

หลักสูตรระดับปริญญาเอก
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

หลักสูตรระดับปริญญาโท
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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



คณะการบัญชีและการจัดการ
MAHASARAKHAM BUSINESS SCHOOL



วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management ปีที่ 16 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2567 Volume 16 No. 3 July - September 2024

3

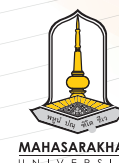


Journal of Accountancy and Management
วารสารการบัญชีและการจัดการ
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปีที่ 16 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2567

Volume 16 No. 3 July - September 2024

- 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลในประเทศไทย
กานต์สิริ รุ่งเรืองวงศ์ และ สมบูรณ์ สารพัด
- 21 การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของความรู้ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างงานและรายได้ตามความรู้
ความสามารถ ได้อย่างเหมาะสม
สุนันต์ พลศักดิ์ และ อุบลนดากร มูลเพ็ญ
- 36 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มผลไม้และสมุนไพรของเกษตรกรอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
ณัฐธิดา จุ่มปา วรรัตน์ ขยิการ ยุทธศิลป์ อนุทิน สุภักดิ์ เปี่ยมสูงวรรณกิจ และ กฤติภา นิเวรัตน์
- 54 ความสามารถทางดิจิทัลที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากรและบทบาทของความเป็นอิสระในงาน
ธรรมสรณ์ โปธารวรรณ และ วีโรจน์ เฉยภูาสักขณ
- 69 อิทธิพลนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์
ประเทศไทย
ฉัตรชัย อินทสิงห์ และ ปิยกุล วีโรจน์พิทยวงศ์
- 87 ผลกระทบของสมรรถนะผู้นำที่มีต่อประสิทธิภาพการจําหน่ายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ
ปณิดา ศรีวิไลย ณัฐวงศ์ พูนพล และ สุวรรณ หวังเจริญเดช
- 102 Effectiveness of Futures Contracts as Hedging Instruments for Rubber Price Risk: evidence from Thailand
Kuntornrat Davivongs
- 120 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
บุพผะ พันธ์รุ่งเรือง ธีธิดา ปัทมวรรณ และ นิธยา ไหวดี
- 139 ทักษะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี
เสาวลักษณ์ จันทร์ประสิทธิ์
- 155 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพฤติกรรมกรรมการสิ่งแวดล้อมทางไซเบอร์ในเกมนออนไลน์ของประเทศไทย
ศุภกฤต นิตพิพัฒน์ เลิศศิลป์ มนต์ศรี และ กฤษณา ณ หอนายก
- 168 อิทธิพลของคุณลักษณะ:กระบวนการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงานและบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่าน: กรณี
ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100
ศิวกรานต์ พันแจ่ง จิราภา ชาลาธาวรัตน์ จิรัฐติกาล วุฒิพันธุ์ สุมิตร เป้าธรรม และ กนกนที โลหะชัย
- 194 แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง
จังหวัดนครศรีธรรมราช
เกศกัญญา โกฏกุล เย็นจิต นาคพุ่ม และ วรอนงค์ โททองคำ



มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
MAHASARAKHAM UNIVERSITY

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

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

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

วัตถุประสงค์

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

เจ้าของ

คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน วิจัย และนวัตกรรม

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ และนวัตกรรมการเรียนรู้

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ชลธิชา ธรรมวิญญู

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธนา บุญเหลือ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพล หมุ่มมี

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ปฐมพงษ์ หงษ์สุวรรณ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.การุณย์ ประทุม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกสินี หมั่นไธสง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัญญา รักสงฆ์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Prof.Dr.Andy Koronios

University of South Australia, Australia

Prof.Dr.Christopher Gan

Lincoln University, New Zealand

Prof.Dr.Naomie Salim

Universiti Teknologi Malaysia, Malaysia

Asst.Prof.Dr.Man Zhang

Bowling Green State University, USA

Dr.Minsoo Lee

Asian Development Bank, Beijing, china

ศาสตราจารย์ ดร.สุทธิศักดิ์ พงศ์นาพานิข

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรหมอักษร

มหาวิทยาลัยนครพนม

รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ดร.เกษมสันต์ โชติชาครพันธุ์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.พรภัส สุวรรณรัตน์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ภูเบศร์ สมุทรจักร

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎา จินตกานนท์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี หอมดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมนวล วิเศษสรรพ

มหาวิทยาลัยรังสิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ ท้วมรุ่งโรจน์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมชาย สุภธาดา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ ดร.ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์

บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ฝ่ายจัดการ

นางสาวณัฐกานต์ จันดาโชติ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงาน

วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

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

คณะกรรมการกลั่นกรอง

บทความวิจัย บทความวิทยานิพนธ์ บทความการค้นคว้าอิสระ และบทความทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จะประเมินบทความตามเกณฑ์และแบบฟอร์มที่กำหนดในลักษณะเป็นแบบปกปิดรายชื่อผู้เขียนบทความและผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งการพิจารณาการตรวจอ่านบทความจะใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ต่างสถาบัน

คณะกรรมการกลั่นกรองภายใน

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

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการกลั่นกรองภายนอก

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

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

กำหนดออกเผยแพร่ ปีละ 4 ฉบับ (ราย 3 เดือน)

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

บรรณาธิการ

สวัสดีค่ะ วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 3 ปีที่ 16 ประจำปี 2567 เป็นฉบับที่ยังเข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการ ทุกบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบทางวิชาการ เพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการศึกษา

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

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 12 บทความ ได้แก่ 1) ความตั้งใจให้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ 2) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ของผู้สูงอายุโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างงานและรายได้ตามความรู้ ความสามารถ ได้อย่างเหมาะสม 3) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มผลไม้และสมุนไพร 4) ความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และบทบาทของความเป็นอิสระในงาน 5) อิทธิพลนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว 6) สมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน 7) Effectiveness of Futures Contracts as Hedging Instruments for Rubber Price Risk: Evidence from Thailand 8) ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับการดำเนินงาน 9) นักบัญชีในยุคดิจิทัลกับความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี 10) องค์ประกอบเชิงยืนยันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ 11) คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน และ 12) ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการทางออนไลน์

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทวิจารณ์ กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลาขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากทำวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจักได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

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

อาจารย์ ดร.ชลธิชา ธรรมวิญญู

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 16 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม – กันยายน 2567

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
1. ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย กานต์สินี รุ่งเรืองวงศ์ สมบุญ สาระพัด	1
2. การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างงานและรายได้ตามความรู้ ความสามารถ ได้อย่างเหมาะสม สุนันวดี พละศักดิ์ อุณนดาทร มุลเพ็ญ	21
3. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มผลไม้และสมุนไพรของเกษตรกรอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ณัฐธิดา จุ่มปา วรรณรัตน์ ชัยนการ ยุทธศิลป์ ชูมณี สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ กฤติณา นิเวรัตน์	36
4. ความสามารถทางดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากรและบทบาทของความเป็นอิสระในงาน ธรรมสรณ์ โมรารวรรณ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	54
5. อิทธิพลนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย ฉัตรชัย อินทสังข์ นิลุบล วิโรจน์จิตติวงศ์	69

6. ผลกระทบของสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัท
ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

ปนัดดา ศรีวิไลย
ณัฐวงศ์ พูนพล
สุวรรณ หวังเจริญเดช

87
7. Effectiveness of Futures Contracts as Hedging Instruments for Rubber Price Risk:
Evidence from Thailand

Kuntonrat Davivongs

102
8. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน
ของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ชูพงษ์ พันธุ์แดง
ธินิดา บัณฑิตวรรณ
นิตยา ไหวดี

120
9. ทักษะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

เสาวลักษณ์ จันทร์ประสิทธิ์

139
10. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ของประเทศไทย

ศุภกฤต ปิติพัฒน์
เสกศิลป์ มณีศรี
กฤษฎา ณ หนองคาย

155
11. อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงานและบทบาทของการวางแผนภาษี
ในฐานะตัวแปรส่งผ่าน: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100

ศิวกรานต์ พันแจ้
จิราภา ชาลาธราวัฒน์
จิรัฐติกาล วุฒิพันธุ์
สุมินทร เป้าธรรม
กนกนภัส โสเชียว

168
12. แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภค
ในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

เกศกัญญา โกฏิกุล
เย็นจิต นาคพุ่ม
วรรณงค์ โถทองคำ

194

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

Mahasarakham Business School, Volume 16 No. 3 July – September 2024

TABLE OF CONTENTS

Research Articles	Page
1. Factor Influencing an Intention to Use the Corporate Income Tax Refund Service through Prompt Pay System of Corporate Income Taxpayers in Thailand <i>Karnsinee Rungruangwong</i> <i>Somboon Saraphat</i>	1
2. Encouragement and Development of the Knowledge Potential for the Elderly in Roi Et Province by Using Digital Technology to Create Jobs and Income according to Their Appropriate Knowledge and Abilities <i>Sunanvadee Palasak</i> <i>Unnadathorn Moonpen</i>	21
3. Increasing Production Efficiency and Adding Value to Fruits and Herbs for Farmers in Phan District, Chiang Rai Province <i>Natthida Chumpa</i> <i>Worarat Khayankan</i> <i>Yuthasin Chumanee</i> <i>Supattanee Pieamsuwonnakid</i> <i>Krittina Niwarat</i>	36
4. The Impact of Digital Capability on Innovation Performance and Role of Job Autonomy <i>Thammasorn Morawan</i> <i>Viroj Jadesadalug</i>	54
5. The Influence of Green Product Innovation and Green Supply Chain Management on Sustainable Development of Thailand's Auto Parts Industry <i>Chatchai Inthasang</i> <i>Nilubon Wirotthititawong</i>	69

Research Articles	Page
6. The Effect of Accountant Competency of Financial Reporting Efficiency of The Market for Alternative Investment (mai) <i>Panadda Sriwisai</i> <i>Nuttavong Poonpool</i> <i>Suwan Wangcharoendate</i>	87
7. Effectiveness of Futures Contracts as Hedging Instruments for Rubber Price Risk: Evidence from Thailand <i>Kuntonrat Davivongs</i>	102
8. Causal Factors Influencing the Competitive Advantage that Affect the Operations of the Wholesale Business in Northeastern <i>Chupong Pundang</i> <i>Theenida Buntornwon</i> <i>Nitaya Waidee</i>	120
9. Digital Accounting Skills Affecting the Success of Professional Accountant <i>Saowalak Chanprasit</i>	139
10. Confirmatory Factor Analysis of Cyberbullying Behavior in Online Gaming in Thailand <i>Supaqrut pitiphat</i> <i>Seksil Maneesri</i> <i>Krisda Na Nongkhai</i>	155
11. The Influence of Audit Committee Characteristics on Firm Performance and the Mediation Effect of Tax Planning: Case Study of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand's SET 100 Index <i>Siwakran Phanchaeng</i> <i>Jirapa Chalatharawat</i> <i>Jiradtikhan Wutipphan</i> <i>Sumintorn Baotham</i> <i>Kanoknapat Sokhiaw</i>	168
12. A Structural Equation Model of Factors Affecting Online Food Order Service Quality of Consumers In Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat <i>Ketskuda Kotikul</i> <i>Yenjit Narkphum</i> <i>Woraanong Thotongkam</i>	194

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ ของผู้ยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย

Factor Influencing an Intention to Use the Corporate Income Tax Refund Service through Prompt Pay System of Corporate Income Taxpayers in Thailand

กานตสินี รุ่งเรืองวงศ์ และ สมบูรณ์ สารพัด²

Karnsinee Rungruangwong^{*} and Somboon Saraphat²

Received : February 14, 2024 Revised : April 19, 2024 Accepted : May 8, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจาก 285 บริษัท โดยคนตอบแบบสอบถามจะต้องมีอำนาจในการตัดสินใจวิธีการขอคืนภาษี โดยใช้แบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการวิจัย สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน และด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิจัยนี้ กรมสรรพากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงระบบพร้อมเพย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการพยายามออกแบบและยกระดับระบบและมาตรฐานการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้จะทำให้เกิดประโยชน์ร่วมกันเกี่ยวกับต้นทุนการทำรายการที่ลดลง

คำสำคัญ : ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน
ทัศนคติต่อการใช้งาน ความตั้งใจใช้บริการพร้อมเพย์

^{*} นิสิตปริญญาโท สาขาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา

^{*} Master Student, Department of Management Sciences, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา

² Assistant Professor, Department of Management Sciences, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha

Corresponding author E-mail : karnsinee.r@ku.th

Abstract

The objective of this research is to investigate factors influencing the intention to use the corporate income tax refund service via the PromptPay system among corporate taxpayers in Thailand. This quantitative research collected data from 285 companies using a questionnaire as the research tool. A purposive sampling method was employed, and hypothesis testing was conducted using path analysis. The research findings revealed that perceived usefulness of using the service, perceived ease of use, and attitude towards usage positively influence the intention to use the corporate income tax refund service via PromptPay at the significant level of 0.05. Drawing on these findings, the Revenue Department and related agencies enable to utilize data as guidelines for enhancing and improving the PromptPay more efficiently. By trying to develop and elevate the systems and service standards to meet the users' requirements may result in mutual benefits in terms of reduced transaction costs.

