพย์รวมของบริษัท โดยที่ Wibawa และ Nareswari (2019) รายงานว่า ขนาดของบริษัทมีอิทธิพลทางบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์สอดคล้องกับงานของ ชลลดา ชโลมกลาง และ พรชนก เฉลิมพงษ์ (2565) และ Xu และ Jin (2022) ซึ่งพบว่า ขนาดของบริษัทมีอิทธิพลทางบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในขณะที่ รัมภาภรณ์ (2559) พบว่า ขนาดของบริษัทมีอิทธิพลทางลบต่อการถือครองเงินสด แต่งานของ Limanta และ Malelak (2017) พบว่า ขนาดบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการถือครองเงินสด

2.6 ปัจจัยเฉพาะของบริษัทด้านอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หาได้จากการเปรียบเทียบหนี้สินรวมกับส่วนของผู้ถือหุ้น การวิเคราะห์อัตราส่วนนี้ผลลัพธ์ที่ได้ แสดงถึงสัดส่วนของเงินทุนจากการกู้ยืมต่อเงินทุนจากเจ้าของบริษัทโดยที่ วัฒนา ศักยชีวกิจ และ กอบกุล จันทรโคติกา (2559) พบว่า สัดส่วนของหนี้สินมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสามารถในการทำกำไร และ รัฐยา สงสุข (2565) พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ในขณะที่ Limanta และ Malelak (2017) รายงานว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการถือครองเงินสด

2.7 ปัจจัยเฉพาะของบริษัทด้านอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน เป็นการวัดอัตราส่วนระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนกับหนี้สินหมุนเวียน เพื่อแสดงสภาพคล่องของบริษัทซึ่งหมายถึงสภาวะการที่บ่งชี้ฐานะทางการเงินที่แสดงว่าบริษัทมีกระแสเงินสดเพียงพอที่จะดำเนินธุรกิจ สภาพคล่องมีความสำคัญเนื่องจากการดำเนินงานของบริษัท หากบริษัทมีสภาพคล่องที่ดี แสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้สินระยะสั้นดีตามไปด้วย ผลกระทบจากโรคไวรัสโคโรนา 2019 มีความแตกต่างกันมากระหว่างภาคเศรษฐกิจและผู้ประกอบการแต่ละกลุ่ม การขาดสภาพคล่องทำให้ธุรกิจอาจไม่สามารถเดินหน้าต่อไปได้ แม้วัตถุประสงค์หลักของการทำธุรกิจคือการแสวงหากำไร แต่หากต้องการให้ธุรกิจเดินหน้าได้ สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงเช่นกันคือการรักษาสภาพคล่อง(ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) งานวิจัยของ Muhani et al. (2022) พบว่า สภาพคล่อง มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ในขณะที่ Suhendry และ Simorangkir (2021) รายงานว่า สภาพคล่อง มีอิทธิพลทางบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ตรงกันข้ามกับการค้นพบของ ณัฐวุฒิ รัตน และคณะ (2565) พบว่า สภาพคล่องทางการเงินมีอิทธิพลทางลบต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อีกทั้งไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

2.8 ปัจจัยเฉพาะของบริษัทด้านอัตราการเติบโตของรายได้ (Sale Growth Rate)

อัตราการเติบโตของรายได้ เป็นค่าที่ได้จากการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของปีปัจจุบันลบกับปีก่อนแล้วหารด้วยรายได้ของปีก่อน ข้อมูลได้มาจากงบกำไรขาดทุน อัตราการเติบโตของรายได้แสดงความสำเร็จของบริษัทในอดีตและสามารถพยากรณ์การเติบโตของบริษัทในอนาคต (Prasetya & Putri, 2020) การรับรู้การเติบโตของรายได้ก็จะสามารถพยากรณ์กำไรของบริษัทได้ บริษัทที่มีการเติบโตของรายได้สูงจะมีการถือครองเงินสดจำนวนมากด้วยอันเนื่องมาจากกำไรที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของรายได้ (Suherman, 2017) ในงานวิจัยของ Dewi และ Effriyanti (2022) พบว่า อัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการถือครองเงินสด สอดคล้องกับงานของ Ch and Zulfati (2019) ในขณะที่ งานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รัตน และคณะ (2565) พบว่า อัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์แต่ไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

2.9 ผลการดำเนินงาน (ROE,ROA)

ผลการดำเนินงานในงานวิจัยนี้ใช้การวัดค่าจาก อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity)หรือ ROE แสดงถึง ความสามารถในการทำกำไรเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นผู้ถือหุ้นทราบว่าจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนมากน้อยเพียงใด ส่วนอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset) หรือ ROA นั้น แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรเทียบกับสินทรัพย์ เป็นอัตราส่วนที่แสดงความสามารถของผู้บริหารที่จะบริหารสินทรัพย์ให้ก่อเกิดกำไรได้เพียงใด จากงานวิจัยในอดีตพบว่า ขนาดของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน) และ อัตราการเติบโตของรายได้ ต่างมีอิทธิพลต่อผล

การดำเนินงาน (ROE, ROA) ด้วยกันทั้งสิ้น (ณัฐวุฒิ รัตน และคณะ, 2565 ; ชลลดา ชะโลมกลาง และ พรชนก เกลิมพงษ์, 2565 ; รัชญา ส่งสุข, 2565 ; วัฒนา ศักยชีวกิจ และ กอบกุล จันทโรลิกา, 2559 ; Xu & Jin, 2022 ; Muhani et al., 2022 ; Suhendry & Simorangkir, 2021 ; และ Wibawa & Nareswari, 2019)

2.10 การถือครองเงินสด(Cash Holding)

เงินสด (Cash) ในทางบัญชี หมายถึง เงินสดและเงินฝากธนาคารทุกประเภทที่ไม่ติดภาระผูกพัน โดยเงินสดจะถูกบันทึกไว้ในงบแสดงฐานะการเงินในฝั่งของสินทรัพย์ ซึ่งมักจะบันทึกอยู่เป็นรายการแรกในงบเพราะมีสภาพคล่องสูงสุดซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ เนื่องจาก เงินเป็นเสมือนเลือดที่หล่อเลี้ยงธุรกิจ เมื่อขาดเงินธุรกิจจะสะดุดและดำรงคงอยู่ต่อไปไม่ได้ โดยที่ในช่วงของการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 นั้น เกิดการหยุดชะงักของการประกอบธุรกิจด้วยมาตรการต่าง ๆ ของรัฐในการยับยั้งการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีรายได้ลดลงในขณะเดียวกันที่ค่าใช้จ่ายคงที่บางอย่างยังคงอยู่ มีผลถึงการถือครองเงินสดของบริษัท ผู้บริหารทุกบริษัทต่างตระหนักดีว่าการเตรียมเงินสดไว้ในมือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสภาพคล่องทางการเงิน คือ หัวใจของการอยู่รอดของธุรกิจ หากเกิดอาการ “เงินสดขาดมือ” ในบริษัทที่มีภาระต้องจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้หรือมีภาระต้องคืนเงินกู้ภายในระยะเวลาที่กำหนด ก็จะมีปัญหาในระยะยาว (มนชัย มกรานุรักษ์, 2564) การถือครองเงินสดในการวิจัยนี้หาได้จาก เงินสดหารด้วยรายได้ แนวความคิดเกี่ยวกับการถือครองเงินสด ได้นำ 2 ทฤษฎีมาอธิบาย ปริมาณของเงินสดที่บริษัทจะถือครองได้ คือ ทฤษฎีทางเลือก (The trade-off Theory) และ ทฤษฎี จัดหาเงินทุนตามลำดับขั้น (The Pecking Order Theory) ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งมีประเด็นในการเลือกความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเมื่อบริษัทถือเงินสดไว้มากหรือน้อยเกินไป โดยที่การถือเงินสดน้อยเกินไปจะเพิ่มโอกาสให้บริษัทประสบความผิดเคืองทางการเงินในขณะถือเงินสดไว้มากเกินไป บริษัทก็จะขาดโอกาสในการนำเงินไปลงทุนเพื่อสร้างรายได้ (Hasana, 2019) จากงานวิจัยในอดีตพบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการถือครองเงินสด (Savilla, 2022) ในขณะที่ยานวิจัยของ Dewi และ Effriyanti (2022) พบว่า อัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการถือครองเงินสดซึ่งสอดคล้องกับงานของ Ch และ Zulfiati (2019) นอกจากนี้ Limanta และ Malelak (2017) ได้รายงานไว้ว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการถือครองเงินสด

2.11 ผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อผลการดำเนินงาน

จุดมุ่งหมายของการดำเนินธุรกิจคือเพื่อที่จะแสวงหากำไร (สมคิด บางโม, 2547) การประเมินผลการดำเนินธุรกิจทางการเงินนั้นใช้อัตราส่วนทางการเงินในการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ซึ่งมีอยู่หลายอัตราส่วน ในการวิจัยนี้วัดผลการดำเนินงานด้วย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อิงตามงานวิจัยของ Xu และ Jin (2022) โดยอัตราส่วน ROE หรือ Return on Equity Ratio คือ อัตราส่วนของผลกำไรสุทธิที่ผู้ถือหุ้นนั้นจะได้รับ ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารงานของบริษัทโดยวัดจากผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับในขณะถืออัตราส่วน ROA Ratio หรือ Return on Assets Ratio นั่นคืออัตราส่วนของผลกำไรสุทธิจากการดำเนินธุรกิจต่อสินทรัพย์ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของบริษัทในการนำสินทรัพย์ไปใช้ในการดำเนินบริษัทและสร้างผลตอบแทน โดยค่า ROA นั้น แสดงถึงผลกำไรจากการดำเนินงานเปรียบเทียบกับสินทรัพย์ทั้งหมดที่บริษัทใช้ดำเนินการ

ผลกระทบของการระบาดทั่วของโรคไวรัสโคโรนา 2019 เป็นที่สนใจของนักวิชาการจำนวนมาก Shen et al. (2020) พบความสัมพันธ์เชิงลบของการแพร่ระบาดของ โรคไวรัสโคโรนา 2019 กับผลการดำเนินงานของบริษัท โดยวัดจากผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์ (ROA) และจากการการศึกษาโดย Achim et al. (2022) พบว่า รายได้สุทธิ

ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์โดยรวมลดลงประมาณร้อยละ 37 ในประเทศโรมาเนียในช่วงวิกฤตโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในขณะที่ Cho และ Saki (2022) พบว่า บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสหรัฐอเมริกา มีผลการดำเนินงานที่ลดลงอย่างมากและเกิดผลกระทบอย่างรุนแรง Jin et al. (2021) ได้ทำการศึกษาบริษัทกลุ่มไฮเทคในจีนในประเทศจีน พบว่า การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ผลประกอบการลดลง ในประเทศมาเลเซีย Khatib และ Nour (2021) พบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท การกำกับดูแล การจ่ายเงินปันผล สภาพคล่องและระดับโครงสร้างเงินทุน จากการศึกษาของ Kubiczek และ Derej (2021) เปิดเผยว่า อุตสาหกรรมในโปแลนด์ส่วนใหญ่มีรายได้ลดลง ในขณะที่บางส่วนไม่ได้รายงานการเปลี่ยนแปลงเชิงลบ สำหรับในประเทศไทยใช้ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) เป็นตัวแทนการวัดผลการดำเนินงานของบริษัท พบว่าในช่วงเวลาไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ.2563 ถึงไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ.2564 สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยลดลง และผลตอบแทนของแต่ละอุตสาหกรรมมีการตอบสนองต่อการแพร่ระบาดในขนาดและทิศทางที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (ชลลดา ชะโลมกลาง และ พรชนก เฉลิมพงษ์, 2565)

2.12 ผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการถือครองเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดมีความสำคัญต่อการดำเนินงาน บริษัทต้องมีเงินสดที่เพียงพอเพื่อรักษาสภาพคล่องของบริษัท การถือครองเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดมีประโยชน์ทั้งเพื่อการทำธุรกรรมในการดำเนินงานและเก็บกำไรในกรณีที่มีการถือครองหลักทรัพย์เพื่อค่า ในระหว่างการแพร่ระบาดใหญ่ของ โรคไวรัสโคโรนา 2019 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในห่วงโซ่อุปทานนำไปสู่การหยุดชะงักของการดำเนินงานของบริษัทซึ่งทำให้รายได้ของบริษัทลดลง (Chari et al., 2022) ในเวลาเดียวกัน ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายยังคงมีอยู่ ทั้งการชำระหนี้สินและค่าใช้จ่ายคงที่ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อกระแสเงินสดของบริษัทในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 บริษัทต้องรักษาสภาพสภาพคล่องให้ครอบคลุมกับค่าใช้จ่าย อันเนื่องมาจาก ความไม่แน่นอนในการดำเนินงานที่เกิดจาก โรคไวรัสโคโรนา 2019 กระแสเงินสดที่เพียงพอจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาสภาพคล่องไว้ได้ ซึ่งจะช่วยลดความต้องการทางการเงินจากภายนอก และนอกจากนี้การถือเงินสดที่เหมาะสมจะลดความเสี่ยงในการรีไฟแนนซ์ (Harford et al., 2014) ในประเทศเวียดนาม Nguyen et al. (2021) พบว่า การถือครองเงินสดมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับบริษัทที่มีความเสี่ยงต่อผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 อีกทั้งในสหราชอาณาจักร Cowling, Brown และ Rocha (2021) พบว่า 61 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจขนาดเล็กมีความเสี่ยงสูงเนื่องจากขาดแคลนเงินสด ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับ Vito และ Gómez (2021) พบว่า บริษัทจะขาดแคลนเงินสด ในช่วงเกือบสองปีในการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และจะมีการกักเงินเพื่อป้องกันวิกฤตเงินสด นอกจากนี้ในประเทศโรมาเนีย Turnea et al. (2020) ชี้ให้เห็นว่า การมีกระแสเงินสดที่เพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจถือเป็นความท้าทายที่สำคัญที่ต้องเผชิญในช่วงเริ่มต้นของการระบาดใหญ่ของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในขณะที่ Vinod (2021) พบว่า ธุรกิจบริษัทสายการบินมีความขัดข้องด้านเงินสดในช่วงการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งนำไปในทิศทางเดียวกับการวิจัยในประเทศจีน ของ Qin et al. (2020) ที่เปิดเผยว่า การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่อการถือครองเงินสดของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์และแนะนำให้ผู้บริหารบริษัทควรยกระดับการถือครองเงินสดเพื่อป้องกันการขาดแคลนในช่วงเวลาการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับในประเทศไทยการถือครองเงินสดมีความสำคัญต่อบริษัทในตลาดหลักทรัพย์เนื่องจากมีการวิจัยพบว่าระดับการถือครองเงินสดที่จะทำให้มูลค่าบริษัทสูงมีอยู่จริงและการเบี่ยงเบนของระดับการถือครองเงินสดออกจากจุดที่เหมาะสมทั้งการเพิ่มขึ้นและลดลงจะส่งผลทำให้มูลค่าบริษัทลดลง (รัมภาภรณ์ อุทัยพัฒนศักดิ์, 2559)

แม้เป้าหมายของธุรกิจคือกำไร ซึ่งเป็นผลต่างของรายได้กับค่าใช้จ่าย แต่การบันทึกบัญชีของบริษัทนั้นต่างก็ใช้ข้อมูลที่เป็นเกณฑ์คงค้าง นั้นหมายถึง ตัวเลขที่เป็นแสดงไว้กำไรทางบัญชีกับที่แสดงไว้เป็นเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดย่อมแตกต่างกัน อีกทั้งบริษัทยังมีเป้าหมายเพื่อการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้การถือครองเงินสดจึงมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของธุรกิจ ดังนั้น การพิจารณาการดำเนินงานของบริษัทด้วยอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์หรืออัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้นนั้นยังไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัท ยังต้องพิจารณาการถือครองเงินสดไปพร้อมกัน จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ที่จัดเป็นตัวแปรแทรกหรือตัวแปรกำกับเพื่อศึกษาผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงเป็นช่องว่างให้มีการวิจัยนี้โดยมีสมมติฐานการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

2.13 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 โรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่มีต่ออัตรา

ผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 โรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่มีต่ออัตรา

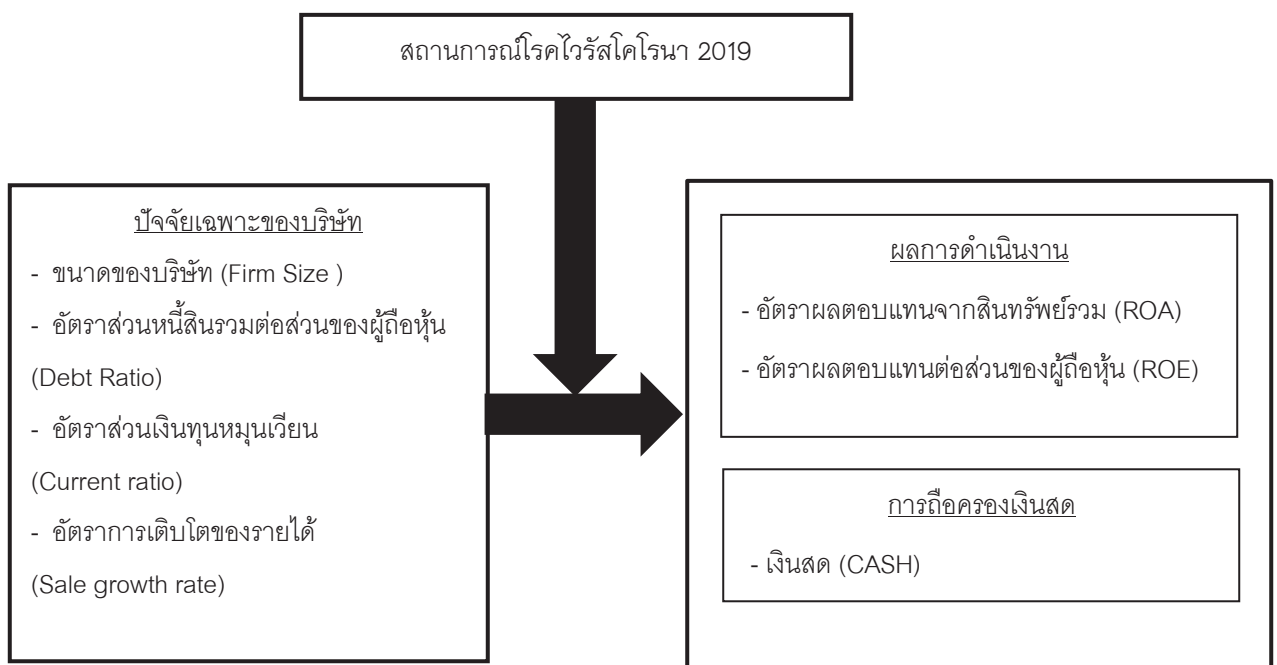
ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 โรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่มีต่อการถือครองเงิน

สดในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.14 กรอบแนวคิด

รูปภาพประกอบ 1
แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย



ที่มา: ผู้วิจัย

จากรูปภาพประกอบ 1 จากการทบทวนทฤษฎีและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบการวิจัยครั้งนี้ รายละเอียดดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยเฉพาะของบริษัท ประกอบด้วย ขนาดของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้

ตัวแปรกำกับ คือ สถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 2019

ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และการถือครองเงินสด

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร

ขนาดประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 675 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีข้อมูลแสดงฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 – 2565 จำนวน 6 ปี โดยในการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาบริษัททั้งหมดที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการอธิบายภาพรวมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้อย่างชัดเจน ยกเว้น

1. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีข้อมูลตัวแปรในการศึกษาไม่ครบตามที่กำหนด
2. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มธุรกิจการเงิน เนื่องจากมีหน่วยงานเฉพาะในการกำกับดูแล ตลอดจนมีข้อกำหนดสำหรับบริษัทที่ประกอบธุรกิจสถาบันการเงินโดยเฉพาะ ทำให้กลุ่มธุรกิจการเงินมีความแตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ
3. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง หมวดกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์
4. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ เพื่อปรับปรุงแก้ไขสภาพคล่องทางการเงินให้ดีขึ้น เนื่องจากมีฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานที่มีความเสี่ยงต่อการล้มละลายตามพระราชบัญญัติล้มละลาย

คงเหลือบริษัทที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 411 บริษัท

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลประเภททุติยภูมิ (Secondary data) โดยลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเป็น Balance panel data คือ มีจำนวนข้อมูลครบถ้วนทุกตัวแปรในระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีระยะเวลา 6 ปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ.2560 – 2565 ซึ่งเก็บจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยข้อมูลของตัวแปรทั้งหมดรวบรวมจากรายงานงบการเงินประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) โดยแหล่งที่มาของข้อมูลจะเก็บรวบรวมจากระบบ SET SMART ซึ่งเป็นระบบข้อมูลออนไลน์จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3.4 ตัวแปรและการวัดค่า

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ตัวแปรในการสังเกตจำนวน 8 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรต้นจำนวน 5 ตัวแปร และตัวแปรตามจำนวน 3 ตัวแปร รายละเอียดการวัดค่าดังนี้

ตาราง 1 ตัวแปรและการวัดค่า

ตัวแปร	สัญลักษณ์	การวัดค่า
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม	ROA	รายได้สุทธิ / สินทรัพย์รวม
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	ROE	รายได้สุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น
การถือครองเงินสด	CASH	เงินสด / รายได้จากการดำเนินงาน
โรคไวรัสโคโรนา 2019	COVID	ตัวแปรหุ่น 0 แทนค่าปี พ.ศ.2561-2563 1 แทนค่าปี พ.ศ.2564-2566
ขนาดของบริษัท	SIZE	สินทรัพย์รวม
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	DE	หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้น
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	CR	สินทรัพย์หมุนเวียน / หนี้สินหมุนเวียน
อัตราการเติบโตของรายได้	GROW	(รายได้ปีปัจจุบัน - รายได้ปีก่อนหน้า) / รายได้ปีก่อนหน้า

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินจากรายงานงบการเงินประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ในระบบ SET SMART

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อหาอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยเฉพาะของบริษัท ประกอบด้วย ขนาดของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราการเติบโตของรายได้ กับ ตัวแปรตาม คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีตัวแปรกำกับ คือ สถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$ROA = \beta_0 + \beta_1 SIZE + \beta_2 DE + \beta_3 CR + \beta_4 GROW + \beta_5 COVID*SIZE + \beta_6 COVID*DE + \beta_7 COVID*CR + \beta_8 COVID*GROW$$

$$ROE = \beta_0 + \beta_1 SIZE + \beta_2 DE + \beta_3 CR + \beta_4 GROW + \beta_5 COVID*SIZE + \beta_6 COVID*DE + \beta_7 COVID*CR + \beta_8 COVID*GROW$$

$$CASH = \beta_0 + \beta_1 SIZE + \beta_2 DE + \beta_3 CR + \beta_4 GROW + \beta_5 COVID*SIZE + \beta_6 COVID*DE + \beta_7 COVID*CR + \beta_8 COVID*GROW$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการวิจัย

ในการสรุปผลการวิจัยผู้วิจัยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งนำเสนอออกเป็นขั้นตอนตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของประชากรและกลุ่มตัวอย่างในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ทรัพยากร เทคโนโลยี บริการ อุตสาหกรรม อูปโภค บริโภค อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

จำนวนบริษัทที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 411 บริษัท ประกอบไปด้วย กลุ่มบริการ 88 บริษัท (ร้อยละ 21) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 87 บริษัท (ร้อยละ 21) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 86 บริษัท (ร้อยละ 21) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 45 บริษัท (ร้อยละ 11) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 37 (ร้อยละ 9) กลุ่มเทคโนโลยี 36 บริษัท (ร้อยละ 9) กลุ่มทรัพยากร 32 บริษัท (ร้อยละ 8) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด
ROA (%)	0.84	2.56	35.49	0.01
ROE (%)	2.79	42.01	119.97	0.01
CASH (%)	14.84	31.29	52.88	1.33
COVID	0.27	0.44	1	0
SIZE (บาท)	2,521,546	7862.24	81,228,562,263	0.00
DE (เท่า)	1.30	3.39	45.05	0.00
CR (เท่า)	2.84	5.60	74.84	0.00
GROW (%)	9.35	33.23	221.61	-50.55

จากตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ของสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งพบว่า ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และการถือครองเงินสด (CASH) อยู่ประมาณ 0.84% 2.79% และ 14.84 เท่า ตามลำดับ

นอกจากนี้ ตัวแปรที่แสดงถึงปัจจัยเฉพาะของบริษัทซึ่งได้แก่ ขนาดของบริษัท (SIZE) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) และ อัตราการเติบโตของรายได้ (GROW) มีค่าเฉลี่ยประมาณ 2,521,546 บาท 1.30 เท่า 2.84 เท่า และ 9.35% ตามลำดับ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตาราง 3 ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ตัวแปร	ROA	ROE	CASH	COVID	SIZE	DE	CR	GROW
ROA	1							
ROE	0.61**	1						
CASH	0.07*	0.07*	1					
COVID	-0.05	-0.03	0.00	1				
SIZE	0.10**	0.07*	0.24**	-0.02	1			
DE	0.01	0.02	-0.03	-0.05	0.01	1		
CR	0.11**	0.05	-0.04	-0.02	-0.05	0.01	1	
GROW	-0.06	-0.10**	-0.03	0.12**	-0.06	-0.06	-0.00	1

**correlation is significant at the 0.01 , *correlation is significant at the 0.05

จากตาราง 3 เมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้นที่ประกอบด้วย สถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID) ขนาดของบริษัท (SIZE) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) และ อัตราการเติบโตของรายได้ (GROW) มีค่าต่ำกว่า 0.8 ถือว่าตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรต้นอื่น ๆ แต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้นในระดับที่รุนแรง Multicollinearity หรือตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน (Stevens, 1992)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสนองสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์

การนำเสนออิทธิพลของสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 2019 และปัจจัยเฉพาะของบริษัทซึ่งประกอบด้วย ขนาดของบริษัท (SIZE) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) และ อัตราการเติบโตของรายได้ (GROW) ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตาราง 4 การทดสอบอิทธิพลของสัมประสิทธิ์และการถดถอย ของสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 2019 และปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	Model 1	Model 2	Model 3
	(ROA)	(ROE)	(CASH)
Constant	24.71	29.25	36.78
COVID	2.25**	3.04**	7.59**
SIZE	2.75**	1.64**	4.65**
DE	1.18	1.20	1.31
CR	3.66**	4.60**	5.61**
GROW	5.64**	4.58**	6.63**
Interaction terms			
COVID*SIZE	7.12**	5.68**	9.77**
COVID*DE	0.21	1.18	0.72
COVID*CR	6.59**	6.72**	8.31**
COVID*GROW	8.68**	7.54**	9.67**
N	411	411	411
R ²	0.65	0.59	0.78
F	22.12	15.32	34.14

**P<.05

จากตาราง 4 พบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 และปัจจัยเฉพาะของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของยอดขาย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ตลอดจนส่งผลต่อการถือครองเงินสดของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ส่วนหนึ่งสินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จึงสามารถนำผลการวิจัยมาสรุปผล เพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ได้รายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกับอิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากผลการวิจัยพบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกับอิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกับอิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากผลการวิจัยพบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกับอิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกับอิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อการถือครองเงินสดในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากผลการวิจัยพบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกับอิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่อการถือครองเงินสดในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เมื่อนำผลการวิจัยในตาราง 4 มาสร้างโมเดลสมการพหุคูณผลการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รายละเอียดดังนี้

$$\text{Model 1 ROA} = 24.71 + 2.75 \text{ SIZE} + 3.66 \text{ CR} + 5.64 \text{ GROW} + 7.12 \text{ COVID*SIZE} + 6.59 \text{ COVID*CR} + 8.68 \text{ COVID*GROW}$$

จากตาราง 4 พบว่า ในสถานการณ์ปกติตัวแปรอิสระ 3 ตัวคือ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เท่ากับ 2.75 3.66 และ 5.64 ตามลำดับ แต่เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด สามารถอธิบาย Model 1 ROA ได้ว่า โมเดลที่ 1 มีค่า R-squared มีค่าเท่ากับ 0.65 หรือร้อยละ 65 หมายความว่า สถานการณ์โควิดมีผลกับอิทธิพลของตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมได้ร้อยละ 65 ส่วนที่เหลืออีก 35 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาตรวจสอบ และสามารถอธิบายได้ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เท่ากับ 7.12 6.59 และ 8.68 ตามลำดับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 ปรับระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะของบริษัทกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

$$\text{Model 2 ROE} = 29.25 + 1.64 \text{ SIZE} + 4.60 \text{ CR} + 4.58 \text{ GROW} + 5.68 \text{ COVID*SIZE} + 6.72 \text{ COVID*CR} + 7.54 \text{ COVID*GROW}$$

จากตาราง 4 พบว่า ในสถานการณ์ปกติตัวแปรอิสระ 3 ตัวคือ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เท่ากับ 1.64 4.60 และ 4.58 ตามลำดับ แต่เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด สามารถอธิบาย Model 2 ROE ได้ว่า Model 2 มีค่า R-squared มีค่าเท่ากับ 0.59 หรือร้อยละ 59 หมายความว่า สถานการณ์โควิดมีผลกับอิทธิพลของตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมได้ร้อยละ 59 ส่วนที่เหลืออีก 41 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาตรวจสอบ และสามารถอธิบายได้ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เท่ากับ 5.68 6.72 และ 7.54 ตามลำดับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 ปรับระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะของบริษัทกับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

$$\text{Model 3 CASH} = 36.78 + 4.65 \text{ SIZE} + 5.361 \text{ CR} + 6.63 \text{ GROW} + 9.77 \text{ COVID*SIZE} + 8.31 \text{ COVID*CR} + 9.67 \text{ COVID*GROW}$$

จากตาราง 4 พบว่า ในสถานการณ์ปกติตัวแปรอิสระ 3 ตัวคือ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เท่ากับ 4.65 5.61 และ 6.63 ตามลำดับ แต่เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด สามารถอธิบาย Model 3 CASH ได้ว่า Model3 มีค่า R-squared มีค่าเท่ากับ 0.78 หรือร้อยละ 78 หมายความว่า สถานการณ์โควิดมีผลกับอิทธิพลของตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ สามารถอธิบายตัวแปรตาม คืออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม ได้ร้อยละ 78 ส่วนที่เหลืออีก 22 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาตรวจสอบ และสามารถอธิบายได้ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เท่ากับ 9.77 , 8.31 และ 9.67 ตามลำดับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 ปรับระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเฉพาะของบริษัทกับการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.2 อภิปรายผล

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้มาจากการเงินประจำปี 2560-2565 มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาอิทธิพลของโรคไวรัสโคโรนา 2019 กับปัจจัยเฉพาะของบริษัท จำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราการเติบโตของรายได้ กับผลประกอบการของบริษัท ซึ่งวัดโดย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม กับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และการถือครองเงินสดของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีอิทธิพลต่อปัจจัยเฉพาะของบริษัท จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราการเติบโตของรายได้ ที่ส่งผลไปยังผลประกอบการและการถือครองเงินสดของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ รายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 โรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่มีต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เมื่อโรคระบาดเกิดขึ้น ภาครัฐบาลพยายามออกมาตรการเพื่อหาแนวทางควบคุมโรคระบาดโดยการประกาศเคอร์ฟิว สั่งปิดประเทศ ห้ามนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศ ปิดสถานบันเทิง ประกาศสั่งห้ามการเดินทางข้ามจังหวัด สายการบินบางสายการบินงดเที่ยวบิน ตลอดจนขอความร่วมมือภาคธุรกิจประกาศ Work from Home ประชาชนรับรู้และเกิดความวิตกกังวลในภาวะวิกฤติซึ่งมีความไม่แน่นอนในอนาคต ประชาชนจึงชะลอการใช้จ่าย ส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบจากรายได้ที่ลดลง ในขณะที่ภาคธุรกิจยังเตรียมตัวรับมือไม่ทันกับภาวะวิกฤติโรคระบาด โดยสินทรัพย์รวมของธุรกิจยังมีเท่าเดิม ทำให้อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวมลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cho และ Saki (2022) พบว่า บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสหรัฐอเมริกา ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงโดยบริษัทที่มีผลการดำเนินงานที่ลดลงอย่างมาก เป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาในประเทศจีน ของ Jin et al., (2021) ได้ทำการศึกษากับบริษัทกลุ่มไฮเทคในไทย ซึ่งผลการศึกษพบว่าภาระของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ผลประกอบการลดลง สอดคล้องกับการศึกษาในประเทศโปแลนด์ ของ Kubiczek และ Derej (2021) และงานวิจัยในประเทศมาเลเซียของ Khatib และ Nour (2021) ผลการศึกษพบว่าโรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท

สมมติฐานที่ 2 โรคไวรัสโคโรนา 2019 มีผลกับอิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า

รายได้ของธุรกิจลดลงอย่างมาก อันเนื่องมาจากมาตรการของภาครัฐบาลที่ออกมาเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ในขณะที่นักลงทุนไม่ได้มีการเตรียมตัวรับมือกับภาวะวิกฤติดังกล่าว ทำให้ไม่ได้วางแผน สัดส่วนการถือหุ้นมีสัดส่วนเท่าเดิม ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลง ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาในประเทศอินโดนีเซียของ Djalil et al. (2016) พบว่า อัตรากำไรต่อหุ้นมีอิทธิพลต่อราคาหลักทรัพย์ ในภาคการผลิตของบริษัทหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินโดนีเซีย และการศึกษาในประเทศไนจีเรียของ Yahaya และ Alkasim (2020) ซึ่งได้ทำการศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไนจีเรีย พบว่า อัตรากำไรต่อหุ้นมีอิทธิพลทางบวกต่อราคาหุ้นของบริษัทหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Olowolaju et al. (2015) Jatoti et al. (2014) Malrani และ Abdi (2014) Khan (2012) Masum (2012) และ Alfaraiah และ Alanez (2011) ที่พบว่า อัตรากำไรต่อหุ้นมีอิทธิพลทางบวกต่อราคาหลักทรัพย์

สมมติฐานที่ 3 โรคไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่ออิทธิพลของปัจจัยเฉพาะของบริษัทที่มีต่อการถือครองเงินสด ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เมื่อเกิดภาวะโรคระบาดขึ้น ทำให้ธุรกิจเกิดความไม่แน่นอน ตลอดจนผู้บริหารไม่มั่นใจในผลกระทบที่จะส่งผลถึงผลการดำเนินงานและการประกอบกิจการของธุรกิจเงินสดที่เพียงพอเพื่อรักษาสภาพคล่องของบริษัท การถือครองเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดมีประโยชน์ทั้งเพื่อการทำธุรกรรมในการดำเนินงานและเก็บกำไร ผู้บริหารจึงต้องยกระดับการถือครองเงินสดไว้ในปริมาณมากขึ้นเพื่อชดเชยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกรณีที่สถานการณ์แย่ ภาครัฐบาลไม่อาจควบคุมการแพร่ระบาดของโรคได้ ธุรกิจจะได้มีเงินสดไว้หมุนเวียนในการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศเวียดนาม และ Nguyen et al., (2021) พบว่าการถือเงินสดมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับบริษัทที่มีความเสี่ยงต่อผลกระทบของโรคไวรัสโคโรนา 2019 อีกทั้งผลการวิจัยในสหราชอาณาจักร Cowling, Brown, และ Rocha (2021) พบว่า 61 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจขนาดเล็กมีความเสี่ยงสูง เนื่องจาก ขาดแคลนเงินสด ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Vito และ Gómez (2021) พบว่า บริษัทจะขาดแคลนเงินสดในช่วงเกือบสองปีในการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และจะมีการกู้ยืมเงินเพื่อป้องกันวิกฤตเงินสด นอกจากนี้ ในประเทศโรมาเนีย Turnea et al. (2020) และงานวิจัยในประเทศจีน ของ Qin et al. (2020) ก็ได้ผลในทิศทางเดียวกัน

หากนักลงทุนใช้ความสามารถในการดำเนินงานเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับอัตราการเติบโตของรายได้ แต่หากใช้การถือครองเงินสดเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ ควรให้ความสำคัญกับขนาดของบริษัท เพราะอัตราส่วนดังกล่าวมีความแรงของอิทธิพลที่สูง เพื่อให้การตัดสินใจลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลตอบแทนที่พึงพอใจ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงปัจจัยเฉพาะของบริษัท เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความแม่นยำและละเอียดมากขึ้น จึงควรนำปัจจัยภายนอกของบริษัท เช่น อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงิน ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ราคาทองคำ ราคาน้ำมันดิบ อัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการเงิน การเมือง เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารธุรกิจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการบริหารบริษัทเพื่อที่จะให้ความสำคัญกับอัตราส่วนของผลกำไรสุทธิที่ผู้ถือหุ้นนั้นจะได้รับและอัตราส่วนของผลกำไรสุทธิจากการบริหารสินทรัพย์ รวมถึงการถือครองเงินสด ในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019

5.2.2 งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนเพื่อให้นักลงทุนพิจารณาผลการดำเนินงานและการถือครองเงินสดเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019

5.2.3 ผลการวิจัยเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าปัจจัยเฉพาะของกิจการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารและนักลงทุนเพื่อประกอบการพิจารณาในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

6. สรุปผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาอิทธิพลของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และปัจจัยเฉพาะของบริษัท ได้แก่ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมกับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เชิงบวกคือ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1-3 ส่วนตัวแปร อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานและการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ ตลอดจนวางแผนทางและกำหนดนโยบายให้รัดกุมในเรื่องของขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ เพื่อให้การบริหารบริษัทให้ประสบความสำเร็จในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโรค ตลอดจนนักลงทุนควรใช้ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราการเติบโตของรายได้ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพราะอัตราส่วนดังกล่าวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้การตัดสินใจลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลตอบแทนที่พึงพอใจ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2565). จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด 2019. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2565, จาก <https://ddc.moph.go.th/covid19-dash-board/>
- จิณณา อินชูปงษ์. (2565). ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ต่อตลาดทุนไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 17(1), 67-96.
- ชลลดา ขลิบทอง และ พรชนก เฉลิมพงษ์. (2565). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 16(2), 125-134.
- ณัฐภูมิ รัตน, สุนันธริน โฆษิตถนิม และ นิพนธ์นา บุญช่วย. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมบริการธุรกิจโรงแรม. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(2), 444-457.