Keywords : Trust Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude toward Using, Behavioral Intention

1. บทนำ

ภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นภาษีประเภทหนึ่งที่กรมสรรพากรเรียกจัดเก็บจากผู้ที่มีเงินได้ ซึ่งมีลักษณะเป็นบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ ซึ่งมีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภ.ง.ด.50) และเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล (ถ้ามี) รวมถึงสามารถขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ชำระไว้เกินได้ (สุเมธ ศิริคุณโชติ และคณะ, 2562) โดยนิติบุคคลดังกล่าวสามารถขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ 3 วิธี คือ (1) เช็คนาคาร (2) โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร และ (3) พร้อมเพย์ ซึ่งบริการคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ กรมสรรพากร เปิดให้ใช้บริการเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2563 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด และความปลอดภัย ให้กับนิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2563) อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนการพิมพ์เช็คส่งจ่ายเงินคืนภาษี ลดต้นทุนการจัดส่งเอกสาร และลดโอกาสการเกิดทุจริตของเจ้าพนักงานกรมสรรพากร ซึ่งกรมสรรพากรมีบริการการคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านช่องทางพร้อมเพย์ เพื่อสนับสนุนนโยบายการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) ของ โครงการที่ 1 ระบบการชำระเงินแบบ Any ID หรือพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้วยวิธีการใช้หมายเลขหรือรหัสอ้างอิงของผู้รับเงินเป็นตัวกำหนด เช่น เลขที่บัญชีธนาคาร หมายเลขโทรศัพท์และหมายเลขทะเบียนนิติบุคคล 13 หลัก เป็นต้น และเป็นไปตามแนวคิด Digital Economy ที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่มมูลค่าการให้กับงานบริการ ของกรมสรรพากร ซึ่งนโยบายดังกล่าวเป็นสิ่งที่รัฐบาลพยายามที่จะผลักดัน เพราะมีประโยชน์กับทุกภาคส่วน ทั้งภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ (National e-Payment, ม.ป.ป.) ซึ่งในอนาคตกรมสรรพากรมีแนวโน้มที่จะ เปลี่ยนรูปแบบการคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลด้วยเช็ค หรือโอนผ่านบัญชีธนาคารเป็นการคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่าน พร้อมเพย์ อย่างที่เห็นได้จากการขอคืนภาษีประเภทอื่น เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น ที่กรมสรรพากรเตรียมที่จะเปลี่ยน วิธีการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านเช็ค เป็นการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบพร้อมเพย์แทน โดยคาดว่าจะเริ่มตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นไป ซึ่งให้เวลาในการปรับเปลี่ยนวิธีการประมาณ 3 เดือน หลังจากที่กรมสรรพากร เริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการ (ไทยรัฐ, 2566)

ข้อมูล ณ สิ้นเดือน กันยายน 2566 การลงทะเบียนพร้อมเพย์มีจำนวน 70.84 ล้านหมายเลข โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) ภาคประชาชน จำนวน 70.55 ล้านหมายเลข และ (2) ภาคธุรกิจจำนวน 0.29 ล้านหมายเลข (เนชั่นแนล โอทีเอ็มเอ็กซ์, 2566) ซึ่งข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 พบว่า นิติบุคคลที่ยังดำเนินกิจการมีจำนวน 850,480 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) ดังนั้น นิติบุคคลที่ลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์แล้วคิดเป็นร้อยละ 34.10 ของจำนวนรายนิติบุคคลที่ยังดำเนินกิจการอยู่ และมีจำนวนนิติบุคคลที่ยังไม่ลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์อีกร้อยละ 65.90 โดยนิติบุคคลทั้งที่ลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์หรือยังไม่ได้ลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์มีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภ.ง.ด.50) และมีสิทธิได้รับคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล (หากมีภาษีที่ชำระไว้เกิน) ดังนั้น นิติบุคคลที่ยังไม่ลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์ในอนาคตก็มีแนวโน้มที่จะขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลเช่นกัน (หากมีภาษีที่ชำระไว้เกิน)

จากรายละเอียดข้างต้น นิติบุคคลที่ลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์ยังน้อย (ไม่ถึงร้อยละ 50 ของจำนวนรายนิติบุคคลที่ยังดำเนินกิจการอยู่) สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากการให้บริการของระบบพร้อมเพย์ยังไม่มีความสะดวก และไม่มีทางเลือกในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งสามารถลงทะเบียนการให้บริการระบบพร้อมเพย์ได้เพียง 1 ธนาคารเท่านั้น (ภรณ์ทิพย์ ทิพย์โส, 2562) อีกทั้งทัศนคติของภาคธุรกิจยังไม่คุ้นชินในการใช้บริการระบบพร้อมเพย์ และกลัวการเปิดเผยข้อมูล (โพสตุญเดย์, 2561) ซึ่งทั้งที่จริงแล้ว การใช้บริการระบบพร้อมเพย์ มีประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในแง่ของความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัย อย่างเช่น กรมสรรพากรที่เป็นภาครัฐ สามารถช่วยลดต้นทุนจากการพิมพ์เช็ค ลดต้นทุนค่าธรรมเนียมการโอนเงิน ส่วนภาคเอกชน มีความสะดวกในการรับเงินคืนภาษีเพิ่มขึ้น ลดค่าเดินทาง และเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้อยู่ในภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางให้กับกรมสรรพากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงระบบพร้อมเพย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการพยายามออกแบบและยกระดับระบบและมาตรฐานการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้จะทำให้เกิดประโยชน์ร่วมกันเกี่ยวกับต้นทุนการทำรายการที่ลดลง

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (National e-Payment)

รัฐบาลพยายามที่จะผลักดันโครงการ National e-Payment ซึ่งเป็นระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับแนวคิด Digital Economy ที่นำเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับระบบเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลของกระทรวงการคลัง เริ่มผลักดันโครงการ National e-Payment ในช่วงปี 2558 ซึ่งในปัจจุบันโครงการ National e-Payment มีการดำเนินการอยู่ 5 โครงการสำคัญ ดังนี้ (1) ระบบการชำระเงินแบบ Any ID หรือ พร้อมเพย์ (PromptPay) ซึ่งเป็นระบบที่ใช้ในการโอนเงินระหว่างธนาคารด้วยหมายเลขหรือรหัสอ้างอิงของผู้รับเงินเป็นตัวกำหนด (2) การขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนับสนุนการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีค่าธรรมเนียมต่ำกว่าแทนการใช้เงินสด และมีการกระจายอุปกรณ์รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หลายรูปแบบตามความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ (3) ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการพัฒนาการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice) และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Receipt) โดยมีการนำส่งรายงานการทำธุรกรรมทางการเงินและการนำส่งภาษี เมื่อมีการชำระเงินผ่านระบบ e-Payment (4) โครงการ e-Payment ภาครัฐ เป็นการส่งเสริมให้ภาครัฐจ่ายเงินสวัสดิการสังคมให้กับประชาชนผ่านพร้อมเพย์ (PromptPay) ของสถาบันการเงิน และ (5) การให้ความรู้และส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการประชาสัมพันธ์ รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

จากการใช้เงินสดเป็นการใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (National e-Payment, ม.ป.ป.) ซึ่งกรมสรรพากรเป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้กระทรวงการคลัง มีหน้าที่สนับสนุนนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล ดังนั้น กรมสรรพากรจึงมีการปรับตัวนำเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร โดยนำระบบพร้อมเพย์เข้ามาใช้ในการคืนเงินภาษีให้กับภาคประชาชนและภาคธุรกิจ ซึ่งในปี 2560 กรมสรรพากรได้นำร่องคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบพร้อมเพย์มาก่อนแล้ว และต่อมาจึงนำระบบพร้อมเพย์มาใช้กับบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัดที่เป็นนิติบุคคล เพื่อคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล จุดประสงค์เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการ รวมถึงเป็นการลดต้นทุนให้กับกรมสรรพากร ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนการพิมพ์เช็คหรือค่าธรรมเนียมการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของนิติบุคคล ซึ่งในอนาคตมีแนวโน้มที่กรมสรรพากรจะคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบพร้อมเพย์เช่นกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้อยู่ในภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางให้กับกรมสรรพากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงระบบพร้อมเพย์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้หันมาใช้บริการพร้อมเพย์กันมากขึ้น

การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย

แนวคิดพื้นฐานการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 3 สิ่ง คือ สิ่งกระตุ้น แรงจูงใจ และการตอบสนอง ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยี เกิดจากการที่ระบบของเทคโนโลยีต้องมีความสามารถและน่าสนใจ ทำให้เกิดแรงจูงใจในการใช้งานนำไปสู่การใช้งานจริง (Davis, 1985) ซึ่งต่อมา มีการนำทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) และแนวคิดพื้นฐานการยอมรับเทคโนโลยีมาพิจารณาประกอบกันเกิดเป็นแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model : TAM) โดยเป็นโมเดลเพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้ที่ใช้งานเทคโนโลยีด้วยวิธีการประเมินจากพฤติกรรมการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งตัวแปรภายนอกส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ทั้งนี้การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) ด้วย โดยทั้งการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อทัศนคติของผู้ใช้งาน (Attitude toward Using) ทำให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน (Behavioral Intention) แล้วจึงส่งผลให้เกิดการใช้งานจริง (Actual Use) (Ajzen & Fishbein, 1975) ต่อมา มีการทดลองวัดพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน (Behavioral Intention) พบว่าการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน (Behavioral Intention) โดยไม่จำเป็นต้องผ่านทัศนคติของผู้ใช้งาน (Attitude toward Using) (Davis et al., 1989) ซึ่งจากงานวิจัยในอดีต พบว่า การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับของผู้ใช้โดรน การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับและความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้โดรน และทัศนคติที่มีต่อการใช้โดรนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้โดรน (ธงชัย วะสุวรรณ และเจษฎา วงศ์แสนสุขเจริญ, 2564) และการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ รวมถึงการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน (รังสินี ชาสุวรรณ และคณะ, 2565) รวมถึงปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในองค์กรของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี ซึ่งการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ที่ง่ายจะทำให้องค์กรง่ายต่อการปรับตัว และหากเทคโนโลยีมีประโยชน์กับองค์กรแล้ว จะทำให้องค์กรตัดสินใจใช้เทคโนโลยีนั้นได้ง่ายขึ้น อีกทั้ง

ทัศนคติที่ดีขององค์กรจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจให้ช้านยณตไฟฟ้า (โสจิรัต อาจารย์ยางกูร และเจษฎา วงศ์แสนสุขเจริญ, 2564) จึงนำไปสู่สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าย่ง่ายต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าย่ง่ายต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจให้บริการระบบ

พร้อมเพย์

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าย่ง่ายต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจให้บริการระบบ