- ปีปี่ซี. (2565). *ต่ออายุ พรก.ฉุกเฉิน*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.bbc.com/thai/articles/crg0ydklipo>.
- บุญเกียรติ ธีวเกียรติยังยง. (2559). *การจัดการเชิงยุทธศาสตร์สำหรับ CEO*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : พี.เพรส.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). *รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์*. ค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://classic.set.or.th/th/company/companylist.html>
- มนชัย มกรานุรักษ์. (2564). *วงจรเงินสด หัวใจของการอยู่รอดของธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/281-cash-cycle-for-business-liquidity>
- รฐิยา ส่งสุข. (2565). ผลกระทบระหว่างอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(2), 388-404.
- รัมภาภรณ์ อุทัยพัฒนศักดิ์. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการถือครองเงินสดกับมูลค่ากิจการกรณีศึกษาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการบริหารการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัฒนา ศักยชีวกิจ และ กอบกุล จันทระโคติกา. (2559). ปัจจัยที่กำหนดโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดอาเซียน. *วารสารวิชาชีพทางบัญชี*, 12(33), 50-63.
- สมคิด บางโม. (2547). *การประกอบธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒน์.
- เอเซียพลัส. (2565). *Asps Fundamentap Update*. ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2565, จาก https://www.asiaplus.co.th/asps/research_file.php?id=66737&file=1
- Achim, M. V., Safta, I. L., Văidean, V. L., Muresan, G. M., & Borlea, N. S. (2022). The impact of COVID-19 on financial management: Evidence from Romania. *Economic Research -Ekonomika Istraživanja*, 35(1), 1807–1832.
- Almutairi, H. A. (2022). COVID-19 and Its Impact on the Financial Performance of Kuwaiti Banks: A Comparative Study Between Conventional and Islamic Banks. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(1), 249–257.
- Azzahra, S., & Sukmaningrum, P. S. (2022). Determinants of cash holding from companies listed in Jakarta Islamic index. *AFEBI Islamic Finance and Economic Review*, 7(1), 13-22.
- Ch, F. N., & Zulfiati, L. (2019). Analysis of Cash Holding Factors at Plantation Companies Listed on BEI. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 127(1), 36-40.
- Chabossou, A. F. C., Nonvide, G. M. A., Lokonon, B. O. K., Amegnaglo, C. J., & Akpo, L. G. (2022). COVID-19 and the Performance of Exporting Companies in Benin. *The European Journal of Development Research*, 34(2), 828–842.
- Chari, F., Muzinda, O., Novukela, C., & Ngcamu, B.S. (2022) Pandemic outbreaks and food supply chains in developing countries: A case of COVID-19 in Zimbabwe. *Cogent Business & Management*, 9(1), 1-13.

- Cho, B., & Saki, Z. (2022). Firm performance under the COVID-19 pandemic: The case of the U.S. textile and apparel industry. *The Journal of the Textile Institute*, 113(8), 1637–1647.
- Cowling, M., Brown, R., & Rocha, A. (2020). Did you save some cash for a rainy COVID-19 day? The crisis and SMEs. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 38(7), 593–604.
- Demirgüç-Kunt, A., Pedraza, A., & Ruiz-Ortega, C. (2021). Banking sector performance during the COVID-19 crisis. *Journal of Banking and Finance*, 133(1), 1-22.
- Dewi, I. P., & Effriyanti, E. (2022). The Effect of sales growth, cash conversion cycle, and capital expenditure on cash holding. *Journal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 8(1), 153-164.
- Din, A. U., Han, H., Ariza-Montes, A., Vega-Muñoz, A., Raposo, A., & Mohapatra, S. (2022). The Impact of COVID-19 on the Food Supply Chain and the Role of E-Commerce for Food Purchasing. *Sustainability*, 14(5), 1-14.
- Harford, J., Klasa, S., & Maxwell, W. F. (2014). Refinancing risk and cash holdings. *The Journal of Finance*, 69(3), 975–1012.
- Hasana, E. R. (2019). Analysis of the Influence of Cash Conversion Cycle, Net Working Capital, Growth Opportunity and Capital Expenditure on Cash Holding. Perbanas College of Economics.
- Jin, G., Xu, J., Liu, F., Haris, M., & Weqar, F. (2021). Does R&D investment moderate the relationship between the COVID-19 pandemic and firm performance in China's high-tech industries? Based on DuPont components. *Technology Analysis & Strategic Management*, 34(12), 1464-1478.
- Khatib, S. F. A., & Nour, A. N. I. (2021). The Impact of Corporate Governance on Firm Performance During The COVID-19 Pandemic: Evidence from Malaysia. *Journal of Asian Finance, Economic and Business*, 8(2), 943–952.
- Kraus, A., & Litzenberger, R. H. (1973). A State-Preference Model of Optimal Financial Leverage. *Journal of Finance*, 28(4), 911-922.
- Kubiczek, J., & Derej, W. (2021). Financial performance of business in the COVID-19 pandemic conditions - Comparative Study. *Polis Journal of Management Studies*, 24(1), 183-201.
- Limanta, V. N., & Malelak, M. I. (2017). *Factors Affecting Corporate Cash Holding of Financial Sector Companies (Non Bank) Listed in Indonesian Stock Exchange Period 2010-2015*. International Conference on Management & Entrepreneurship. 1-7.
- Muhani, Digdownseiso, K., & Prameswari, K. M. (2022). The Effects of Sales Growth, Current Ratio, Total Asset Turnover, Debt to Asset Ratio, and Debt to Equity Ratio on the Return on Equity in Energy and Mining Companies. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(1), 1240-1246.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221.

- Nguyen, C. K., Nguyen, A. Q., Nguyen, N. Q., Nguyen, T. T. M., Chu, A. N., & Nguyen, L. T. M. (2021). Cash Holding and Financial Stability during a Crisis: A Case Study of Vietnamese Firms in COVID-19 Pandemic. *Forum for Social Economics*, 8(2), 1-14.
- Prasetya, E. R., & Putri, W. C. (2020). *Financial Distress as The Impact of Operating Capacity, Sale Growth and Liquidity Ratio in the Consumption Goods Industry Sector in 2018*. Faculty of Economics, Pamulang University, South Tangerang. Proceedings of Senantiaas 2020, 1(1), December 2020.
- Qin, X., Huang, G., Shen, H., & Fu, M. (2020). COVID-19 Pandemic and Firm-level Cash Holding-Moderating Effect of Goodwill and Goodwill Impairment. *Emerging Markets Finance and trade*, 56(10), 2243 – 2258.
- Shen, H., Fu, M., Pan, H., Yu, Z., & Chen, Y. (2020). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Firm Performance. *Emerging Markets Finance and trade*, 56(10), 2213–2230.
- Stevens P. (1992). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*. NJ : Hillsdale.
- Suhendry, W., Toni, N., & Simorangkir, E. N. (2021). Effect of debt to equity ratio and current ratio on company value with return on assets as intervening variable in consumer goods industrial companies listed on the Indonesia stock exchange for the 2015-2018 period. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(8), 1444-1449.
- Suherman. (2017). Factors Affecting Company Cash Holdings on the Indonesia Stock Exchange. *Journal of Management Faculty of Economics*, 21(3), 1-19.
- Turnea, E. S., Nestian, S. A., Tită, S. M., Vodă, A. I., & Gută, A. L. (2020). Dismissals and temporary leaves in Romanian companies in the context of low demand and cash flow problems during the COVID-19 economic lockdown. *Sustainability*, 12(21), 1-22.
- Vinod, B. (2020). The COVID-19 pandemic and airline cash flow. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 19(1), 228–229.
- Vito, A. D., & Gómez, J. P. (2020). Estimating the COVID-19 cash crunch: Global evidence and policy. *Journal of Accounting and Public Policy*, 39(2), 1-14.
- Wibawa, B. M., & Nareswari, N. (2019). Cash Holding Management and Firm Performance: Empirical Evidence for Financially Constrained Firms in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 135(3), 72-77.
- Xu, J., & Jin, Z. (2022). Exploring the Impact of the COVID-19 Pandemic on Firms' Financial Performance and Cash Holding: New Evidence from China's Agri-food Sector. *Agronomy*, 12(8), 1-13.
- Zhang, D., & Zheng, W. (2022). Does COVID-19 make the firms' performance worse? Evidence from the Chinese listed companies. *Economic Analysis and Policy*, 74(1), 560–570.

**มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐกับพฤติกรรมการวางแผนภาษีใน
สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย**
**Government Tax Support Concepts and Tax Planning Behavior in the COVID-19
Spreading Situation in Thailand**

วราพร เปรมพาณิชย์กุล*

Varaporn Prempanichnukul*

Received: Revised: Accepted:

Received : July 17, 2023 Revised : October 22, 2023 Accepted : November 30, 2024

บทคัดย่อ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างมหาศาล ภาครัฐจึงได้มีการออกมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายและช่วยส่งเสริมสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 1) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีอายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และพฤติกรรมการเสียภาษีแตกต่างกัน และ 2) เพื่อทดสอบผลกระทบของมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐที่มีต่อพฤติกรรมการวางแผนภาษี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย จำนวน 336 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ANOVA การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐแตกต่างกัน 2) ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีอายุ การประกอบอาชีพ และพฤติกรรมการเสียภาษีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการวางแผนภาษีแตกต่างกัน และ 3) มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายได้ ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย และด้านมาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี ดังนั้น ภาครัฐสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการช่วยเหลือทางภาษีในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนที่ยังคงได้รับความเดือดร้อนจากผลกระทบของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนสามารถนำไปใช้ในการวางแผนภาษี และป้องกันการหลีกเลี่ยงการเสียภาษีอันจะเกิดผลเสียต่อประเทศชาติ

คำสำคัญ : มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ การวางแผนภาษี ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Assistant Prof., Ph.D., Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

*Corresponding author E-mail: varaporn.pr@acc.msu.ac.th

Abstract

The spread of COVID-19 has had a tremendous impact on the Thai economy. Therefore, government tax support concepts were announced to reduce the cost burden and promote economic liquidity. The purposes of this research were 1) to compare the opinions about government tax support concepts and tax planning behavior of taxpayers with different ages, educational levels, occupations, average annual incomes, and tax-paying behaviors; and 2) to verify the effects of government tax support concepts on tax planning behavior. A questionnaire was used to collect data from 336 taxpayers in Thailand. The statistics that used for analyzing the collected data were frequency, percentage, ANOVA, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results of the research revealed that 1) taxpayers with different occupations have different opinions on government tax support concepts; 2) taxpayers with different ages, occupations, and tax-paying behaviors have different opinions about tax planning behavior; and 3) government tax support concepts, in the aspects of income-supported policy, expense-supported policy, and other-supported policy, had significantly positive relationships and impacts on tax planning behavior. Therefore, the government can use this study as a guide to establish tax aid policies in various fields to meet the needs of taxpayers who continue to be heated by the effects of COVID-19, so that citizens can be used in tax planning and preventing tax evasions that are detrimental to the nation.

Keywords : Government Tax Support Concept, Tax Planning Behavior, Taxpayers

1. บทนำ

นับตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 ที่เชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ได้อุบัติขึ้นและระบาดไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยจนถึงทุกวันนี้ พบผู้ติดเชื้อสะสม 2,174,906 ราย หายป่วยแล้ว 2,106,144 ราย และมีผู้เสียชีวิตสะสม 21,231 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 14 ธันวาคม 2564) (ศูนย์ข้อมูล COVID-19, 2564) โดยในช่วงการแพร่ระบาดนี้ ภาครัฐได้มีการออกมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุม ตั้งแต่การปิดเมืองและการรักษาระยะห่างทางสังคม เช่น ห้ามเดินทางเข้า-ออกประเทศ ปิดสถานที่ท่องเที่ยว สนามกีฬา สถานบันเทิง หรือที่เรียกว่ามาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” ซึ่งการหยุดกิจกรรมต่าง ๆ นี้ จะกระทบไปสู่ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การขนส่ง และธุรกิจด้านการค้าปลีกต่าง ๆ และกระทบต่อยอดไปสู่ทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) ของภาคบริการเหล่านี้ที่จะต้องเกิดปัญหาการชะงักงันตามมา ประชาชนจำนวนมากได้รับผลกระทบต่อยอดได้ หลายธุรกิจต้องเลิกกิจการ จะเห็นได้ว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในแต่ละระลอกได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างมหาศาล จากการประเมินผลกระทบจากการระบาดในระลอกที่สองพบว่าส่งผลให้ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศลดลง 63,904 ล้านบาท ผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิตและบริการลดลง 13,904 ล้านบาท มูลค่ารวมของประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ลดลงร้อยละ 13.66 อัตราเงินเฟ้อลดลงร้อยละ 5.09 ดุลการค้าลดลง 11,545 ล้านบาท รายได้ภาษีลดลงร้อยละ 17.87 การส่งออกลดลงร้อยละ 18.46 การนำเข้าลดลงร้อยละ 14.36 การบริโภคลดลงร้อยละ 21.14 (โพสดีทูเดย์, 2564) ภาครัฐจึงได้มีการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อดูแลและเยียวยาบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากโรคโควิด-19 ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อช่วยเหลือดูแลค่าครองชีพ เช่น โครงการเราชนะ คนละครึ่ง เรารักกัน เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น มีการ

ดำเนินมาตรการทางการเงินการคลัง โดยการลดอัตราดอกเบี้ย การลดสินเชื่อธุรกิจ มีโครงการจ้างงานระยะสั้นของภาครัฐเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อลดผลกระทบของการว่างงาน รวมถึงมาตรการบรรเทาภาระทางด้านภาษีด้วย (สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ กองโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค, 2564)

มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ (Government Tax Support) ได้เกิดขึ้นเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายและช่วยส่งเสริมสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ ซึ่งกรมสรรพากรเป็นอีกหนึ่งหน่วยงานที่ออกมาตรการให้ความช่วยเหลือประชาชนและนิติบุคคลที่ต้องยื่นภาษีและเสียภาษีประเภทต่าง ๆ ในช่วงวิกฤติโควิด-19 ที่หลายฝ่ายได้รับผลกระทบ ไม่ว่าจะเป็นมาตรการช่วยเหลือทางด้านรายได้ (Income-Supported Policy) เช่น มาตรการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้แก่บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข ในส่วนค่าตอบแทนพิเศษที่ได้รับจากกระทรวงสาธารณสุขในปี 2563 สำหรับการปฏิบัติงานเสี่ยงภัยเกี่ยวกับ COVID-19 เพื่อลดภาระภาษีและเพิ่มขวัญกำลังใจ (กรมสรรพากร, 2563ก) มาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย (Expense-Supported Policy) เช่น มาตรการเพิ่มวงเงินหักลดหย่อนค่าเบี้ยประกันสุขภาพจากเดิมหักได้ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท เพิ่มเป็นไม่เกิน 25,000 บาท (กรมสรรพากร, 2563ข) การลดอัตราเงินสมทบกองทุนประกันสังคมทั้งในส่วนของนายจ้างเหลือร้อยละ 3 และลูกจ้างผู้ประกันตนลดลงเหลือร้อยละ 0.5 เป็นระยะเวลา 2 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 – มีนาคม 2564 เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประกันตนที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (สำนักงานประกันสังคม, 2564) รวมไปถึงมาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ (Other-Supported Policy) เช่น กรมสรรพากรได้ออกมาตรการขยายเวลาการยื่นแบบฯ และชำระภาษีตามแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 ปีภาษี 2562 จากภายในวันที่ 31 มีนาคม 2563 ออกไปเป็นภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2563 เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีให้แก่ผู้มีเงินได้และผู้ประกอบการในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งจะทำให้ผู้มีเงินได้และผู้ประกอบการมีสภาพคล่องเพิ่มขึ้น (สถานีข่าวกระทรวงการคลัง, 2564) เป็นต้น นอกจากนี้ เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีอันสืบเนื่องมาจากผลกระทบของ COVID-19 ทำให้ในปัจจุบันยังคงมีมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีออกมาอย่างต่อเนื่อง เช่น การลดอัตราภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายที่มีอัตราร้อยละ 5 อัตราร้อยละ 3 และอัตรา ร้อยละ 2 เหลือเพียงอัตราร้อยละ 1 สำหรับการจ่ายเงินได้พึงประเมินผ่านระบบ e-Withholding Tax ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 389 (พ.ศ.2566) ส่งผลให้ประชาชนผู้มีเงินได้มีเงิน เหลือมากขึ้น เกิดสภาพคล่องในการดำรงชีวิต จะเห็นได้ว่าการที่ภาครัฐได้มีการออกมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีต่าง ๆ นั้น ส่งผลให้ประชาชนตระหนักถึงการวางแผนภาษีมากขึ้น เพื่อให้การเสียภาษีเป็นไปอย่างถูกต้องครบถ้วนตามที่ กฎหมายกำหนด มีการติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ภาครัฐให้การช่วยเหลือเพื่อ นำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยปลอดจากภาระที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และส่งผลให้บรรเทาภาระภาษี เพิ่มสภาพคล่องในการดำรงชีวิตได้มากขึ้นภายใต้สภาวะวิกฤติในปัจจุบัน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐกับพฤติกรรม การวางแผนภาษีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษีของ ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่มีอายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และ พฤติกรรมการเสียภาษีแตกต่างกัน และ 2) เพื่อทดสอบผลกระทบของมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐที่มีต่อ พฤติกรรมการวางแผนภาษีของประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชน ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางแก่ภาครัฐใน ปรับปรุงมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีที่บรรเทาภาระต่อประชาชนผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงความต้องการ อีกทั้งผู้เสีย

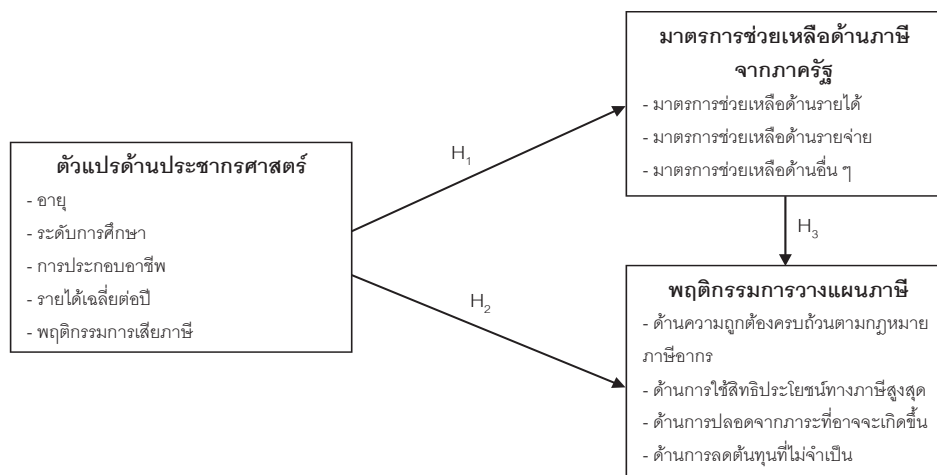
ภาษียังสามารถนำมามาตรการช่วยเหลือด้านภาษีต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม เพื่อให้การเสียภาษีเป็นไปอย่างถูกต้อง ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีสูงสุด โดยปลอดจากภาระที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการวางแผนภาษี จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษี



2.1 มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ (Government Tax Support Concept)

มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ หมายถึง แนวทาง นโยบาย ข้อกฎหมายเกี่ยวกับภาษีอากรที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อเป็นการช่วยเหลือ บรรเทาภาระ เพิ่มสภาพคล่องให้แก่ประชาชนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ประกอบด้วย

2.1.1 มาตรการช่วยเหลือด้านรายได้ (Income-Supported Policy) หมายถึง แนวทาง นโยบาย ข้อกฎหมายเกี่ยวกับภาษีอากรที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อเป็นการบรรเทาภาระเกี่ยวกับรายได้ โดยไม่ต้องนำเงินได้หรือรายได้ตามที่กฎหมายประกาศรวมคำนวณเป็นเงินได้เพื่อเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เช่น มาตรการภาษีอากรสนับสนุนการรับโอนทรัพย์สินหลักประกันเพื่อชำระหนี้ (สถานีข่าว TNN ช่อง 16, 2564) มาตรการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้แก่บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข (กรมสรรพากร, 2563ก) มาตรการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับเงินสนับสนุนและประโยชน์อื่นใดที่ประชาชนได้รับจากรัฐบาล (กรมสรรพากร, 2564ก) และมาตรการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับการนำเข้าสินค้าที่ใช้รักษา วินิจฉัย หรือป้องกันโรคโควิด-19 เพื่อบริจาคให้สถานพยาบาล (สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี, 2564)

2.1.2 มาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย (Expense-Supported Policy) หมายถึง แนวทาง นโยบาย ข้อกฎหมายเกี่ยวกับภาษีอากรที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อเป็นการบรรเทาภาระแก่ประชาชน โดยกำหนดให้สามารถนำรายจ่ายไปหักลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้เพิ่มขึ้น เช่น มาตรการเพิ่มวงเงินหักลดหย่อนค่าเบี้ยประกันสุขภาพจากเดิมหักได้ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท เพิ่มเป็นไม่เกิน 25,000 บาท (กรมสรรพากร, 2563 ก) มาตรการข้อปฏิบัติที่ให้หักลดหย่อนค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการเท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการสำหรับ

การซื้อสินค้าหรือการรับบริการในราชอาณาจักร ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 30,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2565 (กรุงเทพมหานคร, 2565) มาตรการเงินลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มาตรการยกเว้นเงินบริจาคผ่านระบบบริจาคอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม และมาตรการยกเว้นภาษีการโอนทรัพย์สินหรือการบริจาคให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคมโดยไม่คิดค่าบริการตอบแทน (กรมสรรพากร, 2564ค)

2.1.3 มาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ (Other-Supported Policy) หมายถึง แนวทาง นโยบาย ข้อกฎหมายเกี่ยวกับภาษีอากรที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อเป็นการเพิ่มสภาพคล่องแก่ประชาชน เช่น กรมสรรพากรได้ออกมาตรการขยายเวลาการยื่นแบบฯ และชำระภาษีตามแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 ปีภาษี 2562 รอบ 1 จากภายในวันที่ 31 มีนาคม 2563 เป็นภายในวันที่ 30 มิถุนายน 2563 และเพื่อเป็นการบรรเทาภาระให้แก่ผู้เสียภาษีเพิ่มเติม จึงได้ออกมาตรการขยายเวลาการยื่นแบบฯ รอบ 2 จากภายในวันที่ 30 มิถุนายน 2563 ออกไปเป็นภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2563 เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีให้แก่ผู้มีเงินได้และผู้ประกอบการในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งจะทำให้ผู้มีเงินได้และผู้ประกอบการมีสภาพคล่องเพิ่มขึ้น (สถานีข่าวกระทรวงการคลัง, 2564) การงดหรือลดเบี้ยปรับสำหรับกรณีที่ประชาชนและผู้ประกอบการไม่สามารถยื่นแบบแสดงรายการฯ ภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีธุรกิจเฉพาะภายในกำหนดเวลา หรือยื่นแบบแสดงรายการฯ ผิดพลาด สำหรับแบบที่ต้องยื่นภายในเดือนกันยายน - ธันวาคม 2564 ตามลำดับ (สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่น, 2564) การลดอัตราภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลมีสภาพคล่องเพิ่มขึ้น และเพื่อช่วยสนับสนุนการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (e – Payment) โดยเฉพาะระบบ e – Withholding Tax (กรมสรรพากร, 2563ข)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวางแผนภาษี (Tax Planning Concepts)

Hoffmann (1961) ได้อธิบายถึงทฤษฎีการวางแผนภาษี (Tax Planning Theory) ไว้ว่าเป็นการเลือกใช่วิธีทางการเงินเพื่อให้ผู้เสียภาษีมียกจ่ายทางภาษีน้อยที่สุดโดยเลือกวิธีการวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางภาษีลดลงแต่ไม่กระทบกับกำไรทางบัญชี เมื่อนำมาประยุกต์เข้ากับการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแล้ว สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2558 : เว็บไซต์) ได้กล่าวถึงการวางแผนภาษีไว้ว่า เป็นการเตรียมเพื่อเสียภาษีให้ถูกต้อง ครบถ้วน ในฐานะพลเมืองที่ดีและใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีต่าง ๆ ที่กฎหมายกำหนดไว้ไปใช้ลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปี เพื่อบรรเทาภาระภาษีให้น้อยลงไม่ต้องเสียภาษีมากเกินไป รวมไม่ต้องชำระเบี้ยปรับและชำระภาษีให้น้อยที่สุด การวางแผนภาษี (Tax Planning) มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างไปจากการหนีภาษี (Tax Evasion) และการเลี่ยงภาษี (Tax Avoidance) ถึงแม้ว่าทั้งสามคำจะมีวัตถุประสงค์โดยรวมเหมือนกันคือ เพื่อชำระภาษีให้น้อยลง แต่ทั้ง 3 คำมีกระบวนการไปสู่วัตถุประสงค์ดังกล่าวแตกต่างกัน นั่นคือ การหนีภาษีนั่น จะเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย สำหรับการเลี่ยงภาษีและการวางแผนภาษีจะมีจุดที่เหมือนกันคือ เป็นการกระทำที่ถูกต้องตามกฎหมาย แต่จุดที่ต่างกันคือ แม้ว่าการเลี่ยงภาษีเป็นการกระทำที่ไม่ผิดกฎหมายแต่เป็นการอาศัยช่องว่างของกฎหมาย โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือชำระภาษีต่ำที่สุด สำหรับเรื่องความถูกต้องจะเป็นวัตถุประสงค์ลำดับรองลงมา ในขณะที่การวางแผนภาษีนั่น เป็นการกระทำที่ไม่ผิดกฎหมาย เน้นการกระทำที่ถูกต้อง ครบถ้วนโดยอาศัยสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่าง ๆ เพื่อให้เสียภาษีอากรน้อยที่สุด (Amadasun & Igbinsola, 2011; สุเทพ พงษ์พิทักษ์, 2564).

2.3 พฤติกรรมการวางแผนภาษี (Tax Planning Behavior)

พฤติกรรมการวางแผนภาษี หมายถึง การกระทำการในการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการเสียภาษีให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับตามกฎหมายภาษีอากร จนทำให้ผลการกระทำนั้นมีความถูกต้องครบถ้วน ได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด เกิดภาระภาษีน้อยที่สุดโดยที่ไม่มีการทำผิดกฎหมายอันจะก่อให้เกิดการถูกประเมินและตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภายหลัง ประกอบด้วย (สมเดช วิจารณ์สุธีธร และคณะ, 2561)

2.3.1 ด้านความถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมายภาษีอากร (Accuracy and Complete with Tax Regulation) หมายถึง การที่ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษีอากร ไม่ว่าจะเป็นประมวลรัษฎากร รวมถึงการศึกษาคำพิพากษาและข้อหาหรือของกรมสรรพากรประกอบ เพื่อให้การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฏิบัติทางภาษีอากรทั้งระบบเป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด

2.3.2 ด้านการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีสูงสุด (Maximized Tax Benefit) หมายถึง ความสามารถของประชาชนในการศึกษา ติดตามข่าวสาร ข้อกฎหมายทางภาษีอากรใหม่ ๆ ที่มีการประกาศใช้ ไม่ว่าจะเป็นสิทธิประโยชน์ด้านรายได้ที่ได้รับยกเว้นภาษี สิทธิประโยชน์ด้านรายจ่าย เพื่อจะได้นำมาประยุกต์ใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.3.3 ด้านการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น (Minimized Cost) การที่ประชาชนสามารถลดจำนวนการชำระภาษีที่เกี่ยวข้อง สามารถลดจำนวนการชำระเบี้ยปรับ เงินเพิ่ม จากการชำระหรือปฏิบัติทางภาษีไม่ถูกต้องลงได้

2.3.4 ด้านการปลอดจากภาระที่อาจจะเกิดขึ้น (Prevent Contingent Liabilities) หมายถึง การที่ประชาชนมีการคำนึงถึงปัญหาทางภาษีอากรที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตเป็นสำคัญในการวางแผน การเตรียมการ วิธีปฏิบัติทางภาษีอากร เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาจากการถูกหน่วยงานที่มีหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร เช่น กรมสรรพากร เรียกตรวจสอบและประเมินภาษีย้อนหลังเนื่องจากความเข้าใจผิดหรือการเสียภาษีไม่ถูกต้อง

นับตั้งแต่การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้รับความเดือดร้อน ธุรกิจจำนวนมากต้องเลิกกิจการหรือทำได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ ลดการจ้างงาน ประชาชนรายได้ลดลง ส่งผลให้ประชาชนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำรงชีวิตเพื่อให้สามารถผ่านพ้นวิกฤตไปได้ พฤติกรรมในการวางแผนภาษีก็เช่นกัน ที่ผู้มีเงินได้จะต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับผลกระทบโดยยังคงถูกต้องตามกฎหมาย ไม่มี การทุจริตหรือฝ่าฝืนกฎหมาย เช่น การลงทุนในหน่วยลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF) ที่ในอดีตมีข้อบังคับว่า จะต้องมีการลงทุนอย่างน้อย 5 ปีต่อเนื่อง และต้องมีอายุครบ 55 ปี ถึงจะสามารถขายคืนหน่วยลงทุนมาใช้ได้ อีกทั้งจะต้องลงทุนอย่างต่อเนื่อง หรืออย่างน้อยที่สุดคือปีเว้นปี ถ้าเว้นมากกว่าหนึ่งปีจะถือว่าทำผิดเงื่อนไข และยังมีเงื่อนไขจำนวนเงินที่ต้องซื้อขั้นต่ำ 3% ของเงินได้หรือไม่เกิน 5,000 บาท แล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่า (กรมสรรพากร, 2558) จากข้อกฎหมายดังกล่าวอาจทำให้ประชาชนเดือดร้อนภายใต้วิกฤต COVID-19 ดังนั้นภาครัฐจึงมีการแก้ไขกฎหมายใหม่ในปีภาษี 2563 คือ มีการยกเลิกจำนวนเงินที่ต้องซื้อขั้นต่ำ เพื่อเป็นการเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ประชาชน (กรมสรรพากร, 2564ข) สอดคล้องกับงานวิจัยของพรรณเพ็ญ สิทธิพัฒนา (2560) พบว่า ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามีความคาดหวังด้านปัจจัยเกี่ยวกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพมากที่สุด นอกจากนี้ ภาครัฐยังได้มีการออกมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีอีกมาก เช่น การเพิ่มวงเงินเบี้ยประกันสุขภาพจากเดิมให้หักลดหย่อนได้เพียง 15,000 บาท เป็น 25,000 บาท เพื่อบรรเทาภาระของประชาชนที่ได้รับผลกระทบทางสุขภาพโดยตรงและโดยอ้อมจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 (กรมสรรพากร, 2563ค) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวรารักษ์ จันทระคต และ ดารณี เชื้อชนะจิต (2558) พบว่า พฤติกรรมการลดหย่อนภาษีที่มีความสัมพันธ์กับการประหยัดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามากที่สุด ได้แก่ ด้านเบี้ยประกันชีวิต ด้านกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ด้านดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัย และด้านค่าการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่งผลทางบวกต่อแนวโน้มการประหยัดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ดังนั้น ประชาชนควรมีการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับทราบถึงการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษี ทำให้การวางแผนภาษีเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัย ปรัชศดาพร บุนนาค และ ฉัตรพล มณีกุล (2561) พบว่า การแสวงหาความรู้ของผู้บริหารด้านภาษีอากรมีความสัมพันธ์กับการวางแผนภาษีอากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยะศิตา

พิมพ์สุวรรณ และ พรทิศา แสงเขียว (2564) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ประสบการณ์คำนวณภาษี ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา นอกจากนี้ ประชาชนควรมีการศึกษาข้อกฎหมายให้เข้าใจ อย่างถ่องแท้ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการฝ่าฝืนกฎหมายอันจะนำมาซึ่งภาระได้แก่เบี้ยปรับ เงินเพิ่มในอนาคต สอดคล้องกับ งานวิจัยของ วราพร เปรมพานิชย์กุล (2561) พบว่า ความรอบรู้ในการวางแผนภาษี ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ ด้านการรู้วิธีการ คำนวณภาษี และด้านการรู้ช่องทางภาษี มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการวางแผน ภาษีโดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ พ่วงแสงสุข และคณะ (2561) พบว่า เพศ อาชีพ และระดับการศึกษาที่ แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริมา บุรณกุล และคณะ (2563) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจในการ วางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง สามารถตั้งเป็นสมมติฐานในการวิจัยดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 1 : ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีอายุ ระดับการศึกษา การประกอบ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และพฤติกรรมการเสียภาษีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษี จากภาครัฐแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 2 : ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีอายุ ระดับการศึกษา การประกอบ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และพฤติกรรมการเสียภาษีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย 3 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐมีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย ซึ่งไม่ ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับ ความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ควรใช้ในการวิจัยอย่าง น้อย 246 ราย ซึ่งสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2} = \frac{0.2(1-0.2)1.96^2}{0.05^2} = 246 \text{ ราย}$$

เมื่อ แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p แทน ค่าร้อยละที่ต้องการที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด (ซึ่งผู้วิจัยกำหนด p = 20)

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ร้อยละ 95 (มีค่าเท่ากับ 1.96)

e แทน ค่าร้อยละของความคลาดเคลื่อน (e=0.05)

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Form และสร้างคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่ได้มีการสร้างกลุ่มเกี่ยวกับถามตอบปัญหาภาษี รวมถึงกลุ่มเกี่ยวกับแนะนำการลงทุนในกองทุน เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มดังกล่าวมีโอกาที่จะเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มากกว่ากลุ่มอื่น เมื่อครบกำหนดผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามตอบกลับ จำนวน 336 ฉบับ ถือได้ว่าเป็นจำนวนที่เกินกว่ากลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องการ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมด

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมการเสียภาษี แบ่งออกเป็น 4 ข้อย่อย เช่น การเสียภาษีอย่างถูกต้อง หรือการเคยถูกประเมินเรียกเก็บภาษีเพิ่ม 2) รูปแบบการวางแผนภาษี แบ่งออกเป็น 6 ข้อย่อยครอบคลุมเกี่ยวกับรูปแบบค่าลดหย่อนที่ใช้ เช่น เบี้ยประกันชีวิต การลงทุนในกองทุน และ 3) ปัญหาเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้ ประกอบด้วย 7 ข้อย่อย ครอบคลุมคำถามเกี่ยวกับการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การติดตามข่าวสาร เป็นต้น