พร้อมเพย์

ความไว้วางใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นความรู้สึก ความเชื่อ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และเป็นการยอมรับต่อความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งความไว้วางใจเกิดขึ้นจากทัศนคติผ่านการรับรู้ประสบการณ์ของตนเองที่มีต่อการใช้สกุลเงินดิจิทัล (ณัฐภัทร ขาวค่างพลู และคณะ, 2566) ซึ่งกระบวนการในการสร้างความไว้วางใจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้นำหลักแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model : TAM) เข้ามาประยุกต์กับแนวคิดความไว้วางใจ ที่เริ่มจากประสบการณ์การใช้บริการที่ตนเองรับรู้ พัฒนาไปสู่ความเชื่อที่ตนเองมีต่อเว็บไซต์ในด้านต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งความเชื่อในเชิงบวกจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีในการใช้บริการ (Salam, Iyer, & Singh, 2005) นอกจากนี้ รูปแบบของความไว้วางใจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นสถานะทางด้านจิตวิทยาของฝ่ายที่เกี่ยวข้องที่กำลังติดตามปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อที่จะทำให้แผนการที่วางไว้ประสบความสำเร็จ โดยแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย คือ (1) ความไว้วางใจในตัวผู้ขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากผู้ขายสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้บริโภคได้อย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงชื่อเสียงและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวของธุรกิจ (2) ความไว้วางใจในระบบอินเทอร์เน็ต ประกอบไปด้วยความมีเสถียรภาพ และความน่าเชื่อถือของระบบอินเทอร์เน็ต รวมถึงความปลอดภัยในการชำระเงิน และ (3) ความไว้วางใจในระบบธุรกิจและกฎระเบียบของสภาพแวดล้อม การทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถที่จะละเมิดความเป็นส่วนตัว ผู้ใช้บริการต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ดังนั้น การป้องกันความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความไว้วางใจ (Lee & Turban, 2001) ซึ่งจากงานวิจัยในอดีต พบว่า แปรนัยของธนาคารสามารถสร้างความเชื่อและความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์ของธนาคารมีระบบที่เป็นมาตรฐานให้บริการถูกต้องแก่ผู้บริโภคจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ (หนึ่งฤทัย ผ่องศรี, 2564) แต่อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยในอดีต พบว่า ความไว้วางใจไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบไร้สัมผัส (ศิริพร มงคลรัตนสิทธิ์ และศศิวิมล มีอำพล, 2564) จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจให้บริการระบบพร้อมเพย์

ทัศนคติ เป็นท่าทีความรู้สึกและรู้สึกนึกคิดภายใต้จิตใจที่มีต่อแนวความคิดและสถานการณ์ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่เคยได้รับ โดยสิ่งที่บุคคลความคาดหวัง คือ การได้รับประโยชน์และความง่ายต่อการใช้งาน โดยหากผู้บริโภคพึงพอใจจะแสดงความรู้สึกเชิงบวก ตรงกันข้ามหากผู้บริโภคไม่พึงพอใจจะแสดงความรู้สึกเชิงลบ แล้วจึงแสดงเป็นพฤติกรรมออกมา แต่ทั้งนี้หากมีเหตุผลอย่างเพียงพอ พฤติกรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ (นัยน์ปพร ชุมเกษียร, 2563) ซึ่งทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะแต่ละบุคคล ซึ่งแต่ละบุคคลอาจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) ทัศนคติเชิงบวก เป็นความรู้สึกถึงสิ่งแวดล้อมในทางที่ดีหรือการยอมรับ (2) ทัศนคติเชิงลบ เป็นความรู้สึกถึงสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่ดีหรือการไม่ยอมรับ และ

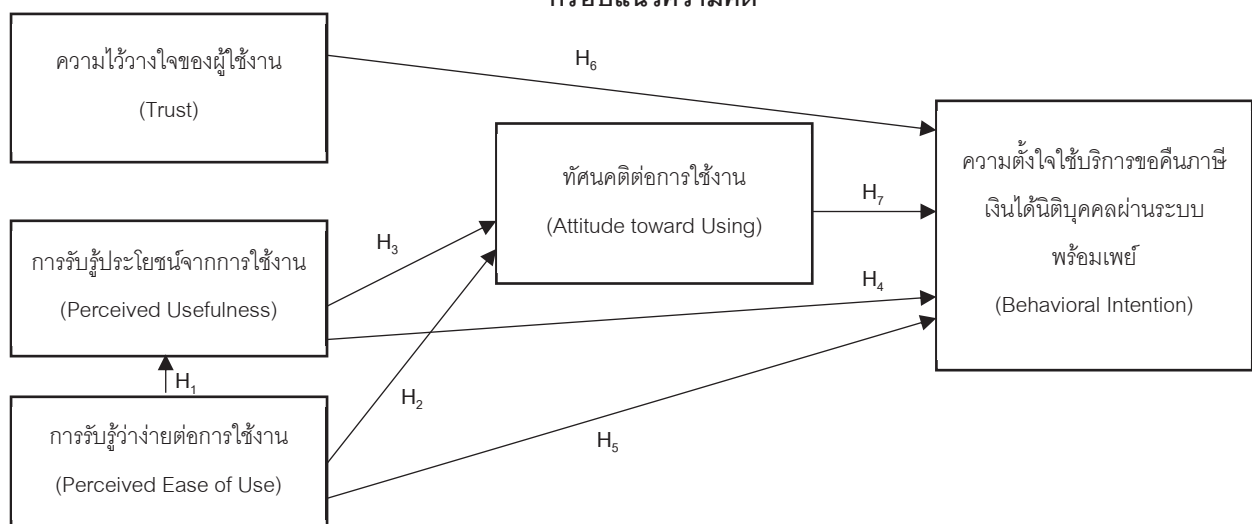
(3) ทศนคติที่คงที่ เป็นทศนคติที่เป็นกลาง (ดาร์ณี พานทอง, 2542 : 43 อ้างถึงใน นัยน์ปพร ชุมเกษียร, 2563) ดังนั้น ทศนคติจึงเป็นความรู้สึกนึกคิดที่อยู่ภายใต้จิตใจของแต่ละบุคคลที่มีอารมณ์ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นสิ่งเร้าหรือสถานการณ์นั้น ๆ โดยทั้งทศนคติมีได้ทั้งด้านบวก ด้านลบ และ เป็นกลางถูกแสดงออกมาผ่านพฤติกรรมของบุคคลนั้น โดยทศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้หากมีเหตุผลที่เพียงพอ ซึ่งจากงานวิจัยในอดีตพบว่า ทศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก หากผู้บริโภคมีทศนคติที่ดีจะแนวโน้มทำให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้รวดเร็วขึ้น (นันทิณี บุญยปรารภชัย, 2565) จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านทศนคติต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์

ความตั้งใจก่อให้เกิดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความเป็นไปได้ว่าบุคคลนั้นจะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งแต่ละบุคคลสามารถที่จะเปลี่ยนความตั้งใจได้ หากมีความเชื่อในสิ่งเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไป (Ajzen & Fishbein, 1975) และความตั้งใจ เป็นสิ่งที่บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่มีความสอดคล้องกับความตั้งใจ ซึ่งบุคคลจะพิจารณาเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการกระทำสิ่งนั้นก่อนว่าจะกระทำหรือไม่กระทำที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นออกมา โดยสิ่งที่สามารถอธิบายพฤติกรรมได้ คือ การศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม ดังนั้น หากสามารถวัดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมก็จะสามารถอธิบายพฤติกรรมได้ถูกต้องและมีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น (Ajzen & Fishbein, 1980) ดังนั้น ความตั้งใจใช้บริการจึงเป็นสิ่งที่บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาซึ่งเกิดจากความคิด ความเชื่อหรือทศนคติที่มีต่อบริการนั้น ซึ่งความตั้งใจใช้บริการเป็นสิ่งที่สามารถอธิบายหรือทำนายพฤติกรรมของผู้ใช้บริการได้

รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวความคิด



3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภ.ง.ด. 50) ภายในประเทศไทย โดยทาบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จำนวน 850,480 รายผู้ประกอบการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) แต่ไม่สามารถศึกษาจำนวนประชากรทั้งหมดได้ ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane (1970) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ซึ่งจากการคำนวณตามสูตรของ Yamane มี

ค่าประมาณ 400 รายผู้ประกอบการ โดยงานวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามไว้ล่วงหน้า คือ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ เช่น มีสถานะเป็นเจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้จัดการที่มีอำนาจในการตัดสินใจ เป็นต้น

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือน กันยายน 2566 ถึง พฤศจิกายน 2566 ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form และแบบกระดาษให้กับกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 400 ชุด (คำนวณจากสูตรของ Yamane) แต่ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาและสามารถใช้ได้ จำนวน 285 ชุด คิดเป็นร้อยละ 71.25 เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีส่วนร่วมในการพิจารณาขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ จึงต้องคัดแบบสอบถามชุดนั้นออก ซึ่งอัตราการตอบกลับจำนวนดังกล่าว (ร้อยละ 71.25) ถือว่าเพียงพอในการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อ เนื่องจาก งานวิจัยเชิงสำรวจโดยทั่วไป อัตราการตอบกลับร้อยละ 20 ถือว่าเพียงพอ (Aaker et al., 2001)

นักวิจัยได้ทดสอบ Response bias test ด้วยการแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ คนที่ตอบแบบสอบถามมาก่อน และกลุ่มที่สองคือคนที่ตอบแบบสอบถามมาภายหลัง เพื่อดูว่ามีความลำเอียงในการตอบข้อมูลหรือไม่ โดยนักวิจัยได้นำตัวแปรลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ ได้แก่ ประเภทของอุตสาหกรรม ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมาทดสอบด้วย Independent Sample t-Test ซึ่งผลการทดสอบพบว่า มีค่าสำคัญเกิน 0.05 แสดงว่า ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับความลำเอียงในการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ (Armstrong & Overton, 1977)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยนำแบบสอบถาม (Questionnaire) มาเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 285 รายบริษัท ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่มีการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภ.ง.ด.50) เป็นคำถามที่เป็นการเลือกตอบ ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ เป็นคำถามแบ่งตามระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ (Likert Scale) และส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามแบบปลายเปิด โดยผู้วิจัยได้ทดสอบ แบบสอบถาม (เครื่องมือ) ในการวิจัย คือ (1) การวิเคราะห์หาค่าความตรง (Validity) และ (2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

3.3.1 การวิเคราะห์หาค่าความตรง (Validity) นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเกี่ยวกับความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยค่าคะแนนที่ได้ ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Concordance: IOC) ต้องมีผลรวมคะแนนอยู่ในช่วง 0.5 ถึง 1 ข้อคำถามนั้นจึงจะสามารถนำไปใช้ในแบบสอบถามได้ ซึ่งเมื่อคำนวณแล้ว ผลปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Concordance : IOC) มีผลรวมมากกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถาม โดยมีการปรับปรุงข้อคำถามแล้วก่อนนำไปใช้เก็บจริง

3.3.2 ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นการหาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยผู้วิจัยได้ทดลองเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง (Try out) จำนวน 30 รายบริษัท และคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลปรากฏว่ามีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2010) ดังนั้น แบบสอบถามจึงมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อได้