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Likert Scale) ระดับ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 เห็นด้วยมากที่สุด ครอบคลุมเนื้อหา มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ 3 ด้าน จำนวน 12 ข้อ โดยในการสร้างข้อคำถามประยุกต์ข้อมูลจากกรมสรรพากร (2564 ก; ข; ค) ได้แก่ มาตรการช่วยเหลือด้านรายได้ 4 ข้อ มาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย 4 ข้อ และมาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ 4 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Likert Scale) ระดับ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 เห็นด้วยมากที่สุด ครอบคลุมเนื้อหาพฤติกรรมการวางแผนภาษี จำนวน 16 ข้อ โดยในการสร้างข้อคำถามประยุกต์จากแนวคิดวัตถุประสงค์ในการวางแผนภาษีอากรของ สมเดช โรจน์ศรีโสสัย และคณะ (2561) ประกอบด้วย ด้านความถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมายภาษีอากร 4 ข้อ ด้านการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูงสุด 4 ข้อ ด้านการปลอดจากภาระที่อาจจะเกิดขึ้น 4 ข้อ และด้านการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น 4 ข้อ

โดยเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของตัวแปรมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษี มีดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) โดยการประเมินความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลจากการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยทุกข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 สอดคล้องกับ Rovinelli และ Hambleton (1977) ถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมินค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try - Out) กับประชาชนผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำนวน 30 คนแรกที่ส่งแบบสอบถามกลับมา ผลจากการตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation พบว่า มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.684 – 0.895 และพฤติกรรมการวางแผนภาษี ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) เท่ากับ 0.759 – 0.904 สอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อมากกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าแบบสอบถามมีคุณภาพเหมาะสมที่จะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป นอกจากนี้ การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) พบว่า มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.721 – 0.866 และพฤติกรรมการวางแผนภาษี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.839 – 0.897 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) ได้เสนอว่าเกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.70 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพเหมาะสมที่จะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยแบบสอบถามได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) การทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One – Way Analysis of Variance : ANOVA) ในการเปรียบเทียบมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และพฤติกรรมการเสียภาษี แตกต่างกัน 3) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ข้อมูลทั่วไปของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	74	22.02
1.2 หญิง	262	77.98
รวม	336	100.00

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	86	25.60
2.2 30 - 40 ปี	152	45.24
2.3 41 - 50 ปี	66	19.64
2.4 มากกว่า 50 ปี	32	9.52
รวม	336	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	18	5.36
3.2 ปริญญาตรี	220	65.48
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	98	29.16
รวม	336	100.00
4. การประกอบอาชีพ		
4.1 เจ้าของธุรกิจ	18	5.36
4.2 พนักงาน/ลูกจ้างในหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	208	61.90
4.3 พนักงาน/ลูกจ้างในหน่วยงานเอกชน	92	27.38
4.4 รับจ้างอิสระ	18	5.36
รวม	336	100.00
5. รายได้ (ก่อนหักค่าใช้จ่าย) เฉลี่ยต่อปี		
5.1 ต่ำกว่า 500,000 บาท	256	76.19
5.2 500,000 – 1,000,000 บาท	62	18.45
5.3 1,000,001 – 2,000,000 บาท	10	2.98
5.4 สูงกว่า 2,000,000 บาท	8	2.38
รวม	336	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 77.98) อายุ 30 – 40 ปี (ร้อยละ 45.24) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี (ร้อยละ 65.48) การประกอบอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างในหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 61.90) รายได้เฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 500,000 บาท (ร้อยละ 76.19)

ตาราง 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในประเทศไทย

ข้อมูลเกี่ยวกับการเสียภาษี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. พฤติกรรมการเสียภาษี		
1.1 มีการเสียภาษีถูกต้องไม่เคยขอคืนภาษีไม่เคยโดยประเมินเบี้ยปรับ/เงินเพิ่ม	212	63.10
1.2 มีการวางแผนภาษีอย่างดี ทำให้สามารถขอคืนภาษีได้อย่างสม่ำเสมอ	70	20.83
1.3 มีความตั้งใจในการวางแผนภาษี แต่ยังคงมีการเสียภาษีสลับกับการขอคืนภาษีบ้าง	48	14.29
1.4 เคยถูกประเมินเบี้ยปรับ/เงินเพิ่ม เนื่องจากไม่ยื่นแบบแสดงรายการหรือยื่นล่าช้า/จำนวนภาษีไม่ถูกต้อง	6	1.78
รวม	336	100.00
2. รูปแบบการวางแผนภาษีที่ใช้มากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
2.1 เบี้ยประกันชีวิต/เบี้ยประกันสุขภาพ	232	40.85
2.2 การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)	50	8.80
2.3 การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF)	26	4.58
2.4 กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PVD)/กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)	66	11.62
2.5 เงินบริจาคแบบ 2 เท่า	66	11.62
2.6 อื่น ๆ เช่น ข้อปดมีคืน	128	22.53
รวม	568	100.00
3. ปัญหาเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้ที่พบบ่อย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
3.1 ขาดความรู้ความเข้าใจข้อกฎหมายเกี่ยวกับการจำแนกประเภทเงินได้	104	18.25
3.2 ขาดความรู้ความเข้าใจข้อกฎหมายเกี่ยวกับการหักลดหย่อน	106	18.60
3.3 ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการคำนวณภาษี	72	12.63
3.4 ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเอกสารหลักฐานประกอบการเสียภาษี	74	12.98
3.5 ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการยื่นแบบแสดงรายการเพื่อเสียภาษี	44	7.72
3.6 ขาดการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือทางภาษีจากภาครัฐ ทำให้ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีไม่คุ้มค่า	170	29.82
รวม	570	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเสียภาษีอย่างถูกต้อง ไม่เคยขอคืนภาษี ไม่เคยโดยประเมินเบี้ยปรับ/เงินเพิ่ม (ร้อยละ 63.10) รูปแบบการวางแผนภาษีที่ใช้มากที่สุด เบี้ยประกันชีวิต/เบี้ยประกันสุขภาพ (ร้อยละ 40.85) ปัญหาเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้ที่พบบ่อยที่สุด ขาดการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือทางภาษีจากภาครัฐ ทำให้ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีไม่คุ้มค่า (ร้อยละ 29.82)

4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย

ตาราง 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษี

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ			
1. มาตรการช่วยเหลือด้านรายได้	4.10	0.82	มาก
2. มาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย	4.14	0.87	มาก
3. มาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ	4.26	0.79	มากที่สุด
โดยรวม	4.17	0.83	มาก
พฤติกรรมการวางแผนภาษี			
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมายภาษีอากร	3.89	0.95	มาก
2. ด้านการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีสูงสุด	3.76	0.96	มาก
3. ด้านการปลอดจากภาระที่อาจจะเกิดขึ้น	4.21	0.88	มากที่สุด
4. ด้านการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น	3.95	0.87	มาก
โดยรวม	3.95	0.92	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ และอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย และด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายได้ สำหรับตัวแปรพฤติกรรมการวางแผนภาษีนั้น พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีพฤติกรรมการวางแผนภาษีโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านการปลอดจากภาระที่อาจจะเกิดขึ้น และอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น ด้านความถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมายภาษีอากร และด้านการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีสูงสุด

4.3 การเปรียบเทียบมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐและพฤติกรรมการวางแผนภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย ที่มีตามอายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และพฤติกรรมการเสียภาษี แตกต่างกัน

ตาราง 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ

ตัวแปร	F	p-value	ผลการทดสอบ
1. อายุ	0.914	0.434	ปฏิเสธ
2. ระดับการศึกษา	2.324	0.099	ปฏิเสธ
3. การประกอบอาชีพ	6.392	0.000***	ยอมรับ
4. รายได้เฉลี่ยต่อปี	1.866	0.135	ปฏิเสธ
5. พฤติกรรมการเสียภาษี	0.441	0.724	ปฏิเสธ

*** p<0.01

จากตาราง 4 พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีการประกอบอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างในหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐโดยรวมมากกว่าการประกอบอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างในหน่วยงานเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงดังตาราง 5

ตาราง 5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐโดยรวมของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีการประกอบอาชีพแตกต่างกัน

การประกอบอาชีพ	หน่วยงานเอกชน	เจ้าของธุรกิจ	รับจ้างอิสระ	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ
$\bar{X}$	3.93	3.94	4.15	4.30
หน่วยงานเอกชน	3.93	-	1.000	0.699
เจ้าของธุรกิจ	3.94	-	-	0.850
รับจ้างอิสระ	4.15	-	-	0.867
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.30	-	-	-

*** p<0.01

ในขณะที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี และพฤติกรรมการเสียภาษีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่า ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย ประชาชนได้รับความเดือดร้อนอย่างมาก ประชาชนจำนวนมากได้รับผลกระทบต่อรายได้ หลายธุรกิจต้องเลิกกิจการ ทุกภาคส่วนจึงต้องการให้ภาครัฐออกมาตรการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ มาตรการด้านสาธารณสุข รวมถึงมาตรการช่วยเหลือด้านภาษี (สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ กองโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค, 2564) อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการหรือประชาชนอาจได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 น้อยกว่าผู้ประกอบการอื่น ๆ ในประเด็นเรื่องของรายได้ที่ยังมั่นคง ยังคงมีหน้าที่ถูกหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่ายตามกฎหมายทุกเดือน จึงมีความต้องการให้ภาครัฐออกมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีอย่างมากเพื่อเป็นการบรรเทาภาระ

ตาราง 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี

ตัวแปร	F	p-value	ผลการทดสอบ
1. อายุ	4.504	0.004***	ยอมรับ
2. ระดับการศึกษา	2.566	0.078	ปฏิเสธ
3. การประกอบอาชีพ	7.537	0.000***	ยอมรับ
4. รายได้เฉลี่ยต่อปี	0.914	0.434	ปฏิเสธ
5. พฤติกรรมการเสียภาษี	12.374	0.000***	ยอมรับ

*** p<0.01

จากตาราง 6 พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีอายุ การประกอบอาชีพ และพฤติกรรมการเสียภาษีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการวางแผนภาษีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อประชาชนมีอายุมากขึ้นย่อมมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น จึงตระหนักถึงความสำคัญในการวางแผนภาษี มีการศึกษาหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษีอากร เพื่อให้การเสียภาษีเป็นไปอย่างถูกต้อง

ครบถ้วน ป้องกันการเกิดเบี้ยปรับเงินเพิ่ม มีการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีต่าง ๆ เพื่อให้ประหยัดภาษีมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ พ่วงแสงสุข และคณะ (2561) พบว่า เพศ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกานต์ นาดี เกท และฉันทิชา บัวศรี (2563) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การเสียภาษี สถานภาพ ระดับ การศึกษา รายได้สุทธิต่อปี และอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกัน และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ประสบการณ์การเสียภาษี สถานภาพ รายได้สุทธิต่อปี และอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกัน สอดคล้องกับโชคชัย เดชรอด (2564) พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี

ตัวแปร	TAX	INC	EXP	OTH	VIFs
$\bar{X}$	3.95	4.10	4.14	4.26	
S.D.	0.92	0.82	0.87	0.79	
TAX		0.291***	0.499***	0.482***	
INC			0.693***	0.624***	2.038
EXP				0.732***	2.682
OTH					2.288

*** p<0.01

จากตาราง 7 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันระหว่าง 0.624 – 0.732 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 บ่งชี้ว่า อาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบโดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ มีค่าตั้งแต่ 2.038 – 2.682 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระดับที่เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

ตาราง 9 การทดสอบผลกระทบของมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐที่มีต่อพฤติกรรมการวางแผนภาษี

มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ	พฤติกรรมการวางแผนภาษี		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (<i>a</i>)	1.749	0.226	7.725***	0.000
ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายได้ (INC)	0.175	0.067	2.601***	0.010
ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย (EXP)	0.384	0.072	5.309***	0.000
ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ (OTH)	0.311	0.074	4.220***	0.000
F = 45.701 p = 0.000 Adj R ² = 0.286				

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

จากตาราง 5 พบว่า มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายได้ (INC) ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย (EXP) และด้านมาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ (OTH) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี (TAX) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เนื่องจากการที่ภาครัฐมีการออกมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านรายได้ เช่น มาตรการพักทรัพย์พักหนี้ โดยการยกเว้นภาษีสำหรับเงินที่ได้รับการปลดหนี้ให้แก่ลูกหนี้สถาบันการเงิน เนื่องจากการช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการ มาตรการโครงการ “คนละครึ่ง” ด้วยการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของประชาชนและยกเว้นภาษีให้แก่ผู้ประกอบการที่ซื้อสินค้า ส่งผลให้เกิดการฟื้นฟูและกระตุ้นเศรษฐกิจ มาตรการช่วยเหลือภาษีด้านรายจ่าย เช่น มาตรการเพิ่มวงเงินประกันสุขภาพ มาตรการเพิ่มวงเงินซื้อปดมีคีนในการหักลดหย่อนภาษี และมาตรการช่วยเหลือภาษีด้านอื่น ๆ เช่น การขยายระยะเวลาในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทั้งครึ่งปีและสิ้นปี (กรมสรรพากร, 2563ก) นอกจากนี้ แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปัจจุบันจะบรรเทาลง ประชาชนคุ้นเคยกับการดำรงชีวิตในรูปแบบ New normal แต่ประชาชนรวมถึงผู้ประกอบการยังคงได้รับผลกระทบของ COVID-19 ในด้านเศรษฐกิจ ทำให้ในปัจจุบันยังคงมีมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีออกมาอย่างต่อเนื่อง เช่น การลดอัตราภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายที่มีอัตราร้อยละ 5 อัตราร้อยละ 3 และอัตราร้อยละ 2 เหลือเพียงอัตราร้อยละ 1 สำหรับการจ่ายเงินได้พึงประเมินผ่านระบบ e-Withholding Tax ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ส่งผลให้ประชาชนได้รับเงินหลังหักภาษีมากขึ้น เกิดสภาพคล่อง ผลที่ได้จากการที่ภาครัฐมีมาตรการช่วยเหลือภาษีดังกล่าว ทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมการวางแผนภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถบรรเทาภาระภาษีได้อย่างมาก โดยการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีตามที่กฎหมายกำหนดให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ยังคงคำนึงถึงความถูกต้องครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดภาระเบี้ยปรับเงินเพิ่มสอดคล้องกับงานวิจัย ปรัชศดาพร บุญนาค และ ฉัตรพล มณีกุล (2561) พบว่า การแสวงหาความรู้ของผู้บริหารด้านภาษีอากรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการวางแผนภาษีอากร สอดคล้องกับข้อเสนอแนะแนวทางในการวางแผนภาษีของ ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล (2564) ระบุว่า การวางแผนภาษีที่ดีเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจใน 5 ประเด็นดังต่อไปนี้ 1) รู้ประเภทเงินได้เงินพึงประเมิน 2) รู้การหักค่าใช้จ่าย 3) รู้ค่าลดหย่อน 4) รู้วิธีคำนวณภาษี และ 5) รู้ช่องทางภาษี สอดคล้องกับงานวิจัยของวราพร เปรมพาดิษย์บุญกุล (2561) พบว่า ความรอบรู้ในการวางแผนภาษี ด้านการรู้ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้ ด้านการรู้วิธีการ คำนวณภาษี และด้านการรู้ช่องทางภาษี มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการวางแผนภาษีโดยรวม สอดคล้องกับ ปรัชศดาพร บุญนาค และฉัตรพล มณีกุล (2561) พบว่า การแสวงหาความรู้ของผู้บริหารด้านภาษีมีความสัมพันธ์การวางแผนภาษีอากร ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนภาษี จำเป็นที่จะต้องมีการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้รับทราบถึงการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษี ทำให้การวางแผนภาษีเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ และ พรทิพา แสงเขียว (2564) พบว่า ปัจจัยด้านการได้รับข้อมูลและข่าวสารกับด้านทัศนคติ ส่งผลกระทบต่อความสนใจในการเสียภาษีเงินได้ด้านความถูกต้องในเชิงบวก

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาคูณลักษณะหรือองค์ประกอบอื่น ๆ ของพฤติกรรมการวางแผนภาษี เพื่อให้สามารถกำหนดรูปแบบในการประเมินการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5.1.2 ควรมีการศึกษาตัวแปรแทรกซ้อน ๆ เพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่าง มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐกับพฤติกรรมการวางแผนภาษี เช่น การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

จากการศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ ประชาชนขาดการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือทางภาษีจากภาครัฐทำให้ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีไม่คุ้มค่า รองลงมาคือ ขาดความรู้ความเข้าใจในข้อกฎหมายเกี่ยวกับการจ่ายประเภทเงินได้ การหักค่าลดหย่อน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อประชาชนผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในการนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการวางแผนภาษี โดยการศึกษาหาความรู้ให้เกิดความเข้าใจในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา และติดตามข่าวสาร และสิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ภาครัฐสามารถนำผลที่ได้จากการ วิจัยนี้ไปใช้ในการเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีแก่ประชาชนได้ตรงความต้องการมากขึ้น ไม่ ว่าจะเป็นมาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย เช่น การลดหย่อนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบำรุงรักษาสุขภาพ การกระตุ้น เศรษฐกิจภาคประชาชน การกำหนดให้มีรายจ่ายที่สามารถหักได้เพิ่มขึ้น มาตรการช่วยเหลือด้านรายได้ เช่น การ ยกเว้นเงินได้พึงประเมินเพิ่มขึ้น และมาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ เช่น การขยายระยะเวลาในการยื่นแบบแสดง รายการเพื่อเสียภาษี การผ่อนปรนเบี้ยปรับเงินเพิ่ม การผ่อนชำระภาษี ให้แก่ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาอย่างต่อเนื่อง และให้สอดคล้องกับปัจจุบันที่ยังคงมีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งประชาชนจะได้ สามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดพฤติกรรมการวางแผนภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสูงสุดโดย ปลอดจากเบี้ยปรับเงินเพิ่ม และสามารถบรรเทาภาระภาษีได้

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า 1) ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีการประกอบอาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐแตกต่างกัน 2) ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาที่มีอายุ การประกอบอาชีพ และพฤติกรรมการเสียภาษีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การวางแผนภาษีแตกต่างกัน และ 3) มาตรการช่วยเหลือด้านภาษีจากภาครัฐ ด้านมาตรการช่วยเหลือด้านรายได้ ด้าน มาตรการช่วยเหลือด้านรายจ่าย และด้านมาตรการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ พฤติกรรมการวางแผนภาษี ดังนั้น หากภาครัฐมีการกำหนดมาตรการในการช่วยเหลือประชาชนอย่างต่อเนื่องจะช่วย ให้ประชาชนผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามีพฤติกรรมการวางแผนภาษีอย่างดี เสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน ใช้สิทธิ ประโยชน์ทางภาษีสูงสุดโดยปลอดจากภาระเบี้ยปรับเงินเพิ่ม อันจะส่งผลดีต่อประเทศในภาพรวมสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2558). ประกาศอธิบดีกรมสรรพากรเกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ 259) เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเพื่อการยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับเงินได้เท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการ เลี้ยงชีพ และการถือหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ. ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2564, จาก

https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/58dg259.pdf

กรมสรรพากร. (2563ก). สรรพากรแจ้งไม่นำข้อมูลการลงทะเบียน www.เราไม่ทิ้งกัน.com มาตรวจสอบภาษี. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก https://www.rd.go.th/fileadmin/centralize/news_announcement/2563/news23_2563.pdf

- กรมสรรพากร. (2563ข). *สรรพากรช่วยบุคคลและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ผ่านมาตรการภาษีต่าง ๆ* *มูลค่ากว่าแสนล้านบาท*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/news/news34_2563.pdf
- กรมสรรพากร. (2563ค). *กฎกระทรวง ฉบับที่ 365 (พ.ศ. 2563) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้น* *รัษฎากร*. ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2564, จาก https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/mr365.pdf
- กรมสรรพากร. (2564ก). *ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับเงินหรือประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากการเยียวยา* *และฟื้นฟูผลกระทบจากโรค COVID - 19*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://gnews.apps.go.th/news?news=76287>
- กรมสรรพากร. (2564ข). *ประกาศอธิบดีกรมสรรพากรเกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ 401) เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์* *วิธีการ และเงื่อนไข เพื่อการยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับเงินได้เท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อหน่วยลงทุนและการถือ* *หน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ*. ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2564, จาก https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/dg401.pdf
- กรมสรรพากร. (2564ค). *พระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 735)* *พ.ศ.2564*. ค้นเมื่อ 21 มกราคม 2565, จาก https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/dc735.pdf
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). *อัปเดต 'สรรพากร' กับ 4 มาตรการลดภาระ 'ภาษี' ช่วง 'โควิด-19'*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/937505>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). *กรม.ไฟเขียวของขวัญปีใหม่ ข้อปดมีคืน ลดภาษีสูงสุด 3 หมื่นบาท ใช้ 1 มกราคม - 15* *กุมภาพันธ์ 2565*. ค้นเมื่อ 21 มกราคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/978461>
- โชคชัย เดชรอด. (2564). *การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี*. *วารสาร* *วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(4), 53 – 66.
- ณัฐกานต์ นาโคเทศ และ ฉันทิชา บัวศรี. (2563). *ศึกษาความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้* *บุคคลธรรมดาของประชาชน ในตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. *วารสารเศรษฐศาสตร์และ* *บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 12(2), 97 – 112.
- ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล. (2564). *พฤติกรรมทางภาษี ปัญหาการเสียภาษี และการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา*. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 8(1), 113 – 130.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปรีศดาพร บุญนาค และ ฉัตรพล มณีกุล. (2561). *คุณลักษณะของผู้บริหารที่มีความสัมพันธ์กับการวางแผนภาษีอากร* *กรณีศึกษาบริษัทจำกัดในเขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2564, จาก [https://www.sau.ac.th/graduate/PDF_Research/ResearchAJ/Research-%20\(31\).pdf](https://www.sau.ac.th/graduate/PDF_Research/ResearchAJ/Research-%20(31).pdf)
- พรณเพ็ญ สิทธิพัฒนา. (2560). *ความคาดหวังของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีต่อรายการหักลดหย่อนทาง* *ภาษี (รายงานการวิจัย)*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- โพสต์ทูเดย์. (2564). *การประเมินผลกระทบเศรษฐกิจจากพิษโควิด-19*. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/columnist/656115>

- วราพร เปรมพณิชยกุล. (2561). ผลกระทบของความรอบรู้ในการวางแผนภาษีที่มีต่อประสิทธิภาพการวางแผนภาษีของผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11(1), 106-123.
- วรรณวรางค์ จันทราต และ ดารณี เอื้อชนะจิต. (2558) พฤติกรรมการลดหย่อนภาษีส่งผลต่อการประหยัดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของข้าราชการกรมคุมประพฤติ สำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร กระทรวงยุติธรรม (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ และ พรทิพา แสงเขียว. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้ในเขตภาคตะวันออก. *วารสารรัฐศาสตร์*, 15(41), 200-214.
- ศิริรัตน์ พวงแสงสุข รัตนพร พิทักษ์มวชน และไพสรณ์ สูงสมบัติ. (2561). *ความรู้ ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ศูนย์ข้อมูล COVID-19. (2564). *สถานการณ์ COVID-19 ในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.facebook.com/informationcovid19/>
- สถานีข่าวกระทรวงการคลัง. (2564). *มาตรการด้านภาษีและค่าธรรมเนียมเพื่อบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในปี 2564*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.facebook.com/MoFNewsStationThailand/posts/1584328141772496/>
- สถานีข่าว TNN ช่อง 16. (2564). *เช็กเลย! มาตรการภาษีบรรเทาผลกระทบโควิด-19 ระลอก 3 มีอะไรบ้าง?*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/80168/>
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่น. (2564). *มาตรการภาษีบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://radiokhonkaen.prd.go.th/th/content/article/detail/id/682/iid/41810>
- สมเดช โรจน์ศรีเสถียร และคณะ. (2561). *สุดยอดกลยุทธ์การวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคล*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมนิติ เพรส จำกัด.
- สุเทพ พงษ์พิทักษ์. (2564). *การวางแผนภาษีอากรกับการหลบหลีกและการหลีกเลี่ยงภาษีอากร*. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2566, จาก https://www.facebook.com/Suthep.Pongpitak/photos/a.606417289409251/4446874922030116/?type=3&locale=th_TH
- สำนักงานคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). *วางแผนภาษี*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก https://www.set.or.th/education/th/start/start_start_3_7.pdf.
- สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี. (2564). *ขยายเวลายุติภาษีมูลค่าเพิ่ม ยา-เครื่องมือแพทย์ผู้โควิด-19 ที่นำเข้าเพื่อบริจาค*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.pmda.go.th/ขยายเวลายุติภาษีมูลค่าเพิ่ม/>
- สำนักงานประกันสังคม. (2564) *กรม. เห็นชอบลดอัตราเงินสมทบจากร้อยละ 3 เหลือ 0.5 ช่วยลูกจ้างฝ่าวิกฤตโควิด-19*. ค้นเมื่อ 26 กันยายน 2566, จาก <https://www.facebook.com/ssofanpage/photos/a.105303622881804/3694404743971656/?type=3>
- สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ กองโรคไม่ติดต่อกรมควบคุมโรค. (2564). *รายงานผลการทบทวนผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมจากการระบาดของโรคโควิด-19 ในระดับโลกและในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/publish/1177420210915075055.pdf>

สิริมา บุรณัฏฐกุล ธนาศักดิ์ ชัยกระโทก และอัจฉรา ชินนิยมพาณิชย์. (2563). *ความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี*. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 5, มหาวิทยาลัยราชธานี, 252-262.

Amadasun, A. B., & Igbinosa, S. O. (2011). Strategies for effective tax planning. *Franklin Business and Law Journal*, 14(2), 51-64.

Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making*. 4th ed. USA : John Wiley and Sons.

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons.

Hoffman, W. H. (1961). The Theory of Tax Planning. *The Accounting Review*, 36(2), 274-281.

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

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York : McGraw –Hill.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijs research*, 2, 49–60.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Causal Factors Affecting Quality of the Financial Reporting of Small and
Medium Enterprises in the Northeast Region

ธาริณี อังค์ยศ* และ สมทรง คันทนน²

Tharinee Aungyot* and Somsong Khanthanatee²

Received : May 19, 2023 Revised : August 25, 2023 Accepted : August 28, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของปัจจัยการควบคุมภายใน ปัจจัยกลยุทธการบริหาร ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน และ 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการควบคุมภายในและปัจจัยกลยุทธการบริหารที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยมีปัจจัยหลักธรรมาภิบาลเป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 397 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และใช้สถิติการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า แบบจำลองปัจจัยการควบคุมภายใน กลยุทธการบริหาร และหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าไค-สแควร์ = 137.566 ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ p-value = 0.758

การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง พบว่า การควบคุมภายใน กลยุทธการบริหาร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อหลักธรรมาภิบาล และคุณภาพรายงานทางการเงินยังได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากกลยุทธการบริหาร หลักธรรมาภิบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อม พบว่า คุณภาพรายงานทางการเงินได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการควบคุมภายในผ่านตัวแปรคั่นกลางหลักธรรมาภิบาล และยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากกลยุทธการบริหารผ่านตัวแปรคั่นกลางหลักธรรมาภิบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : การควบคุมภายใน กลยุทธการบริหาร หลักธรรมาภิบาล คุณภาพรายงานทางการเงิน

^{1,2} อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

² Lecturer, Accounting, Faculty of Business Administration Vongchavalitkul University

* Corresponding author E-mail: Tharinee_aun@vu.ac.th

Abstract

The objectives of this paper were to: 1) develop a model of causal factors affecting the quality of financial reporting of SMEs in the Northeast region, 2) analyze the direct effect of internal control, management strategy, and good governance factors on financial reporting quality, and 3) analyze the indirect effects of internal control, management strategy, and good governance factors on financial reporting quality through the mediating variable of good governance factors. 397 questionnaires were used in the study, which were analyzed using Inferential Statistics: Structure Equation Model.

The findings of the study look at a model of internal control, management strategy, and good governance factors that influence the financial reporting quality of SMEs businesses in the Northeast. Chi-Square = 137.566: no statistical significance, p-value = 0.758.

Internal Control and Management Strategy had a positive direct effect on good governance, and management strategy and good governance had a positive direct effect on quality of financial reporting at a Statistical Significance level of 0.01. The confirmatory test of indirect effect found that the quality of financial reporting was indirectly influenced by internal control through the mediation variable good governance, and indirectly influenced by management strategy through the mediation variable good governance, at a statistical significance level of 0.01.

Keywords : Internal Control, Management Strategy, Good Governance, Quality of the Financial Reporting

1. บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ (Bianchi, Glavas, & Mathews, 2017) เนื่องจาก SMEs มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ (Azarloo et al., 2017) GDP SMEs ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเติบโตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา (Aigbodua & Oisamoje, 2013; Akinwale, 2018; Ogunyomi & Bruning, 2016) สำหรับประเทศไทย กลุ่มธุรกิจ SMEs เป็นหน่วยเศรษฐกิจสำคัญที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ เป็นหน่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ การจ้างงานของ SMEs ยังมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 82 และมีสัดส่วนของ GDP ที่มาจาก SMEs คิดเป็นถึงร้อยละ 42 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: สสว, 2560) และ ไตรมาสแรกของปี 2564 ลดลงร้อยละ 2.50 โดยลดลงน้อยกว่าไตรมาสก่อนที่ลดลงร้อยละ 7.10 มีมูลค่า 1,411,676 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP รวมทั้งประเทศเท่ากับร้อยละ 34.70 เป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ทั้งภายในประเทศและทั่วโลก (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) ซึ่งจะเห็นได้ว่า SMEs เป็นพลังเสริมสร้างศักยภาพในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม SMEs ยังมีอีกหนึ่งปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs ไทย คือ ความยุ่งยากในการติดต่อกับภาครัฐและสถาบันการเงิน คือ ปัญหาด้านการจัดทำรายงานทางการเงิน (สสว, 2564) SMEs ยังขาดทักษะในการจัดทำรายงานทางการเงินตามกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (Conceptual

Framework for Financial Reporting) ซึ่งคุณภาพของรายงานทางการเงิน เป็นการแสดงถึงฐานะทางการเงินขององค์กร และควรเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี ประกอบด้วย 5 ด้าน ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความสามารถเปรียบเทียบได้ ความสามารถเข้าใจได้ และความน่าเชื่อถือ (สมภาวิชาติพิบูลย์ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563) ทำให้ภาครัฐต้องมีมาตรการออกมาสสนับสนุนธุรกิจ SMEs อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีอากรอย่างถูกต้อง สนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีศักยภาพสามารถเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น และยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน โดยผลักดันให้ SMEs เป็นแรงขับเคลื่อนหลักให้แก่เศรษฐกิจไทย จำเป็นต้องอาศัยการปรับตัวของทุกภาคส่วนทั้งจากภาครัฐ สถาบันการเงิน และผู้ประกอบการ SMEs ที่พร้อมใจกันปรับตัวเพื่อสร้างสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตภายใต้บริบทของโลศยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ในขณะที่ธุรกิจ SMEs จะประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจ ส่วนหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย ได้แก่ พนักงาน เจ้าหนี้ ลูกหนี้ คู่แข่งขัน ชุมชน ที่ตั้งบริษัทอยู่ในสภาพแวดล้อม และอื่น ๆ โดยการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยความเป็นธรรมจะเป็นรากฐานที่สำคัญให้ SMEs เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพด้วยกลไกการกำกับดูแลกิจการ ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม และหลักความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถตรวจสอบได้ตามหลักธรรมาภิบาล (ศิริวรรณ พลแก้ว, 2566) ซึ่งหลักธรรมาภิบาลถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารงานในทุกประเภท การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจจึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการดูแลธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรนำไปปฏิบัติให้ได้มากที่สุด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) และกลไกการกำกับดูแลกิจการ มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินขององค์กร (Charl & Ruth, 2020; Sarapee, Somnuk, & Supit, 2020) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร และการปรับตัวของ SMEs เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานที่มีความซับซ้อน จำเป็นต้องมีการนำเครื่องมือมาใช้ในการวิเคราะห์การบริหารขององค์กรเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นแรงกดดันจากภายในหรือภายนอกประเทศ นั่นคือ แบบจำลอง 7's McKinsey (Peters & Waterman, 1982) ประกอบด้วย กลยุทธ์ โครงสร้าง รูปแบบ ระบบและขั้นตอน พนักงาน ทักษะ และค่านิยมร่วม ซึ่งสามารถวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ โดยสะท้อนถึงคุณภาพรายงานทางการเงิน (Gokdeniz, Kartal, & Komurcu, 2017) อย่างไรก็ตาม การควบคุมภายในก็เป็นอีกเครื่องมือที่ถูกนำมาช่วยในการบริหารงานและเป็นกลไกพื้นฐานที่สำคัญของกระบวนการกำกับดูแลและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในหน่วยงาน เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความเชื่อถือของรายงานทางการเงิน (วัชรวิศา คำอ้าย และ คณะ, 2566) ซึ่งองค์กรอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องมีการควบคุมภายในที่เหมาะสม (Kanapickiene, 2008) โดยใช้ระบบควบคุมภายในตามกรอบแนวคิดของ Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission: COSO (COSO, 2013) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร การติดตาม ซึ่งการควบคุมภายในที่มีประสิทธิผลนำไปสู่การนำเสนอการเงินที่มีคุณภาพ (Dumitrascu & Savulescu, 2012)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล การใช้เครื่องมือกลยุทธ์การบริหาร การควบคุมภายใน มีผลอย่างไรต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินหรือไม่ อย่างไร และด้วยผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) SMEs ที่ตั้งในการประกอบธุรกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้รับผลกระทบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.60 (สสว, 2564) และเพื่อให้ SMEs สามารถอยู่รอด มีการเข้าถึงแหล่งทุนทางการเงิน พร้อมยกระดับขีดความสามารถในการ

ดำเนินงานของ SMEs ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีการนำเสนอข้อมูลที่มีคุณภาพของรายงานทางการเงินให้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้การเงินกลุ่มต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการเติบโตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของปัจจัยการควบคุมภายใน ปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน

2.3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการควบคุมภายในและปัจจัยกลยุทธ์การบริหารที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยมีปัจจัยหลักธรรมาภิบาลเป็นตัวแปรคั่นกลาง

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดการควบคุมภายใน (Internal Control)

ระบบการควบคุมภายในเป็นพื้นฐานของการควบคุมกำกับดูแลที่ดีที่องค์กรหลาย ๆ องค์กรนำมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้กำหนดแนวทางการควบคุมภายในตามกรอบของ Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (COSO, 2013) ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้บริหารขององค์กรต่าง ๆ นำไปใช้เป็นกรอบในการออกแบบและสร้างระบบการควบคุมภายในให้องค์กรมีการควบคุมกำกับดูแลที่ดี (Good Governance) การควบคุมภายในตามแนว COSO (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2562) IFAC (2011) ให้ความหมายว่า การควบคุมภายในเป็นระบบหรือกระบวนการระบบทั้งหมดของการควบคุมภายในขององค์กร ระบบใดระบบหนึ่งของระบบการควบคุมภายในขององค์กร AkmeSe และ Gündoğan (2020) ได้สรุปว่า การใช้ระบบควบคุมภายในตามกรอบแนวคิดของ COSO ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการควบคุม (Control Environment) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) การติดตามและประเมินผล (Monitoring and Evaluation) ช่วยให้นั่นใจในประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน ระบบการควบคุมภายในที่ได้รับการปฏิบัติอย่างดีเป็นเครื่องมือในการปกป้องทรัพย์สิน ป้องกันการทุจริตและการสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น เป็นแนวทางสำหรับองค์กรในการปฏิบัติตามมาตรฐานที่ดีเพื่อจัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ผลการศึกษา Dumitrascu และ Savulescu (2012) พบว่า การควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่การนำเสนอการเงินที่มีคุณภาพ ส่วน Eko และ Eko (2012) พบว่า การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาล และ Inaam (2015) พบว่า องค์กรประกอบการควบคุมภายในเสริมสร้างความเข้มแข็งหลักธรรมาภิบาลของบริษัท

3.2 แนวคิด ทฤษฎีกลยุทธ์การบริหาร 7's (McKinsey)