3.3.3 การวัดค่าตัวแปร ตามตาราง 1

ตาราง 1 แสดงการวัดค่าตัวแปร

ตัวแปร	จำนวน ข้อ	มาตรการวัด ประมาณค่า (Rating Scale)	ดัดแปลงจาก	ตัวอย่างคำถาม
1.การรับรู้ว่าย่าง ต่อการใช้งาน	4	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	ธีรภาวิษฐ์ พึ่งเมือง (2560) และ สุเมธ ผึ้งผู้นำ (2562)	1. ท่านรู้ว่าการขอคืนภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของ นิติบุคคลใช้เพียงหมายเลขประจำตัว ผู้เสียภาษีผูกกับเลขบัญชีธนาคาร 2. ท่านรู้ว่าการขอคืนภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ มีธนาคารที่รองรับการให้บริการ ลงทะเบียนพร้อมเพย์หลายธนาคาร สามารถเข้าถึงได้ง่าย
2.การรับรู้ประโยชน์ จากการใช้งาน	6	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	สุเมธ ผึ้งผู้นำ (2562) และ หนึ่งฤทัย ผ่องศรี (2564)	1. ท่านคิดว่าการขอคืนภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ช่วยลด ต้นทุนและค่าใช้จ่ายของท่าน (เช่น ค่าน้ำมัน, ค่าธรรมเนียมธนาคาร เป็นต้น) 2. ท่านคิดว่าการขอคืนภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ช่วยลด เวลาในการเดินทางไปธนาคาร เพื่อถอนเงิน
3.ความไว้วางใจ ของผู้ใช้งาน	5	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563)	1. ท่านเชื่อว่าการขอคืนภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์มี ความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ทุกเมื่อที่ผู้เสียภาษีต้องการ 2. ท่านเชื่อว่าการขอคืนภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์จะมี ความถูกต้องและครบถ้วนทุกครั้ง ที่ใช้บริการ
4.ทัศนคติต่อ การใช้งาน	4	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	อารียา ศูนย์นธ์ (2562) นันท์นฤณ บุญยปรารภชัย (2565)	1.ท่านมีความเชื่อมั่นและประสบการณ์ ที่ดีในการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านระบบพร้อมเพย์

ตาราง 1 แสดงการวัดค่าตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน ข้อ	มาตรการวัด	ดัดแปลงจาก	ตัวอย่างคำถาม
				2. ท่านคิดว่าการขอคืนภาษีเงิน ได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อม เพย์จะทำให้ท่านพึงพอใจ
5. ความตั้งใจใช้บริการ ขอคืนภาษีเงินได้นิติ บุคคลผ่านระบบ พร้อมเพย์	3	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	สุวรรณ แซ่พาน (2561)	1. หากท่านมีโอกาสในการขอ คืนเงินภาษีจากกรมสรรพากร ท่านมีความตั้งใจใช้บริการ ขอคืนเงินภาษีผ่านระบบ พร้อมเพย์ด้วยความเต็มใจ 2. ท่านมีความตั้งใจจะใช้ บริการขอคืนภาษีเงินได้ นิติบุคคลผ่านพร้อมเพย์ทุกครั้ง ที่มีการขอคืนภาษีจาก กรมสรรพากร 3. ท่านมีความตั้งใจจะแนะนำ คู่ค้าหรือนิติบุคคลที่รู้จักกับ ท่านให้หันมาใช้บริการขอคืน เงินภาษีจากกรมสรรพากรด้วย วิธีการคืนเงินภาษีผ่านพร้อมเพย์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคล ซึ่งประกอบด้วย (1) เคยหรือไม่เคยขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล (2) ประเภทของการประกอบกิจการ (3) ประเภทของอุตสาหกรรม (4) ทุนจดทะเบียน (5) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตำแหน่ง) (6) ระยะเวลาในการเปิดกิจการ (7) รายได้เฉลี่ยต่อปีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และ (8) ช่องทางที่เคยได้รับคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ (Frequency) และ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

3.4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ ด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน โดยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน และทัศนคติจึงส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

4. ผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัย

4.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 204 รายบริษัท (ร้อยละ 71.58) ประกอบกิจการประเภทธุรกิจบริการจำนวน 114 รายบริษัท (ร้อยละ 40.00) อยู่ในอุตสาหกรรมก่อสร้างจำนวน 69 รายบริษัท (ร้อยละ 24.21) มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 5 ล้านบาทขึ้นไปจำนวน 85 รายบริษัท (ร้อยละ 29.82) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าของกิจการจำนวน 102 รายบริษัท (ร้อยละ 35.79) ระยะเวลาการเปิดกิจการเป็นเวลา 10 ปีขึ้นไปจำนวน 100 รายบริษัท (ร้อยละ 35.09) มีรายได้เฉลี่ยต่อปีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาไม่เกินจำนวน 10 ล้านบาท จำนวน 136 รายบริษัท (ร้อยละ 47.80) และช่องทางที่เคยได้รับคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล คือ เช็คนาครจำนวน 77 รายบริษัท (ร้อยละ 27.02) ตามตาราง 2

ตาราง 2 แสดงความถี่ ร้อยละ และลำดับข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคล

ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคล	ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ
(1) เคยหรือไม่เคยขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล			
ไม่เคย	81	28.42	2
เคย	204	71.58	1
รวม	285	100.00	
(2) ประเภทของการประกอบกิจการ			
ผลิต	92	32.28	2
บริการ	114	40.00	1
ซื้อมาขายไป	79	27.72	3
รวม	285	100.00	
(3) ประเภทของอุตสาหกรรม			
อุตสาหกรรมยานยนต์	52	18.25	2
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	46	16.14	3
อุตสาหกรรมก่อสร้าง	69	24.21	1
อุตสาหกรรมโลจิสติกส์	40	14.04	5
อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร	33	11.58	6
อื่นๆ	45	15.79	4
รวม	285	100.00	
(4) ทุนจดทะเบียน			
0 – 1,000,000 บาท	67	23.51	2
1,000,001 – 2,000,000 บาท	62	21.75	3
2,000,001 – 3,000,000 บาท	27	9.47	5
3,000,001 – 4,000,000 บาท	13	4.56	6
4,000,001 – 5,000,000 บาท	31	10.88	4
มากกว่า 5,000,000 บาทขึ้นไป	85	29.82	1
รวม	285	100.00	

ตาราง 2 แสดงความถี่ ร้อยละ และลำดับข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคล	ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ
(5) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม			
พนักงานบัญชี	93	32.63	2
สำนักงานบัญชี	49	17.19	3
เจ้าของกิจการ	102	35.79	1
ผู้จัดการฝ่ายบัญชีหรือการเงิน	41	14.39	4
รวม	285	100.00	
(6) ระยะเวลาในการเปิดกิจการ			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี	32	11.23	4
4-6 ปี	95	33.33	2
7-9 ปี	58	20.35	3
10 ปีขึ้นไป	100	35.09	1
รวม	285	100.00	
(7) รายได้เฉลี่ยต่อปีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา			
0 – 5,000,000 บาท	68	23.86	1
5,000,001 – 10,000,000 บาท	68	23.86	1
10,000,001 - 15,000,000 บาท	22	7.72	4
15,000,001 - 20,000,000 บาท	27	9.47	3
20,000,001 – 25,000,000 บาท	16	5.61	6
25,000,001 – 30,000,000 บาท	18	6.32	5
มากกว่า 30,000,000 บาทขึ้นไป	66	23.16	2
รวม	285	100.00	
(8) ช่องทางที่เคยได้รับคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล			
เช็คธนาคาร	77	27.02	1
โอนเงินผ่านเลขบัญชีธนาคาร	47	16.49	3
พร้อมเพย์	35	12.28	4
เช็คธนาคาร และพร้อมเพย์	9	3.16	8
เช็คธนาคาร และโอนเงินผ่านเลข บัญชีธนาคาร	20	7.02	5
เช็คธนาคาร โอนเงินผ่านเลขบัญชีธนาคาร และพร้อมเพย์	15	5.26	7
โอนเงินผ่านเลขบัญชีธนาคาร และ พร้อมเพย์	18	6.32	6
ไม่เคย	64	22.46	2
รวม	285	100.00	

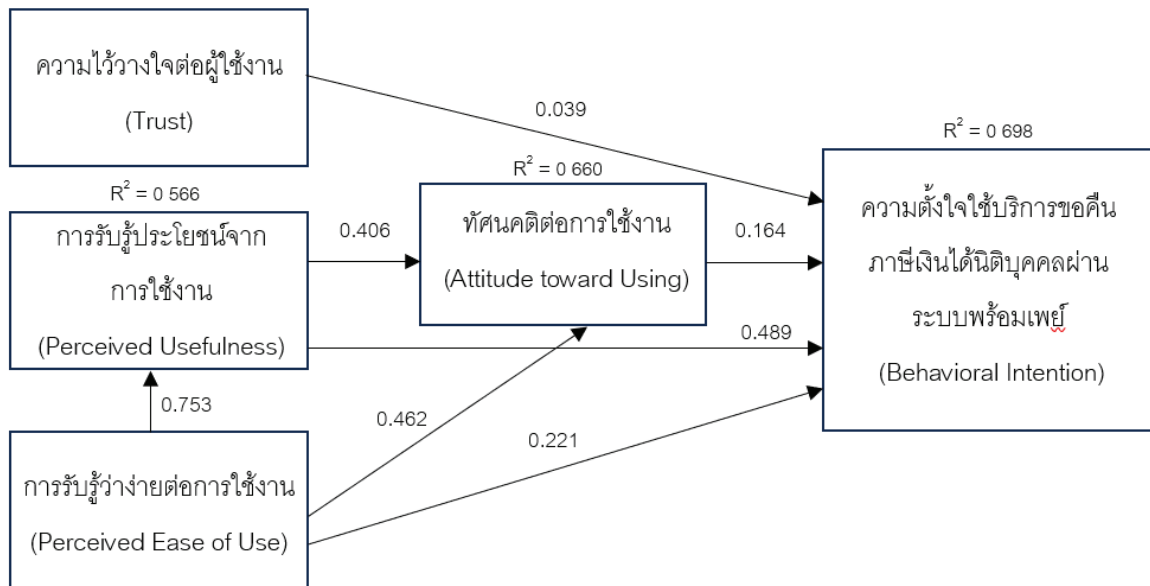
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ว่ายากต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน และความตั้งใจใช้บริการพร้อมเพย์ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.014$ SD. = 0.742) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้บริการพร้อมเพย์ ($\bar{X} = 3.900$ SD. = 0.767) ลำดับถัดไปคือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 3.890$ SD. = 0.722) ลำดับถัดไป คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ว่ายากต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 3.840$ SD. = 0.719) และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ($\bar{X} = 3.787$ SD. = 0.726)

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ว่ายากต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ตามตาราง 3 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.582 – 0.767 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.8 (Hair et al., 2010) ดังนั้น จึงไม่ทำให้เกิด Multicollinearity สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ต่อได้ ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์ พบว่า มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกกันอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ 0.587-0.801 จึงเหมาะสมที่จะใช้ข้อมูลมาทำการวิเคราะห์สมการถดถอยต่อไปเนื่องจาก ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับตัวแปรตาม

ตาราง 3 สถิติพื้นฐานปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์

ตัวแปรต้น	$\bar{X}$	S.D.	X1	X2	X3	X4	X5
การรับรู้ว่ายากต่อการใช้งาน (X1)	3.840	0.719	1	0.753**	0.628**	0.767**	0.739**
การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (X2)	4.014	0.742		1	0.582**	0.753**	0.801**
ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (X3)	3.787	0.726			1	0.766**	0.587**
ทัศนคติต่อการใช้งาน (X4)	3.890	0.722				1	0.731**
ความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ (X5)	3.900	0.767					1

รูปภาพประกอบ 2 การทดสอบกรอบแนวคิดการวิจัย



4.4 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อทดสอบสมมุติฐานมีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน จากผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งานสามารถทำนายการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งานสามารถอธิบายความแปรปรวนของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานได้ร้อยละ 56.60 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยจากผลการทดสอบค่าเบต้า พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Beta = 0.753, $p = 0.001$)

4.4.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งานร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของทัศนคติต่อการใช้งานได้ร้อยละ 66.00 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยจากผลการทดสอบค่าเบต้า พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน (Beta = 0.462, $p = 0.001$) มากกว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Beta = 0.406, $p = 0.001$)

4.4.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งาน ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งาน ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งานร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์ได้ร้อยละ 69.80 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยจากผลการทดสอบค่าเบต้า พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Beta = 0.489, $p = 0.001$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าการใช้งาน (Beta = 0.221, $p = 0.001$) และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน (Beta = 0.164, $p = 0.014$) ซึ่งปัจจัยด้านความไว้วางใจไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis)