เครื่องมืออย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์การบริหารองค์กร คือ แบบจำลอง 7's McKinsey ซึ่งเป็นแบบจำลองที่สามารถนำไปใช้ในการบริหารงานขององค์กร ที่จะช่วยให้การบริหารองค์กรมีความเป็นเลิศมากยิ่งขึ้น เป็นการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาของบริษัท McKinsey ซึ่งเป็นที่ปรึกษาธุรกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ผลของการ

ค้นคว้าวิจัยได้บ่งชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ หรือการบริหารงานที่สัมฤทธิ์ผลนั้น ขึ้นอยู่กับตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันอย่างน้อยที่สุด 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) กลยุทธ์ (Strategy) 2) โครงสร้าง (Structure) 3) ระบบ (System) 4) รูปแบบการบริหาร (Style) 5) พนักงาน (Staff) 6) ทักษะ (Skill) และ 7) ค่านิยม (Shared Value) (Peters & Waterman, 1982) ซึ่งแต่ละปัจจัยแบบจำลอง 7's McKinsey (McKinsey 7's Framework) จะต้องเป็นไปอย่างสอดคล้องและสัมพันธ์กัน การเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ ต้องเป็นไปพร้อม ๆ กัน องค์กรที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ มีทักษะ ความรู้ ความชำนาญในการทำงาน และมีทัศนคติที่ดีขององค์กร สร้างค่านิยมที่เจ้านายองค์กรไปสู่เป้าหมายสูงสุดร่วมกัน ผลงานขององค์กรย่อมจะเป็นงานที่มีประสิทธิภาพและได้งานที่มีผลสัมฤทธิ์สูงสุด

ผลการศึกษา Njeru, Awino และ Adwet (2017) พบว่า กลยุทธ์ 7's มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพรายงานทางการเงิน และ Gokdeniz, Kartal และ Komurcu (2017) พบว่าแบบจำลอง 7's McKinsey สามารถวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ โดยสะท้อนถึงคุณภาพรายงานทางการเงิน

3.3 แนวคิด ทฤษฎีหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)

ธรรมาภิบาลเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องตระหนักและให้ความสำคัญ เพราะการประกอบธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลนั้นย่อมได้รับความเชื่อถือ ความไว้วางใจจากลูกค้า ผู้บริโภค สินค้าและบริการ ช่วยจัดการความเสี่ยงได้ในระดับหนึ่ง และยังช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย พร้อมมีเอกสารที่สามารถตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องและโปร่งใสได้ ดังนั้นธรรมาภิบาลที่ดีสำหรับธุรกิจ SMEs เป็นกระบวนการกิจกรรม หรือกลไกที่กระทำเพื่อให้เกิดการจัดการที่ดีในธุรกิจ เพื่อเป็นการเสริมสร้างและจัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่ดีในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และปรับใช้เป็นแนวทางการกำกับดูแลที่ดีสำหรับ SMEs ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม และทำการสังเคราะห์วรรณกรรม ได้องค์ประกอบของหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) มีตัวแปรที่วัดหลักธรรมาภิบาลที่เห็นชัดเจนมี 5 ปัจจัย ได้แก่ หลักนิติธรรม (The Rule of Law) หลักคุณธรรม (Morality) หลักความโปร่งใส (Transparency) หลักการมีส่วนร่วม (Participation) และหลักความรับผิดชอบ (Responsibility)

ผลการศึกษา สุรพล ลอยใหม่ และ ไชยา ยิ้มวิไล (2562) ยังพบว่า กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบงาน รูปแบบการบริหาร การมีส่วนร่วมของบุคลากร ทักษะบุคลากร ค่านิยมร่วมองค์กร มีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาลในระดับสูง และ ไชยา ยิ้มวิไล สมชาย ภคภาสนวิวัฒน์ และ สุรัชย์ ศิริไกร (2562) พบว่า ปัจจัยด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านผู้นำและการนำองค์กร ด้านการควบคุม ติดตามและตรวจสอบ และด้านทักษะ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3.4 แนวคิด ทฤษฎีคุณภาพรายงานทางการเงิน (Financial Reporting)

การจัดทำงบการเงินของกิจการที่มีส่วนได้เสียสาธารณะ (Publicly Accountable Entities: PAEs) ในประเทศไทยใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standards: IFRS) โดยรายงานทางการเงิน หมายถึง การนำเสนอฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการอย่างมีแบบแผน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินกลุ่มต่าง ๆ และแสดงถึงผลการบริหารงานของฝ่ายบริหารของกิจการ เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรของกิจการ ดังนั้น คุณภาพของรายงานทางการเงิน หมายถึง ลักษณะของข้อมูลทางการเงินที่มีประโยชน์ (Qualitative Characteristics of Useful Financial Information) ต่อผู้ใช้ข้อมูลในรายงานทางการเงินลักษณะเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยคุณภาพของรายงานทางการเงินจากกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน ปรับปรุง

2562 (The Conceptual Framework for Financial Reporting) สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (2563), FASB (2013) และ Kanakriyah (2016) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) ความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) ความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) และความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ผลการศึกษา สิริพรรณ โกลรัตน์มงคล และ พิเชษฐ ใสภาพงษ์ (2563) พบว่า ปัจจัยระบบการควบคุมภายในส่งผลต่อลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐานและลักษณะเชิงคุณภาพเสริมของรายงานทางการเงินของวิสาหกิจในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ ดลยา ไชยวงศ์ พัชรินทร์ สารมาท และ สัตยา ตันจันทรพงศ์ (2022) พบว่า ระดับการควบคุมภายในไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของรายงานการเงิน

อย่างไรก็ตาม Sarah และ Khalid (2020) ศึกษาถึงผลกระทบของกลไกการกำกับดูแลกิจการที่มีผลคุณภาพงบการเงินของบริษัท และความจำเป็นในการทำรายงานทางการเงินที่โปร่งใสและมีคุณภาพ ต้องมีกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีประสิทธิภาพเพื่อจะได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวส่งผลให้มีความมั่นคงทางการเงินและเศรษฐกิจ Charl และ Ruth (2020) และ Sarapee, Somnuk, และ Supit (2020) พบว่า การรายงานการกำกับดูแลกิจการ กลไกการกำกับดูแลกิจการ มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินขององค์กร

3.5 การพัฒนาสมมติฐานและกรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1: ปัจจัยการควบคุมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน

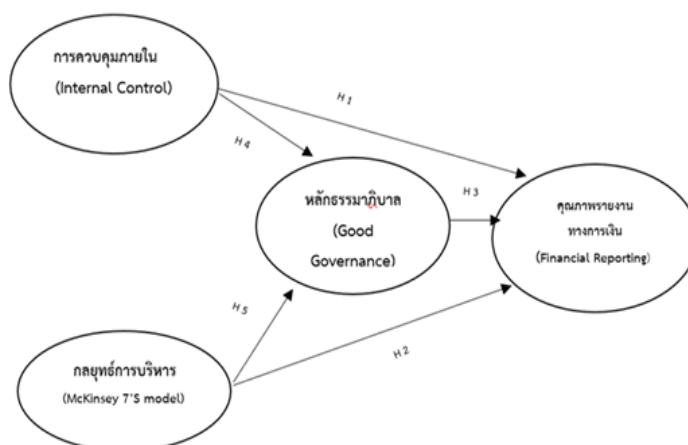
สมมติฐานการวิจัยที่ 2: ปัจจัยกลยุทธ์การบริหารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3: ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4: ปัจจัยการควบคุมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยหลักธรรมาภิบาล

สมมติฐานการวิจัยที่ 5: ปัจจัยกลยุทธ์การบริหารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยหลักธรรมาภิบาล

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดการวิจัย



4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยแบบหาสาเหตุ (Causal Research) เพื่อพิสูจน์สมมติฐานและยืนยันทฤษฎี จากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาเป็นตัวแทนของประชากร

4.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร หัวหน้าผู้จัดการ หัวหน้า ของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ทั้งหมด 20 จังหวัด จำนวน 74,817 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง 2 จังหวัด คือ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดขอนแก่น เนื่องจาก มีจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ที่มีจำนวนมากในลำดับแรก และลำดับรอง โดยจังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางความเจริญของอีสานตอนล่าง จำนวน 14,316 ราย และจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางความเจริญของอีสานตอนบน จำนวน 10,496 ราย และการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และกำหนดจำนวนตัวอย่างตามขนาดของกลุ่มตามสัดส่วนประชากร

ในการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เนื่องจากตัวแปรที่สังเกตได้มีจำนวนทั้งสิ้น 22 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 20 เท่าของตัวแปรที่สังเกตได้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2557) หรือเท่ากับ 440 คน และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอและเป็นตัวแทนที่ดีจึงได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 (Hair et al., 2019) จึงได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 484 ตัวอย่าง

4.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) มีจำนวน 6 ข้อ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ตำแหน่ง ประเภทธุรกิจ เวลาการประกอบธุรกิจ รายได้ของกิจการรวมเฉลี่ยต่อปี

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการควบคุมภายใน ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ สภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามประเมินผล มีจำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบ รูปแบบการบริหาร พนักงาน ทักษะ และค่านิยม มีจำนวน 23 ข้อ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยหลักธรรมาภิบาล ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม และหลักความรับผิดชอบ มีจำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความสามารถเปรียบเทียบได้ ความสามารถเข้าใจได้ และความน่าเชื่อถือ มีจำนวน 22 ข้อ

โดยส่วนแบบสอบถามส่วนที่ 2,3,4 และ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติ ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale) ตามมาตราวัด 5 ระดับ (Likert, 1961) โดยกำหนดค่าน้ำหนักการตอบแบบสอบถาม ดังนี้ คะแนน 5 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คะแนน 4 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติมาก คะแนน 3 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติปานกลาง คะแนน 2 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติน้อย คะแนน 1 หมายถึงมีระดับการปฏิบัติน้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Question) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อวัดความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item-Objective Congruence: IOC) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งสอดคล้องกับ Rovinelli และ Hambleton (1977) จากนั้นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ชุด (Try out) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงจะถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ ด้วยวิธีการของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach, 1990) ได้ค่าอำนาจจำแนกรายการด้านอยู่ในช่วง 0.920 – 0.949 ซึ่งสรุปได้ว่าผ่านเกณฑ์การทดสอบคุณภาพ

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลและจริยธรรมการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้ Google Forms ไปยังกลุ่มตัวอย่าง ได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวน 397 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 82.03 การเก็บแบบสอบถามโดยคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ การสมัครใจเข้าร่วม การรักษาความลับ และนำเสนอในภาพรวม

4.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ส่วนที่ 1 ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 3 4 และ 5 เป็นการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาตามตาราง 1

5. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 231 คน (ร้อยละ 58.20) มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 3 ปี จำนวน 186 คน (ร้อยละ 46.90) มีตำแหน่งผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ จำนวน 186 คน (ร้อยละ 46.90) เป็นประเภทรูทกิจบริการ จำนวน 157 คน (ร้อยละ 39.50) มีการประกอบธุรกิจเป็นเวลา 1 – 3 ปี จำนวน 172 คน (ร้อยละ 43.30) ซึ่งมีรายได้ของกิจการรวมเฉลี่ยต่อปีน้อยกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 283 คน (ร้อยละ 71.30)

5.2 ผลการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการศึกษา พบว่า ค่าดัชนีทั้ง 9 ตัว ที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square: χ^2) = 137.556 ไม่มีนัยสำคัญ (Insignificant) p-value = 0.758 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square) = 0.917 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) = 0.970 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.950 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเกณฑ์ (NFI) = 0.984 ค่าดัชนีที่ปรับปรุงมาจากดัชนี NFI (CFI) = 1.000 ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.000 ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (RMR) = 0.004 แสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ซึ่งปัจจัยการควบคุมภายใน ปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร และปัจจัยหลักธรรมาภิบาล สามารถร่วมกันอธิบายปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงินได้ร้อยละ 90 ($R^2 = 0.90$) ดังแสดงตามตาราง 1 และรูปภาพประกอบ 2

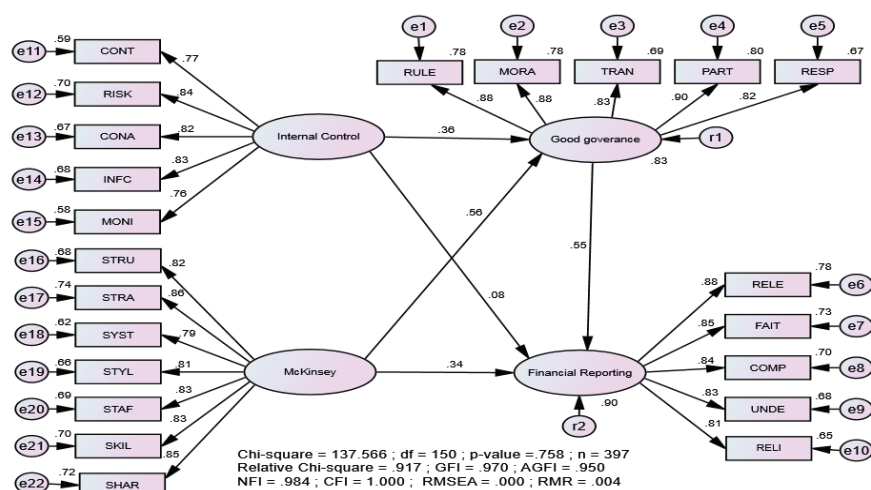
ตาราง 1 เกณฑ์การพิจารณาข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าดัชนีและผลบ่งชี้ โมเดลสมการโครงสร้างแบบจำลอง

การประเมินความสอดคล้องของโมเดล	เกณฑ์การพิจารณา	ข้อมูลเชิงประจักษ์	
		ค่าดัชนี	ผลบ่งชี้
Chi-square (χ^2)	Insignificant	137.566	สอดคล้องดี
p-value	≥ 0.05	0.758	ผ่านเกณฑ์
Relative Chi-Square (137.566/150)	< 2.00	0.917	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.95	0.970	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.95	0.950	ผ่านเกณฑ์
NFI	> 0.95	0.984	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	1.000	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.000	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	0.004	ผ่านเกณฑ์

ที่มา : Diamantopoulos และ Siguaw (2000)

รูปภาพประกอบ 2

โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หลังปรับโมเดล



5.3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของปัจจัยการควบคุมภายใน ปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร มีค่าอิทธิพลทางตรง $\beta = 0.56$ รองลงมาปัจจัยการควบคุมภายใน มีค่าอิทธิพลทางตรง $\beta = 0.36$ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ของหลักธรรมาภิบาล เท่ากับ 0.83 ($p < 0.01$) ซึ่งปัจจัยกลยุทธ์การบริหารและปัจจัยการควบคุมภายในสามารถอธิบายปัจจัยหลักธรรมาภิบาลได้ร้อยละ 83 ($R^2 = 0.83$) ส่วนคุณภาพรายงานทางการเงินได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากหลักธรรมาภิบาล มีค่าอิทธิพลทางตรง $\beta = 0.55$ รองลงมาปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร มีค่าอิทธิพลทางตรง $\beta = 0.34$ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ส่วนปัจจัยการควบคุมภายในไม่มีอิทธิพลทางตรง $\beta = 0.08$ ต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

5.4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการควบคุมภายในและปัจจัยกลยุทธ์การบริหารที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยมีปัจจัยหลักธรรมาภิบาลเป็นตัวแปรคั่นกลาง

ผลการศึกษา พบว่า อิทธิพลของปัจจัยกลยุทธ์การบริหารผ่านปัจจัยหลักธรรมาภิบาลมีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน มีค่าอิทธิพลทางอ้อมสูงสุดเท่ากับ 0.31 รองลงมาอิทธิพลของปัจจัยการควบคุมภายในผ่านตัวแปรหลักธรรมาภิบาลมีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน มีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.20 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

โดยภาพรวมมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ที่มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน เท่ากับ 0.90 ($p < 0.01$) ซึ่งปัจจัยการควบคุมภายใน ปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร ปัจจัยหลักธรรมาภิบาล สามารถร่วมกันอธิบายปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงินได้ร้อยละ 90 ($R^2 = 0.90$)

ตาราง 2 ค่า Standardized Regression Weights และผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	เส้นทาง (Path Analysis)	สัมประสิทธิ์ เส้นทาง	S.E.	t-value	p-value	ผลการ ทดสอบ
H1	IC --► FR	0.08	0.098	0.810	0.418	ปฏิเสธ
H2	MK --► FR	0.34**	0.031	3.556	0.00**	ยอมรับ
H3	GG --► FR	0.55**	0.074	7.315	0.00**	ยอมรับ
H4	IC --► GG	0.36**	0.104	3.670	0.00**	ยอมรับ
H5	MK --► GG	0.56**	0.033	5.620	0.00**	ยอมรับ

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.5 ผลการทดสอบสมมติฐานโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากตาราง 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยการควบคุมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการควบคุมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงินโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.08 ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.098 มีค่า t-value เท่ากับ 0.810 ค่า p-value เท่ากับ 0.418 > 0.05 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยกลยุทธ์การบริหารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยกลยุทธ์การบริหารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.34 ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.031 มีค่า t-value เท่ากับ 3.556 ค่า p-value เท่ากับ 0.00 < 0.01 ตัวแปรปัจจัยกลยุทธ์การบริหารร่วมอธิบายอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงินได้ร้อยละ 34 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงินโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.55 ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.074 มีค่า t-value เท่ากับ 7.315 ค่า p-value เท่ากับ $0.00 < 0.01$ ตัวแปรปัจจัยหลักธรรมาภิบาลร่วมอธิบายอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงินได้ร้อยละ 55 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยการควบคุมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยหลักธรรมาภิบาล

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการควบคุมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยหลักธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.36 ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.104 มีค่า t-value เท่ากับ 3.670 ค่า p-value เท่ากับ $0.00 < 0.01$ ตัวแปรปัจจัยการควบคุมภายในร่วมอธิบายอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยหลักธรรมาภิบาลได้ร้อยละ 36 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยกลยุทธ์การบริหารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยหลักธรรมาภิบาล

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยกลยุทธ์การบริหารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยหลักธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.56 ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.033 มีค่า t-value เท่ากับ 5.620 ค่า p-value เท่ากับ $0.00 < 0.01$ ตัวแปรปัจจัยกลยุทธ์การบริหารร่วมอธิบายอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยหลักธรรมาภิบาลได้ร้อยละ 56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

5.6 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาผลการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าดัชนีทั้ง 9 ตัว ที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างของโมเดลปัจจัยการควบคุมภายใน กลยุทธ์การบริหาร หลักธรรมาภิบาล ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความเหมาะสมและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีความสอดคล้องกับ Dumitrascu และ Savulescu (2012) การควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่การนำเสนอของงบการเงินที่มีคุณภาพ ลดความเสี่ยงในการควบคุมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้เสีย และ Inaam (2015) องค์ประกอบของการควบคุมภายใน สภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม ข้อมูลและการสื่อสาร การติดตามและประเมินความเสี่ยง เสริมสร้างความเข้มแข็งหลักธรรมาภิบาลของบริษัท มีความสอดคล้องกับ Gokdeniz, Kartal, และ Komurcu (2017) ศึกษาถึงการประเมินกลยุทธ์ขององค์กร โดยใช้แบบจำลอง 7's McKinsey ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ โครงสร้าง รูปแบบ ระบบและขั้นตอน ทักษะ ค่านิยมร่วม และพนักงาน สามารถวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ โดยสะท้อนถึงคุณภาพรายงานทางการเงิน มีความสอดคล้องกับ สุพหล ลอยใหม่ และ ไชยา ยิ้มวิไล (2562) ยังพบว่า กลยุทธ์องค์การ โครงสร้างองค์การ ระบบงาน รูปแบบการบริหาร การมีส่วนร่วมของบุคลากร ทักษะบุคลากร ค่านิยมร่วมองค์กร มีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาลในระดับสูง มีความสอดคล้องกับ Eko และ Eko (2012) พบว่า การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาล มีความสอดคล้องกับ Sarah และ Khalid (2020) ศึกษาถึงผลกระทบของกลไกการกำกับดูแลกิจการที่มีผลคุณภาพงบการเงินของบริษัท และความจำเป็นในการทำรายงานทางการเงินที่โปร่งใสและมีคุณภาพ ต้องมีกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีประสิทธิภาพเพื่อความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวส่งผลให้มีความมั่นคงทางการเงินและเศรษฐกิจ แต่ไม่มีความสอดคล้องกับ ดลยา ไชยวงศ์ และคณะ (2022) พบว่า ระดับการควบคุมภายในไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของรายงานการเงิน อาจเป็นเพราะการนำระบบการควบคุมภายในเข้ามาใช้สำหรับ SMEs ทั้งหลักการ แนวคิด รวมถึงวิธีปฏิบัติ มีกระบวนการขั้นตอนที่ยังยากซับซ้อน

ซึ่งอาจไม่เหมาะสำหรับ SMEs การนำระบบการควบคุมภายในมาใช้ในธุรกิจ ทำให้กระบวนการทำงานมีความคล่องตัวลดลง

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของปัจจัยการควบคุมภายใน ปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน พบว่า ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร รองลงมาปัจจัยการควบคุมภายใน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งปัจจัยกลยุทธ์การบริหารและปัจจัยการควบคุมภายในสามารถอธิบายปัจจัยหลักธรรมาภิบาลได้ร้อยละ 83 มีความสอดคล้องกับ สุรพล ลอยใหม่ และ ไชยา ยัมวิไล (2562) และ ไชยา ยัมวิไล และคณะ (2562) พบว่า กลยุทธ์องค์การ โครงสร้างองค์การ ระบบงาน รูปแบบการบริหาร การมีส่วนร่วมของบุคลากร ทักษะบุคลากร ค่านิยมร่วมองค์การ มีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาลในระดับสูง มีความสอดคล้องกับ Eko และ Eko (2012) พบว่า การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาล

ส่วนคุณภาพรายงานทางการเงินได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากหลักธรรมาภิบาล รองลงมาปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีความสอดคล้องกับ Charl และ Ruth (2020) ; Sarapee, Somnuk และ Supit (2020) และ Sarah และ Khalid (2020) พบว่า กลไกการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพรายงานทางการเงิน และความจำเป็นในการทำรายงานทางการเงินที่โปร่งใสและมีคุณภาพ ต้องมีกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีประสิทธิภาพเพื่อจะได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวส่งผลให้มีความมั่นคงทางการเงินและเศรษฐกิจ และมีความสอดคล้องกับ Njeru, Awino และ Adwet (2017) พบว่า กลยุทธ์ 7's มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพรายงานทางการเงิน

แต่ปัจจัยการควบคุมภายในไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีความสอดคล้องกับ ดลยา ไชยวงศ์ และคณะ (2022) พบว่า ระดับการควบคุมภายในไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของรายงานการเงิน แต่ไม่มีความสอดคล้องกับ สิริพรรณ โกมลรัตน์มงคล และ พิเชษฐ โสภางษ์ (2563) พบว่า ปัจจัยระบบการควบคุมภายในส่งผลต่อลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐานและลักษณะเชิงคุณภาพเสริมของรายงานทางการเงินของวิสาหกิจในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะความแตกต่างของขนาดองค์กรที่มีขนาดเล็ก ขนาดกลาง มีความแตกต่างไปจากองค์กรขนาดใหญ่ที่มีการปฏิบัติตามการควบคุมภายในตามแนวทาง COSO และ SMEs ยังคงมาใช้บริการสำนักงานบัญชี เพราะสำนักงานบัญชีจะมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานรายงานทางการเงินจากสภาวิชาชีพบัญชี และเกณฑ์การเสียภาษีอย่างสม่ำเสมอ SMEs ไม่ต้องระวังในเรื่องการยื่นภาษีที่อาจไม่ถูกต้อง หรืออาจต้องเสียค่าเบี้ยปรับเงินเพิ่มได้

อิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการควบคุมภายใน ปัจจัยกลยุทธ์การบริหารที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงินโดยมีปัจจัยหลักธรรมาภิบาลเป็นตัวแปรคั่นกลาง พบว่า ตัวแปรหลักธรรมาภิบาลเข้ามามีบทบาทส่งความสัมพันธ์จากปัจจัยการควบคุมภายในไปยังปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน คือ ปัจจัยการควบคุมภายในเป็นกระบวนการปฏิบัติงานขององค์กรจัดให้มีขึ้นเพื่อให้สามารถมั่นใจได้อย่างสมเหตุสมผลว่าเป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีทำให้เกิดหลักธรรมาภิบาล เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เกิดหลักธรรมาภิบาลขึ้นแล้วก็จะทำให้คุณภาพรายงานทางการเงินดีขึ้น ผลการศึกษาครั้งนี้ หากต้องการให้ธุรกิจ SMEs จัดทำคุณภาพรายงานทางการเงินดีขึ้น จะต้องสนับสนุนการสร้างปัจจัยการควบคุมภายในที่ดี ซึ่งสภาวะแบบนี้จะก่อให้เกิดหลักธรรมาภิบาลและส่งผลให้การจัดทำคุณภาพรายงานทางการเงินดีขึ้น มีความสอดคล้องกับแนวคิด Akmeşe และ Gündoğan (2020) และ Dumitrascu และ Savulescu (2012) ได้สรุปว่า การควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่การนำเสนอของการเงินที่มี

คุณภาพ มีความสอดคล้องกับ Inaam (2015) องค์ประกอบการควบคุมภายใน เสริมสร้างความเข้มแข็งหลักธรรมาภิบาลของบริษัท และมีความสอดคล้องกับ Sarapee, Somnuk และ Supit (2020) พบว่า กลไกการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพรายงานทางการเงิน

อย่างไรก็ตาม ยังพบว่า ตัวแปรหลักธรรมาภิบาลเข้ามามีบทบาทส่งความสัมพันธ์จากปัจจัยกลยุทธ์การบริหารไปยังปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงิน คือ ยิ่งมีความพร้อมด้านปัจจัยกลยุทธ์การบริหารจะยิ่งมีส่วนผลักดันให้มีการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลเพิ่มมากขึ้น เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เกิดหลักธรรมาภิบาลขึ้นแล้วก็จะทำให้คุณภาพรายงานทางการเงินดีขึ้น การศึกษาครั้งนี้หากต้องการให้ธุรกิจ SMEs จัดทำคุณภาพรายงานทางการเงินดีขึ้น จะต้องสนับสนุนการสร้างปัจจัยกลยุทธ์การบริหารที่ดี ซึ่งสภาวะแบบนี้จะก่อให้เกิดหลักธรรมาภิบาลและส่งผลให้การจัดทำคุณภาพรายงานทางการเงินดีขึ้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Peters และ Waterman (1982) ซึ่งแต่ละปัจจัยแบบจำลอง 7's McKinsey จะต้องเป็นไปอย่างสอดคล้องและสัมพันธ์กัน การเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ ต้องเป็นไปพร้อม ๆ กันที่จะนำองค์การไปสู่เป้าหมายสูงสุดร่วมกัน ผลงานขององค์การย่อมจะเป็นงานที่มีประสิทธิภาพและมีผลสัมฤทธิ์สูงสุด โดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยการควบคุมภายใน ปัจจัยกลยุทธ์การบริหาร ปัจจัยหลักธรรมาภิบาลสามารถร่วมกันอธิบายปัจจัยคุณภาพรายงานทางการเงินได้ร้อยละ 90

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.1.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในบริบทอื่น หรือตัวแปรอื่นที่มีส่วนสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับคุณภาพรายงานทางการเงิน เช่น ระบบสารสนเทศทางการเงิน การตรวจสอบภายใน ปัญหาและอุปสรรค ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน

6.1.2 ควรนำเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่น ๆ มาใช้เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ผลการวิจัยที่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

6.2.1 เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กร ผู้บริหาร ผู้ที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแล รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพมาก รวมถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในที่ดี กลยุทธ์การบริหาร และการส่งเสริมหลักธรรมาภิบาล ทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานและส่งผลให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น และเพื่อให้ข้อมูลทางการเงินสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

6.2.2 เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคต ตระวันออกเฉียงเหนือ ให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการในการใช้ข้อมูลมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). *รายชื่อนิติบุคคลจัดตั้งใหม่และเลิกปี 2564*. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2564, จาก

https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469412361

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). *คู่มือเกณฑ์มาตรฐานธรรมาภิบาล*. กระทรวงพาณิชย์. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2564, จาก https://www.dbd.go.th/download/article/article_20190402152234.pdf
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- ไชยา ยิ้มวิไล สมชาย ภคภาสนิวัฒน์ และ สุรัชย์ ศิริไกร. (2562). การพัฒนาความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดลำปาง. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์*, 19(1), 49-64.
- ดลยา ไชยวงศ์ พชรินทร์ สารมาท และสัตยา ตันจันทรพงศ์. (2022). ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพของการสอบบัญชีที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในและคุณภาพของรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 4(2), 85.
- วัชรรา คำอ้าย นฤนาถ ศรีภักย์วานิช วรพรรณ ตระการศิริพันธ์ และ ดุริยา สุขถมยา. (2566). ปัจจัยที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาของรัฐในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(3), 130-143.
- ศิริวรรณ พลแก้ว. (2566). ผลกระทบของความรู้ด้านบัญชีภาครัฐที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 15(1), 218-219.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). *ประกาศสภาวิชาชีพบัญชี ที่ 48/2563 เรื่อง กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน*. ค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2564, จาก www.tfac.or.th.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2562). *แนวทางธรรมาภิบาลของ ก.ล.ต. (Code of Governance)*. ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 4 พ.ศ. 2562. กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *รายงานภาวะเศรษฐกิจ*. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2564, จาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)*. ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SME. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=12>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). *บทสรุปผู้บริหารรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2564*. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210922171225.pdf
- สิริพรรณ โคมรัตน์มงคล และ พิเชษฐ์ โสภภาพงษ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 26(2), 46-60.
- สุรพล ลอยใหม่ และไชยา ยิ้มวิไล. (2562). การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารกิจการภาครัฐในหน่วยงานสาธารณสุขสามจังหวัดเขตภาคใต้ตอนบนของประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 8(2), 38 – 47.
- Aigbodua, J. E., & Oisamoje, M. D. (2013). Promoting small and medium enterprises in the Nigerian oil and gas industry. *European Scientific Journal*, 9(1), 244-261.
- Akinwale, Y. O. (2018). Empirical analysis of inbound open innovation and small and medium-sized enterprises' performance: Evidence from oil and gas industry. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 21(1), 1-9.

- Akmeşe, H., & Gündoğmuş, H. (2020). The role of internal control in hotel business: a research on five-star hotels. *Academic Review of Economics and Administrative Sciences*, 13(2), 227-241.
- Al-Khonain, S., & Al-Adeem, K. (2020). Corporate Governance and Financial Reporting Quality: Preliminary Evidence from Saudi Arabia Financial Markets. *Institutions and Risks*, 4(1), 109-116.
- Al-Zwyalif, I. (2015). The Role of Internal Control in Enhancing Corporate Governance: Evidence from Jordan. *International Journal of Business and Management*, 10(7), 57-66.
- Azarloo, M., Eshghiaraghi, M., Salehi, S. Y., Habibpoor, V., & Jahangiri, M. (2017). Factors Affecting Technological Entrepreneurship and Innovation in Small and Medium Enterprises (SMEs) and its Role in Countries' Economic Development. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 9(2), 197-209.
- Bianchi, C., Glavas, C., & Mathews, S. (2017). SME international performance in Latin America: The role of entrepreneurial and technological capabilities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 176-195.
- Charl de Villiers, Ruth Dimes. (2020). Determinants, mechanisms and consequences of corporate governance reporting: a research framework. *Journal of Management and Governance* (2021), 25, 7-26.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essential of Psychology Testing*. 5thed. New York : Harper and Row Publishers Inc.
- COSO. (2013). *Internal Control-Integrated Framework*. Retrieved on June 2, 2021, from <http://www.coso.org/guidance.htm>.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introduction to LISREL: A guide for the uninitiated*. London : SAGE Publications, Inc.
- FASB. (2013). *A Framework-Based Approach to Teaching Accounting Property, Plant, and Equipment*. Citing computer references. Retrieved May 2, 2021, Retrieved on June 5, 2021, from [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?Refere nceID=1496326](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?Refere nceID=1496326)
- Gokdeniz, I., Kartal, C., & Komurcu, K. (2017). Strategic Assessment based on 7S McKinsey Model for a Business by Using Analytic Network Process (ANP). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(6), 342-353.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- IFAC. (2011). *Global Survey on Risk Management and Internal Control*. Results, Analysis, and Proposed Next Steps, Published by the Professional Accountants in Business Committee.

- Kanakriyah, R. (2016). The Effect of Using Accounting Information Systems on The Quality of Accounting Information According to Users Perspective in Jordan. *European Journal of Accounting, Auditing and Finance Research*, 4(11), 58-75.
- Kanapickiene, R. (2008). State of internal control in Lithuanian enterprises. *Economics & Management*, 5(2), 47-55.
- Likert, R. (1961). *New Pattern of Management*. New York : McGraw-Hill.
- Mihaela, D., & Iulian, S. (2012). Internal Control and the Impact on Corporate Governance, in Romanian Listed Companies. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics* (2012), 1-10.
- Njeru, W. G., Awino, Z. B., & Adwet, K. (2017). Strategy Implementation: Mckinsey's 7s Framework Configuration and Performance of Large Supermarkets In Nairobi, Kenya. *Archives of Business Research*, 5(6), 1-17.
- Ogunyomi, P., & Bruning, N. S. (2016). Human resource management and OP of small and medium enterprises (SMEs) in Nigeria. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(6), 612-634.
- Peters, T. J., & Waterman, R. H. (1982). *In search of excellence: Lessons from America's best-run companies*. New York : Harper & Row.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sarapee, C., Somnuk, A., & Supit, R. (2020). The Influence of Corporate Governance Mechanism on the Integrated Financial Reporting and Investment Risk of Thai listed Companies. *Entrepreneurship and Sustainability Issues. Vsl Entrepreneurship and Sustainability Center*, 7(4), 2818-2831.
- Suyono, E., & Hariyanto, E. (2012). Relationship Between Internal Control, Internal Audit, and Organization Commitment with Good Governance: Indonesian Case. *China-USA Business Review*, 11(9), 1237-1245.



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

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้ส่งบทความโดยตรง

นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ

วารสารการบัญชีและการจัดการประสงค์จะรับบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทวิจารณ์หนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ วัตถุประสงค์บทความต้องการนำเสนอบทความที่มีคุณภาพที่สามารถแสดงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เพื่อที่จะให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้นบทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณากลับกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องและจะต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางด้านวิชาการและประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตของวารสารการบัญชีและการจัดการจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาคหรือจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ 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 : อยู่ถัดลงมาจากรายชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนา และใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (Corresponding Author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

ผู้เขียนสำหรับติดต่อ : รายละเอียดของผู้พิมพ์ 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) ให้จัดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อหาในคำสำคัญใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำสำคัญแต่ละคำ ให้ใส่เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างคำสำคัญแต่ละคำ

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 ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือตัวเลขที่นำเสนองานรูปภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบายเชิงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

3. บทความภาษาไทย

ชื่อเรื่อง : ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษรรวมเว้นวรรค ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากรายชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวปกติ และใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (Corresponding Author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

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

บทคัดย่อ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) : ให้จัดหัวเรื่องบทคัดย่อ ไว้กึ่งกลางของหน้ากระดาษ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อความในบทคัดย่อ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา หัวข้อคำสำคัญ (keywords) ไว้ชิดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อหาในคำสำคัญใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำสำคัญ ให้เว้นวรรคคำสำคัญแต่ละคำ

เนื้อหาในบทความ : หัวเรื่อง บทนำ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย วิธีการดำเนินงานวิจัย ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย สรุปผลการวิจัย เอกสารอ้างอิงให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับ คำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือ ตัวเลขที่นำเสนอในรูปภาพ 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 วิทยอุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดมและ 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 :

เว็บเพจ

ชวณะ ภวานันท์. (2548). ธุรกิจสปาไทยน่าก้าวไกลไปกว่านี้. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก
<http://www.buabusinessstg.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/Titlepage.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 ต้นฉบับที่เสนอมานี้ยังไม่เคยได้รับตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด ข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) ยอมรับหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีสิทธิ์ตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ตีพิมพ์ให้แก่ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ข้อคิดเห็นใดๆ ในต้นฉบับเป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) แต่เพียงฝ่ายเดียว”

ลงชื่อ..... วัน/เดือน/ปี.....

()

ผู้เขียนหลักชื่อแรก