สมมติฐานที่	ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น	b	β	S.E.	t-stat	p-value
1	การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (X3)	← การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (X4)	0.777	0.753	0.040	19.259	0.001**
2	ทัศนคติต่อการใช้งาน (X2)	← การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (X4)	0.464	0.462	0.053	8.783	0.001**
3	ทัศนคติต่อการใช้งาน (X2)	← การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (X3)	0.395	0.406	0.051	7.719	0.001**
4	ความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ (X5)	← การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (X3)	0.506	0.489	0.056	8.973	0.001**
5	ความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ (X5)	← การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (X4)	0.236	0.221	0.060	3.931	0.001**
6	ความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ (X5)	← ความไว้วางใจต่อผู้ใช้งาน (X1)	0.041	0.039	0.054	0.756	0.449
7	ความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ (X5)	← ทัศนคติต่อการใช้งาน (X2)	0.175	0.164	0.071	2.468	0.014*

หมายเหตุ * เท่ากับ Sig มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** เท่ากับ Sig มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	✓	
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน	✓	
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้งาน	✓	
สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์	✓	
สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์	✓	✓
สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์	✓	
สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์		

4.1 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้นิติบุคคลในประเทศไทย พบว่า

1. ปัจจัยด้านการรับรู้ว่าย่ง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน เพราะว่าความสามารถในการเรียนรู้และเข้าถึงวิธีการสมัครพร้อมเพย์ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน จะทำให้ผู้ใช้บริการเปิดใจลองใช้บริการพร้อมเพย์ และจะทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์จากการใช้บริการพร้อมเพย์ตามมา สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธงชัย วะสุวรรณ และ เจษฎา วงศ์แสนสุขเจริญ (2564) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้โดรน เนื่องจากขั้นตอนการใช้งานโดรนมีความไม่ยุ่งยากและซับซ้อน และใช้เวลาในการศึกษาไม่นาน จึงทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงและตัดสินใจนำมาใช้งาน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รังสินี ชาติสุวรรณ และคณะ (2565) พบว่า การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้
2. ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และปัจจัยด้านการรับรู้ว่าย่ง่ายส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน เพราะว่า การรับรู้ว่าการใช้บริการพร้อมเพย์มีประโยชน์ช่วยให้สะดวกรวดเร็ว ลดต้นทุน ปลอดภัย และสามารถเรียนรู้ ทำความเข้าใจได้โดยง่าย รวมถึงมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี เกิดความพึงพอใจ สบายใจ และมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการพร้อมเพย์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วราภรณ์ ด้านศิริ และคณะ (2566) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานต่อความตั้งใจในการใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย โดยมีทัศนคติเป็นตัวแปรคนกลาง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีผลักดันให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น โดยมีการทำธุรกรรมที่ง่าย มีขั้นตอนการใช้ไม่ยุ่งยากซับซ้อนง่ายต่อการทำความเข้าใจการออกแบบแพลตฟอร์มที่ทันสมัยและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการทำให้เกิดทัศนคติที่ต่อแบรนด์ จนสุดท้ายทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดี และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วณาลัย แก้วศรี และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2566) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่าย ทั้ง 2 ปัจจัยล้วนส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานของเจนเนอเรชัน Y และ Z ซึ่งการใช้บริการกระเป๋าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ผ่านโทรศัพท์มือถือ ทำให้สะดวกและรวดเร็วมากกว่าการใช้เงินสด และการใช้บริการดังกล่าวสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายเพียงดาวน์โหลด E-Wallet ผ่านโทรศัพท์มือถือ
3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ว่าย่ง่ายต่อการใช้งาน ด้านทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ ผลปรากฏว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ เพราะว่า ประโยชน์จากการใช้บริการพร้อมเพย์ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจ และลดความเสี่ยงในการถือเงินสดอีกด้วย ประกอบกับการเรียนรู้ที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน จึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน มีความเชื่อมั่นและสบายใจในการใช้บริการ ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ด้านดังกล่าว ต่างส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ โดยผู้ใช้บริการมีความตั้งใจที่จะแนะนำคู่ค้าหรือนิติบุคคลที่รู้จักมาใช้บริการนี้ และจะใช้บริการนี้ทุกครั้งที่มีการขอคืนภาษีจากกรมสรรพากร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรสนันท์ ผ่องแผ้ว และลัดดา ปินตา (2564) พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี e-Payment ซึ่งในการใช้บริการ e-Payment ผ่านโทรศัพท์มือถือมีความสะดวกรวดเร็วกว่าการใช้เงินสด โดยสามารถใช้บริการ e-Payment ได้ทุกที่ทุกเวลา ประหยัดเวลา และช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินมีประสิทธิภาพ อีกทั้งระบบ e-Payment มีความง่าย

ไม่ซับซ้อน เรียนรู้ขั้นตอนวิธีการใช้งานได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุชาวรัตน์ บุญอยู่ และคณะ (2564) พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจและความตั้งใจใช้ระบบ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นันทินี บุญยปรารภชัย (2565) พบว่าทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก หากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีจะแนวโน้มทำให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้รวดเร็วขึ้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2564) พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุ ซึ่งหากผู้สูงอายุมีทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยทัศนคติที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การได้รับประโยชน์และความสะดวกสบายมากขึ้นจากการเข้าใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความไว้วางใจไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ เพราะว่า กรมสรรพากรซึ่งเป็นหน่วยงานของภาครัฐ ผู้ใช้บริการจึงมองว่าระบบย่อมมีความน่าเชื่อถือ วางใจได้ ดังนั้น ถึงแม้ว่ากรมสรรพากรจะสร้างความไว้วางใจเพิ่ม ก็ไม่ทำให้ระดับความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิริพร มงคลรัตนสิทธิ และ ศศิวิมล มีอำพล (2564) พบว่าความไว้วางใจไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานบริการชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบไร้สัมผัส และสอดคล้องกับการวิจัยของ ปณณทัต จอมจักร และฤทธิกร พุ่มพวง (2565) พบว่า ความเชื่อมั่นไว้วางใจ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจดิจิทัลและความตั้งใจใช้สกุลเงินคริปโต เพราะผู้บริโภคไม่เคยใช้สกุลเงินคริปโต จึงไม่มั่นใจในการใช้สกุลเงินคริปโต แต่ขัดแย้งกับผลการวิจัยของ หนึ่งฤทัย ผ่องศรี (2564) พบว่า แบนด์ของธนาคารสามารถสร้างความเชื่อและความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์ของธนาคารมีระบบที่เป็นมาตรฐานให้บริการถูกต้องแก่ผู้บริโภคจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศศิธร พุ่มขจร และ โกวิท ทรัพย์ศาล (2564) พบว่า การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ มีความปลอดภัยมากกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบเดิม และมีความไว้วางใจว่าระบบพร้อมเพย์มีความปลอดภัย ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์จากภาครัฐ เช่น การคืนเงินภาษีและสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น

5. ข้อเสนอสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการเปรียบเทียบความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ก่อนและหลังให้บริการ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของรูปแบบการคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านช่องทางเดิม (เช็คและการโอนเงินผ่านธนาคาร) กับช่องทางผ่านระบบพร้อมเพย์

5.1.2 เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) เท่านั้น ซึ่งหากต้องการผลการศึกษาที่ชัดเจน และเป็นข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach) อย่างเช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือ Focus Group หรือ วิธีการสังเกต (Observe) ทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ของผู้ใช้บริการที่เป็นนิติบุคคลมากขึ้น เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงระบบพร้อมเพย์ให้ดียิ่งขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน และทัศนคติต่อการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ ดังนั้น กรมสรรพากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 3 ด้านข้างต้นในการพัฒนาและปรับปรุงระบบพร้อมเพย์ให้มีประสิทธิภาพ โดย

การปรับปรุงระบบพร้อมเพย์ให้มีประโยชน์ และมีความง่ายในการใช้บริการ เช่น ฟรีค่าธรรมเนียมการโอนเงินทุกรายการ ลดขั้นตอนการสมัครพร้อมเพย์ และสามารถลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์ได้มากกว่า 1 ธนาคาร เป็นต้น อีกทั้งควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานและรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน เช่น ช่วยให้ภาคธุรกิจมีความสะดวกรวดเร็ว ลดต้นทุน เพิ่มช่องทางในการรับเงินจากภาครัฐ เพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจ ลดความเสี่ยงจากการถือเงินสด และให้รับรู้ว่าขั้นตอนการลงทะเบียนสมัครพร้อมเพย์ทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน โดยอาจจะใช้วิธีการอธิบายขั้นตอนการสมัครพร้อมเพย์ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจในการใช้บริการระบบพร้อมเพย์มากขึ้น เป็นต้น ซึ่งหากผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความมีประโยชน์และว่าง่ายต่อการใช้งานแล้วนั้น จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดี ส่งผลให้เกิดเป็นความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านพร้อมเพย์ในท้ายที่สุด และนอกจากนี้ควรจะมีการรับฟังความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงระบบพร้อมเพย์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ร่วมกันเกี่ยวกับต้นทุนการทำรายการที่ลดลง ทั้งนี้จากผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ ดังนั้น แม้กรมสรรพากรจะเพิ่มความไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการ ก็ไม่ได้ทำให้เกิดระดับความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์เพิ่มขึ้น แต่ควรมุ่งสร้างการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน มากกว่า

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย โดยมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหลัก ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัย และอธิบายตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิดนั้น ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน และทัศนคติต่อการใช้งานมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ แต่ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้ยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). รายงานประจำปี 2565. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2566, จาก <https://www.dbd.go.th/storage/manual/328ae223-5d4f-4b33-8b66-05b0e5265008.pdf>
- กรมสรรพากร. (2563). กรมสรรพากรพร้อมเปิดให้บริการคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์ เริ่ม 1 พฤษภาคม 2563 ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2566, จาก https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/news/news28_2563.pdf
- กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต. (2564). การรับรู้และการทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมกับการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเพื่อวัดความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร, 16(1), 198-222.
- ณัฐภัทร ขาวค่างพลู พงษ์นรินทร์ ปิ๊ดจรัส ตามอุรา สาตนะม พจนา บามขุนทด ณัฐ นิลสมัคร และ ณพวรรณ สันนุศิริ. (2566). ทัศนคติที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทย. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 23(2), 53-66.

- ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดารณี พานทอง. (2564). ทฤษฎีแรงจูงใจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไทยรัฐ. (2566). คืบหน้ามูลค่าเพิ่มให้ผู้ประกอบการผ่านพร้อมเพย์เท่านั้น ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 67. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2567, จาก https://www.thairath.co.th/money/personal_finance/banking_bond/2747220
- ธงชัย วะจะสุวรรณ และ เจษฎา วงศ์แสนสุขเจริญ. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้โดรนเพื่อการเกษตรในอุตสาหกรรมเกษตร. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 14(1), 143-157.
- ธีรภาวิชัย พึ่งเมือง. (2560). การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยีพร้อมเพย์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นัยน์พร ชุมเกษียร. 2563. อิทธิพลทางสังคม และทัศนคติที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดของพนักงานในบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทินี บุญยปรารภชัย. (2565). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ และเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เนชั่นแนล ไอทีเอ็มเอ็กซ์. (2566). สถิติพร้อมเพย์ (ณ 30 กันยายน 2566). ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2567, จาก https://web.facebook.com/NationalTMX?locale=th_TH
- ปัทมทิพย์ จอมจักร และ ฤทธิกร พุ่มพวง. (2565). อิทธิพลของความเชื่อมั่นไว้วางใจ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีความพึงพอใจดิจิทัลที่มีต่อความตั้งใจใช้สกุลเงินคริปโต. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 15(2), 37-55.
- ภรณ์ทิพย์ ทิพย์โส. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการระบบพร้อมเพย์ของสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ดจังหวัดระยอง. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- โพสทูเดย์. (2561). พร้อมเพย์ นำไทย สู่มั่งคั่งไร้เงินสด. ค้นเมื่อ 11 เมษายน 2567, จาก <https://www.posttoday.com/business/565009>
- รังสิณี ขาสสุวรรณ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และสุพิศ ฤทธิ์แก้ว. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 11(1), 159-174.
- วนาลย์ แก้วศรี และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของเจนเนอเรชั่น Y และ Z. วารสารนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, 6(3), 20-30.
- วรภรณ์ ด่านศิริ กาย นิลวดี พิษขากร พินไธสงค์ ศศิวิมล แซ่บ่าง และ ศศิวิมล แสงวงมิต. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านผู้ให้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 14(2), 31-47.
- วันสนันท์ ผ่องแผ้ว และ ลัดดา ปินตา. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี e-Payment ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา, 9(1), 1-10.

สุเมธ ศิริคุณโชติ กำธร สิริชูติวงศ์ อติศักดิ์ สืบประดิษฐ์ และ ภริตน์ เจียรนัย. (2562). *ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ปี 2562*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือนแก้ว.

ศิริพร มงคลรัตนาสีห์ และ ศศิวิมล มีอำพล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานบริการชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบไร้สัมผัส. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 8(2), 16-32.

ศศิธร พุ่มขจร และ โกวิท ทรัพย์ศาล. (2564). การศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์. *วารสารรังสิตสารสนเทศ*, 27(1), 136-152.

สุชาร์ตน์ บุญอยู่ ชูใจ สุภัทพิศาล กนกอร บุญมาเกิด สมใจ บุญทานนท์ และ ธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 5(1), 45-56.

สุวรรณา แซ่ฟ่าน. (2561). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และความเสี่ยง ต่อความตั้งใจเลือกชำระค่าใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านทางนโยบายแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการ. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

โสจิรัตน์ อาจารย์ยางกูร และ เจษฎา วงศ์แสนสุขเจริญ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในองค์กรของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 14(4), 67-83.

สุเมธ ผึ้งผู้นำ. (2562). การศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านการบริการพร้อมเพย์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

หนึ่งฤทัย ผ่องศรี. (2564). อิทธิพลของการรับรู้การใช้นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ธนาคารออนไลน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในยุคโควิด-19. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อารียา ศุภยนต์. (2562). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดิจิทัลทางการเงินของธนาคารกรุงเทพในจังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

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

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Massachusetts : Addison-Wesley.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey : Prentice Hall Inc.

Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating non-response bias in mail surveys, *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.

Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results*. Cambridge : MIT Sloan School of Management.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. 7th ed. New York : Pearson.

Lee, M., & Turban E. (2001). A trust model for consumer internet shopping. *Journal of Electronic Commerce*, 6(1), 75-91.

National e-Payment. (ม.ป.ป.). *National e-Payment เป็นระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์*. ค้นเมื่อ 21 มกราคม 2566, จาก <https://www.epayment.go.th/home/app/home>

Salam, A. F., Iyer, L., Palvia, P., & Singh, R. (2005). Trust in E-commerce. *Communications of the ACM*, 48(2), 72-77.

Yamane, T. (1970). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd ed. Tokyo : John Weatherhill, Inc.

การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างงานและรายได้ตามความรู้ ความสามารถ ได้อย่างเหมาะสม

Encouragement and Development of the Knowledge Potential for the Elderly in Roi Et Province by Using Digital Technology to Create Jobs and Income according to Their Appropriate Knowledge and Abilities

สุนันวดี พละศักดิ์* และ อุณนดาทร มุลเพ็ญ²

Sunanvadee Palasak* and Unnadathorn Moonpen²

Received : December 24, 2023 Revised : March 3, 2024 Accepted : March 22, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด (2) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ให้ผู้สูงอายุสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการถ่ายทอดองค์ความรู้ การวิจัยใช้วิธีการวิจัยและพัฒนาแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ประกอบด้วย ทฤษฎีฐานความรู้ ความสามารถในการถ่ายโอนความรู้ การจัดการแรงงานผู้สูงอายุ และเทคโนโลยีดิจิทัล (แพลตฟอร์ม) กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ดตามขอบเขตพื้นที่วิจัย 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองร้อยเอ็ด อำเภอธวัชบุรี และอำเภอเสลภูมิ เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกและกระบวนการสนทนากลุ่ม คณะวิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและกำหนดแก่นสารจากการตีความ ตรวจสอบคุณภาพของการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า ผลวิจัยพบว่า 1) กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุถ่ายทอดองค์ความรู้ได้จำนวน 3 เรื่อง คือ การแปรรูปข้าว การนวดเพื่อสุขภาพ และการทอเสื่อกก 2) ผู้สูงอายุมีความรู้การถ่ายโอนความรู้บนแพลตฟอร์มซึ่งเป็นช่องทางสร้างรายได้ที่ไม่ต้องใช้เวลาทำงานเพื่อแลกเงิน (passive income) และ 3) ผลประเมินความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อแพลตฟอร์มในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.17, S.D. = 0.75) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านออกแบบ (Mean = 4.23, S.D. = 0.70) ความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านสุนทรียะในการออกแบบ (Mean = 4.10, S.D. = 0.82) และผลประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแพลตฟอร์มในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.06, S.D. = 0.69) ความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหาและด้านสุนทรียะในการออกแบบ (Mean = 4.25, S.D. = 0.50) ความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านสมรรถนะการใช้งาน (Mean = 3.75, S.D. = 0.96)

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ องค์ความรู้ เทคโนโลยีดิจิทัล ศักยภาพการพัฒนา

^{*2} อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

² Lecturer, Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

Corresponding author E-mail: nada_moon2523@hotmail.com

Abstract

This research aims to (1) to study the knowledge of occupational groups of the elderly in Roi Et Province; (2) to encourage and develop the knowledge potential of the elderly in using digital technology to transfer knowledge. The research applied research and development methods. The concepts and theories used included Knowledge-Based View, knowledge transfer capability, elderly workers management, and digital technology (platform). Sample groups are occupational groups of the elderly in Roi Et Province according to the research area of 3 districts, consisting of Roi-Et district; Thawat Buri district; and Selaphum district. The research tools were the questionnaire and the semi-interview form for in-depth interview and focus group. Researchers used content analysis and thematic analysis. Qualitative investigation of data analysis by triangulation approach. Research result found that 1) occupational groups of the elderly can extract 3 areas of knowledge including rice processing; health massage; and reed mat weaving, 2) elderly people have the knowledge to transfer knowledge on the platform, which is a channel to create the passive income, and 3) the evaluation results of the elderly satisfaction with the platform in overall were at a high level of satisfaction (Mean = 4.17, S.D. = 0.75), the highest satisfaction was the design (Mean = 4.23, S.D. = 0.70), the lowest satisfaction was the aesthetic design (Mean = 4.10, S.D. = 0.82) and the evaluation results of the experts satisfaction with the platform in overall were at a high level of satisfaction (Mean = 4.06, S.D. = 0.69), the highest satisfaction were the content and the aesthetic design (Mean = 4.25, S.D. = 0.50), the lowest satisfaction was the usage competency (Mean = 3.75, S.D. = 0.96).

Keywords : Elderly, Knowledge, Digital Technology, Developing Ability

1. บทนำ

โลกกำลังเผชิญกับการเพิ่มจำนวนผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดจากการลดอัตราการเกิดและการยืดอายุของประชากรในหลายประเทศ ซึ่งอาจส่งผลให้มีภาระงานด้านการดูแลสุขภาพและเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นสำหรับระบบสวัสดิการสังคมและครอบครัว (Li et al., 2023) สถานการณ์การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ผสมกับปัญหาผู้สูงอายุไม่มีงานทำหลังอายุ 60 ปี ขาดการวางแผนเตรียมความพร้อมด้านการเงินสำหรับวัยเกษียณการดูแล ดังนั้นผู้สูงอายุจึงต้องการสนับสนุนจากครอบครัวและสังคมในการช่วยให้ผู้สูงอายุมีชีวิตที่คุณภาพและมีความเป็นอิสระในการดำรงชีวิตประจำวัน ผู้สูงอายุมักมีความต้องการในการดูแลสุขภาพที่มากขึ้น เนื่องจากมีโอกาสเจ็บป่วยเรื้อรังและเป็นโรคเรื้อรังมากขึ้นเมื่ออายุมากขึ้น (Bui & Luong, 2023) การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยังส่งผลต่อเศรษฐกิจและความยากจนของประเทศไทยอย่างแรง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อยู่ในครัวเรือนยากจนได้รับผลกระทบทั้งทางด้านสุขภาพและสถานะทางเศรษฐกิจต้องเผชิญกับความยากลำบากในชีวิตมากขึ้น ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมา ล้วนท้าทายความสามารถในการแก้ไขปัญหาของแต่ละประเทศ ทำให้รัฐบาลและครอบครัวของผู้สูงอายุต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อดูแลผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (Sukkaphat, 2022)

ประเทศไทยกำหนดให้เรื่องสังคมผู้สูงอายุเป็นวาระแห่งชาติ มีการสร้างนโยบายและโครงสร้างสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ เช่น เบี้ยยังชีพสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงการให้บริการสุขภาพและการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในระดับชุมชน และมีแผนปฏิบัติการด้านผู้สูงอายุเพื่อเตรียมสังคมไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ เช่น การเตรียมประชากรสำหรับการส่งเสริมและพัฒนา

ผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพและการคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ (Supromin & Choonhakhilai, 2019) กรมกิจการผู้สูงอายุเป็นส่วนราชการที่มีการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพ การจัดสวัสดิการ และการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้สูงอายุ ผ่านการเสนอนโยบาย การพัฒนางานวิชาการด้านมาตรการ กลไก องค์ความรู้ และนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน การส่งเสริมและสนับสนุนในเชิงวิชาการ และการปฏิบัติงานในพื้นที่เป้าหมายภายใต้การบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วน และนโยบายส่วนใหญ่เน้นการสนับสนุนรายได้หรือสวัสดิการให้กับประชากรผู้สูงอายุที่ขาดแคลน ในขณะที่การจัดการทรัพย์สินทั้งที่เป็นทรัพย์สินที่จับต้องได้และทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ของผู้สูงอายุยังขาดการให้ความสำคัญในระยะยาว (ภูมิ มูลศิลป์, 2564) อีกทั้ง การดูแลผู้สูงอายุระยะยาวของประเทศไทยส่วนใหญ่ยังอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของครอบครัวผู้สูงอายุตามรากฐานวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดมาและสนับสนุนช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชนส่วนอื่น ๆ ตามความสามารถและทุนทางสังคมของแต่ละพื้นที่ ซึ่งก็สะท้อนว่าไม่เพียงพอทั้งทางด้านงบประมาณจากรัฐที่ได้รับการจัดสรรเบี้ยคนชราไม่ถ้วนหน้า และบุตรหลานประสบปัญหาทางเศรษฐกิจทำให้รายได้ไม่พอเพียงต่อรายจ่ายในครัวเรือน ทำให้ต้องละทิ้งผู้สูงอายุให้อยู่เพียงลำพังกับเด็กเยาวชนเพื่อเข้าสู่เขตเศรษฐกิจที่ใหญ่กว่า หางานสร้างรายได้เพิ่มนอกฤดูทางการเกษตร (Supromin & Choonhakhilai, 2019)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและเสริมแรงให้ผู้สูงอายุได้รับรู้ถึงศักยภาพที่ตนเองมีอยู่และสามารถใช้ศักยภาพนั้นร่วมกับเทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น (อาชัญญา รัตนอุบล, 2562) และปัจจุบันนี้เทคโนโลยีดิจิทัลมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ทำให้สามารถเลือกเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมต่อการใช้งานตามความสามารถเพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุได้ ด้วยเหตุนี้ การดำเนินโครงการวิจัยการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างงานและรายได้ตามความรู้ความสามารถได้อย่างเหมาะสมครั้งนี้ จึงได้นำองค์ความรู้แนวคิดทฤษฎีที่หลากหลายและทันสมัยมาพัฒนาโครงการวิจัยเพื่อส่งเสริมและศักยภาพของตัวผู้สูงอายุให้นำองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวผู้สูงอายุมานวนกกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เกิดรายได้และสามารถดูแลตนเองทางด้านเศรษฐกิจและสังคม เพื่อลดการพึ่งพิงจากบุคคลภายนอกให้ได้มากที่สุด ภายใต้เงื่อนไขของสภาพร่างกายที่เริ่มเสื่อมถอยลงและสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งส่งเสริมและพัฒนาการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ฝังอยู่ในกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ดด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องเหมาะสม เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์ย่อย ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด (2) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ให้ผู้สูงอายุสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการถ่ายทอดองค์ความรู้

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

การจัดการแรงงานผู้สูงอายุ (Elderly Workers Management) ตามแนวคิดการสูงวัยอย่างมีศักยภาพ (Active Aging) สถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทยและจังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้สูงอายุเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติของสิ่งมีชีวิต ซึ่งความหมายของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความหมายว่าเป็นบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง ซึ่งในการศึกษารวบรวมข้อมูลประชากรผู้สูงอายุได้แบ่งผู้สูงอายุเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุตอนต้น หมายถึงบุคคลที่มีอายุ 60 - 69 ปี และผู้สูงอายุตอนปลาย หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 70 ปี ขึ้นไป (Karayiannis, 2022) ประเทศไทยได้เข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุ (Aging Society) แล้ว ในปี พ.ศ. 2560 ประชากรทั้งหมดประมาณ 66.2 ล้านคน เป็นประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากถึง 10.2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.4 ของประชากรทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Complete Aged Society) ทั้งนี้จากการคาดการณ์ พบว่า

ในปี พ.ศ.2568 ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 19.8 ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด การเข้าสู่สังคมสูงวัยทำให้สังคมไทยต้องเผชิญกับประเด็นท้าทายต่อคุณภาพชีวิตของประชากรสูงอายุทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ (Somsopon et al., 2022)

นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดร้อยเอ็ด ดำเนินการจัดทำรายงานสถานการณ์ ในปี พ.ศ. 2565 พบว่า ประชากรผู้สูงอายุช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 241,866 คน คิดเป็นร้อยละ 18.66 จากประชากร จังหวัดร้อยเอ็ดทั้งสิ้น 1,296,013 คน ผู้สูงอายุบางส่วนไม่ได้เตรียมความพร้อมทำให้ต้องอยู่ตามลำพัง หรือบุตรหลานต้องละทิ้งผู้สูงอายุเพื่อหารายได้ ต่างพื้นที่ ส่งผลให้ผู้สูงอายุต้องดูแลสุขภาพที่เสื่อมลงและโรคต่าง ๆ ตามวัยด้วยตัวเองหรือบางกรณี ต้องดูแลหลานที่ผู้ปกครองให้ดูแลแทน ก่อให้เกิดปัญหาทางจิตใจ อารมณ์ และสังคม (Meemon & Paek, 2020) ด้านผู้สูงอายุ ที่เกษียณอายุจากราชการ รัฐวิสาหกิจ หรืองานเอกชน มักมีค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีพ ดูแลสุขภาพ และรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุต้องเผชิญกับปัญหาด้านเศรษฐกิจ ซึ่งอัตราค่าใช้จ่ายเหล่านี้ (Naruetharadhol et al., 2021)

ด้วยเหตุนี้ การจัดการแรงงานผู้สูงอายุจึงเป็นประเด็นที่ท้าทายของแต่ละประเทศในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการช่วงอายุของแรงงานที่ต้องเผชิญกับการลดลงของแรงงานวัยหนุ่มสาวสวนทางกับการเพิ่มมากขึ้นของจำนวนแรงงาน สูงอายุ ดังนั้น การจัดการแรงงานผู้สูงอายุเป็นกระบวนการที่ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากผู้สูงอายุสามารถเป็นทรัพยากร มีคุณค่าและสามารถมองเห็นแนวโน้มในธุรกิจได้ อีกทั้งยังส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความรู้ที่มี (Rinsky et al., 2022) องค์การอนามัยโลกได้เสนอแนวคิด Active Aging ขึ้นมาในปี ค.ศ. 2002 เพื่อแก้ไขปัญหาการเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุทั่วโลกและเป็นแนวทางให้แก่ประเทศต่าง ๆ นำไปปรับใช้ในการกำหนดนโยบาย การศึกษาและงานวิจัยที่ผ่านมาในประเทศไทยแปลความหมาย Active Aging หลากหลาย เช่น พุดตพลิง ผู้สูงวัยที่ทรงพลัง การสูงวัยอย่างมีศักยภาพ วุฒิวิทย์ และความเป็นผู้สูงอายุที่มีพลังเชิงรุก (ประภาเพ็ญ สุวรรณ และ มณีรัตน์ ธีระวิวัฒน์, 2564) บทความนี้ใช้ คำว่า “การสูงวัยอย่างมีศักยภาพ” หมายถึง ผู้สูงอายุที่ใช้ชีวิตในเชิงบวกด้วยตนเองอย่างมีคุณค่า นอกจากนี้ มีแนวคิดที่คล้ายแนวคิดการสูงวัยอย่างมีศักยภาพ เช่น แนวคิดการสูงวัยที่ประสบความสำเร็จ (Successful Aging) สะท้อนถึงผู้สูงอายุที่สามารถปรับเปลี่ยน บทบาทหน้าที่ให้เหมาะสมกับศักยภาพที่มี (ประภาเพ็ญ สุวรรณ และ มณีรัตน์ ธีระวิวัฒน์, 2564; Wongsala et al., 2021)

ทฤษฎีฐานความรู้ (Knowledge-Based View: KBV) และความสามารถในการถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer Capability)

ทฤษฎีฐานความรู้ (KBV) กล่าวครั้งแรกโดย Grant (1996) ถึงการจัดเก็บองค์ความรู้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรหรือ กลุ่มคนที่เป็นเจ้าขององค์ความรู้ นั้น และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งผู้สูงอายุเป็นกลุ่มบุคคลที่ได้สั่งสมความรู้ที่ผ่านการบูรณาการกับทักษะชีวิตมายาวนาน จึงมีภูมิปัญญาลักษณะเป็นความรู้ ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ที่หากมีการถ่ายทอดก็จะเป็นประโยชน์แก่สังคมเกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจ ช่วยให้ผู้สูงอายุมี รายได้สามารถพึ่งพาตนเองได้ เป็นการสร้างคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุ เมื่อพิจารณาถึงความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ ในการทำงานที่ผู้สูงอายุสะสมมาเป็นเวลานานด้วยแล้ว (Huang et al., 2019) ผสมกับความสามารถในการถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer Capability) ที่สะท้อนถึงความสามารถในการโอนย้ายความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลจากบุคคลหรือ กลุ่มคนหนึ่งไปยังบุคคลหรือกลุ่มคนอื่นให้มีความเข้าใจและเกิดประโยชน์จากความรู้ดังกล่าว ดังนั้น การส่งเสริมพัฒนา ศักยภาพให้ผู้สูงอายุมีความสามารถในการถ่ายโอนความรู้ไปยังผู้สนใจจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะยังประโยชน์ให้กับสังคม โดยรวม กล่าวคือ ผู้สูงอายุมีรายได้ มีคุณภาพชีวิตเหมาะสมตามวัย ซึ่งถือเป็นการใช้ชีวิตอย่างมีศักยภาพ (Fasbender & Gerpott, 2022; Huang et al., 2019) ผู้สูงอายุจึงนับว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการเป็นแหล่งความรู้ ทักษะ และประสบการณ์

การเรียนรู้ที่ผ่านมาในอดีตสอดคล้องกับแนวความคิดของทฤษฎีทฤษฎีฐานความรู้ (KBV) ที่งานวิจัยครั้งนี้พัฒนาขึ้นจากแนวคิดที่องค์ความรู้ของผู้สูงอายุที่มีทักษะพร้อมการสร้างรายได้จากการถ่ายโอนความรู้ของตนเองที่ชำนาญให้แก่ผู้อื่นได้เรียนรู้

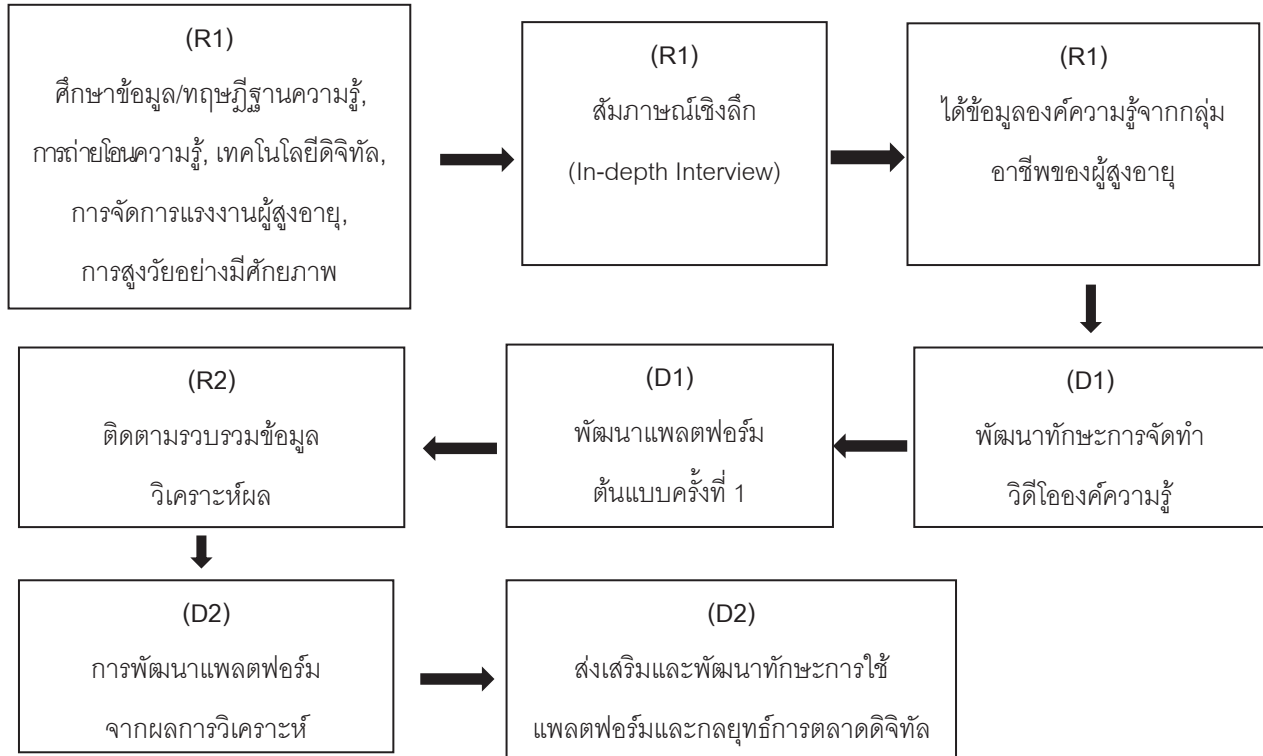
เทคโนโลยีดิจิทัลและความสามารถในการถ่ายโอนความรู้ของผู้สูงอายุ

ความสามารถในการโอนย้ายความรู้และเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสัมพันธ์กันอย่างมีความสำคัญและเชื่อมโยงกัน ในหลาย ๆ ด้าน เช่น เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยสร้างเครื่องมือการเรียนรู้ที่สนับสนุนกระบวนการโอนย้ายความรู้ อาจเป็นแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ แอปพลิเคชันเพื่อเรียนรู้เอง หรือเครื่องมือที่ช่วยในการแบ่งปันความรู้ หรือการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (VR) เทคโนโลยีช่วยเร่งการนำความรู้จากการโอนย้ายไปสู่การปฏิบัติได้อย่างรวดเร็ว และเทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อการฝึกฝนและประสบการณ์ในสถานการณ์จริง (Deng & Lu, 2022) การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้การเรียนรู้ แลกเปลี่ยน แบ่งปัน ถ่ายโอนองค์ความรู้ และทักษะ มีความยืดหยุ่นและสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยได้ใช้เป็นช่องทางในการถ่ายโอนความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจทักษะอาชีพนั้น ๆ นำมาสู่การสร้างรายได้ที่ไม่ต้องใช้เวลาทำงานเพื่อแลกเงิน (Passive Income) แต่สามารถได้รับผลตอบแทนจากการเป็นเจ้าของทรัพย์สินใดสิ่งหนึ่ง (Bandyopadhyay & Singh, 2022) สถานการณ์สังคมสูงวัยของประเทศไทย จึงมีความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนมาตรการรองรับสังคมสูงวัยคนไทยอายุยืนในทุกมิติ ทั้งมิติเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม สุขภาพ และสังคม (Kleechaya, 2021)

การส่งเสริมและพัฒนาทักษะการจัดทำวิดีโอองค์ความรู้และมีแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุนั้น ช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุให้สามารถสื่อสารองค์ความรู้ได้หลากหลาย ทำให้เกิดศักยภาพที่ก่อให้เกิดประโยชน์และรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุได้อีกช่องทางหนึ่ง และสามารถช่วยให้ผู้สูงอายุปรับเปลี่ยนทัศนคติต่อการใช้งานอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ผ่านการเรียนรู้ซึ่งก่อให้เกิดความคุ้นเคยกับอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีผ่านแพลตฟอร์ม และทำให้ผู้สูงอายุเข้าสู่ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (ญาณิศา นุตลักษณ์ และเสาวลักษณ์ พันธบุตร, 2563)

จากการศึกษาแนวคิดที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดการจัดการแรงงานผู้สูงอายุตามแนวคิดการสูงวัยอย่างมีศักยภาพ (Suwan & Therawiwat, 2021; Wongsala et al., 2021) ทฤษฎีฐานความรู้ความสามารถในการถ่ายโอนความรู้ (Fasbender & Gerpott, 2022; Huang et al., 2019) และเทคโนโลยีดิจิทัล (Kleechaya, 2021) งานวิจัยครั้งนี้จึงได้ตั้งสมมติฐาน คือ ผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ดมีองค์ความรู้ที่สามารถถ่ายโอนให้แก่ผู้อื่นผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถสร้างรายได้ โดยขอบเขตการวิจัยด้านพื้นที่และขนาด คือ กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุจำนวน 3 กลุ่ม ในจังหวัดร้อยเอ็ด และกำหนดกรอบแนวคิดตามรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ขั้นตอนดังนี้

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ รายละเอียดและแผนการดำเนินงานวิจัยมีดังต่อไปนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่างและพื้นที่เป้าหมาย การวิจัยครั้งนี้ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีเกณฑ์ (Criterion Sampling) ตามวัตถุประสงค์โครงการ โดยการจัดประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์และเป้าหมายการวิจัยตามแนวทางจริยธรรมในมนุษย์กับกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุจาก 3 อำเภอของจังหวัดร้อยเอ็ด คือ อำเภอเมือง อำเภอธวัชบุรี และอำเภอเสลภูมิ เพื่อคัดเลือก 3 กลุ่มอาชีพที่มีผู้สูงอายุเป็นสมาชิกหลักของกลุ่ม อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ไม่จำกัดเพศ การศึกษา และอาชีพ โดยกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุต้องสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัยอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 1 ปี

3.2 เครื่องมือวิจัยและการเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้มีการใช้เครื่องมือดังนี้

(1) **นักวิจัยผู้เก็บข้อมูล** เป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพในช่วงการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้สูงอายุที่ถือเป็นกลุ่มตัวอย่างเปราะบาง ดังนั้น นักวิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยทุกท่านจึงเข้าร่วมอบรมจริยธรรมในมนุษย์และอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างความเข้าใจในประเด็นคำถามให้ตรงกันตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

(2) **แนวประเด็นคำถาม** ที่ถูกใช้ในช่วงการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มเป็นแนวคำถามที่มีการพัฒนามาจากการนำแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์ความรู้ ทักษะที่ใช้ในการทำงานในกลุ่มอาชีพ โดยมี

ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์ เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ช่วยให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่น และทำให้ผู้ให้ข้อมูลถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเป็นจริงมากที่สุด แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ขั้นเริ่มสนทนา ขั้นเข้าสู่ประเด็นที่จะศึกษา และขั้นปิดสนทนา

(3) **แบบสอบถาม** เป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เป็นเครื่องมือใช้เก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (แพลตฟอร์ม) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการออกแบบแพลตฟอร์ม และผู้เชี่ยวชาญสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบแพลตฟอร์ม เพื่อนำแนวคิดมาปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบคณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่วมนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยได้คะแนน IOC มากกว่า 0.5 อยู่ระหว่าง 0.68 – 1.00 จากนั้นทำไปทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการนำไปทดลองใช้จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มอาชีพผู้สูงอายุ แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ได้ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.75 – 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Nunnally, 1975) คณะผู้วิจัยจึงนำเข้าเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อกรรมการจริยธรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพื่อเก็บสถิติเชิงพรรณนา การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงมีดังนี้ (1) **ข้อมูลจากแบบสอบถาม** ได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) **ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม** เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ไม่สามารถวัดหรือนับได้ตามตัวเลข ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการวิเคราะห์ แยกแยะรายละเอียดตามประเด็น จากนั้นจัดหมวดหมู่และสรุปข้อมูล

ด้านการตรวจสอบคุณภาพการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ด้วยผู้วิจัย (Investigate triangulate) ใช้ผู้วิจัย 2 คน และผู้ช่วยวิจัย 1 คน คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การจัดเวทีและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม นำมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลสนับสนุนในประเด็นต่าง ๆ และผู้สูงอายุที่ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจนสามารถให้ข้อมูลได้ทั้งในทางลึกและกว้าง (Information-Rich Cases) จนได้ข้อมูลที่อุดมด้วย (Lokot, 2021)

3.4 การเก็บข้อมูลและระยะเวลาวิจัย งานวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานเป็นระยะเวลา 1 ปี โดยผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาทุนด้านการวิจัยของกระทรวงวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กลุ่ม Basic Research Fund ปีงบประมาณ 2566 และเริ่มดำเนินการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2566 โดยมีแผนการดำเนินงานวิจัยตามกรอบแนวงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยวางแผนงานตามกรอบแนวคิดวิจัยดังต่อไปนี้

- 1) ศึกษาข้อมูล ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ทฤษฎีฐานความรู้ การถ่ายโอนความรู้ เทคโนโลยีดิจิทัล (แพลตฟอร์ม) การจัดการแรงงานผู้สูงอายุ และการสูงวัยอย่างมีศักยภาพ
- 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่อยู่ในกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุและเป็นแกนนำของกลุ่มอาชีพ จำนวนกลุ่มละ 3 คน จาก 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุจากอำเภอเมือง อำเภอธวัชบุรี และอำเภอเสลภูมิ รวมทั้งสิ้น 9 คน เป็นระยะเวลาประมาณคนละ 30 – 60 นาที พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีการจัดการองค์ความรู้ และทักษะที่ใช้ในการทำงานในกลุ่มอาชีพ เนื่องจากองค์ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลมีลักษณะเฉพาะจากการสะสมทักษะประสบการณ์

ตัวบุคคล ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเลือกวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก เพราะมีความยืดหยุ่นและสื่อสารได้สองทางทำให้เข้าถึงข้อเท็จจริงของข้อมูลได้ทั้งทางลึกและทางกว้างขององค์ความรู้ที่ซ่อนเร้นในตัวของผู้สูงอายุที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก

3) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ข้อมูลองค์ความรู้จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งทั้งแหล่ง เวลา สถานที่ และบุคคลที่แตกต่างกันออกไป เพื่อทดสอบว่าถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปแล้ว ข้อมูลจะยังคงเดิมหรือไม่

นอกจากนี้ ความเชื่อถือได้ของงานวิจัยนี้ยังได้จากการตรวจสอบแบบสามเส้าของคณะผู้วิจัยทุกคนที่มีความเข้าใจ ความรู้ และทักษะประสบการณ์ด้านงานวิจัยเชิงคุณภาพ และระหว่างการทำดาเนินการวิจัยยังมีการประชุมกันเป็นระยะเพื่อตรวจสอบซึ่งกันและกันทั้งในด้านความคิด วิธีการวิเคราะห์ และการตีความ ซึ่งการวิเคราะห์จะทำทันทีทุกครั้ง ที่คัดลอกเนื้อหาข้อมูลจากเสียงบันทึกการสัมภาษณ์มาเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ จากนั้น คณะนักวิจัยจะนำมาอ่านหลายรอบ เพื่อทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ นำไปสู่การจัดกลุ่มข้อมูลและตีความ และนำข้อมูลองค์ความรู้ที่วิเคราะห์ออกมาได้นำกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลได้ตรวจสอบว่าตรงกับที่ผู้ให้ข้อมูลได้ให้สัมภาษณ์ไว้หรือไม่ ดังกล่าวนี้จะช่วยให้เกิดอคติและได้องค์ความรู้ที่ชัดเจนแม่นยำ

4) ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุเป้าหมายของงานวิจัยนี้/ทั้ง 3 กลุ่ม รวม 60 คน โดยคณะผู้วิจัยได้จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้สูงอายุในการใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล (แพลตฟอร์ม) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของความรู้ของผู้สูงอายุที่มนั้นให้สามารถสร้างคอนเทนต์องค์ความรู้ของกลุ่มตนเองได้ เมื่อวันที่ 20 - 22 มีนาคม 2566

5) คณะผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาแพลตฟอร์ม ต้นแบบครั้งที่ 1 โดยใช้ข้อมูลที่ผ่านมาวิเคราะห์การออกแบบจากการขั้นตอนการศึกษาที่ผ่านมาขึ้นต้นทั้งหมด

6) ติดตามรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผล โดยคณะผู้วิจัยได้นำแบบร่างให้กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุทั้ง 3 กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้ จากนั้น จัดกลุ่มสนทนาแต่ละกลุ่มย่อยเพื่อรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ยังส่งให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินและเสนอแนวทางปรับปรุงแก้ไข

7) นำผลจากการประเมินจากกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุทั้ง 3 กลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขแพลตฟอร์ม พร้อมจัดทำคู่มือการใช้งานแพลตฟอร์ม

8) คณะผู้วิจัยได้ทำการอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้แพลตฟอร์มและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ให้แก่กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุทั้ง 3 กลุ่มเป้าหมาย รวม 60 คน และทำการสรุปผลจากการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของความรู้ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างงานและรายได้ตามความรู้ ความสามารถ ได้อย่างเหมาะสม สามารถสรุปผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด (2) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ให้ผู้สูงอายุสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ดังนี้

1. สถานการณ์ผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด สภาพเศรษฐกิจและรายได้บางส่วนของผู้สูงอายุมีรายได้คงที่และจำกัดจากเงินบำนาญหรือการสนับสนุนจากครอบครัว ส่งผลให้มีความยากลำบากในการจัดการเรื่องเงินทุนในการใช้ชีวิตประจำวัน

และการดูแลรักษาพยาบาล ด้านสถานการณ์สุขภาพของผู้สูงอายุนั้นมีความหลากหลาย บางคนยังคงมีสุขภาพดีและสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ในขณะที่บางคนมีปัญหาเรื่องสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ต้องการการดูแลเพิ่มเติม ด้านการศึกษาและเข้าร่วมสังคม พบว่า ผู้สูงอายุมีการเรียนรู้สิ่งใหม่ และการพัฒนาทางด้านความรู้และทักษะสำหรับผู้สูงอายุจากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาลในพื้นที่ใกล้ที่พักอาศัย เพื่อให้พวกเขามีความเข้าใจและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้

กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวน 3 กลุ่ม รวม 60 คน จาก 3 อำเภอ เป็นไปตามเป้าหมายของโครงการ โดยเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ให้ข้อมูลหลักตามเกณฑ์วัตถุประสงค์ที่ศึกษาและระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจของแต่ละชุมชนมองเห็นคุณค่าของทักษะ ความเชี่ยวชาญในเชิงบวกและเห็นประโยชน์ในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่นที่สนใจเรียนรู้ซึ่งสอดคล้องด้วยตนเองอย่างมีคุณค่า สอดคล้องกับ Suwan และ Therawiwat (2021) และ Wongsala et al. (2021) ที่กล่าวว่า ผู้สูงอายุที่สามารถปรับบทบาทตนเองเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้และทักษะจะช่วยเสริมศักยภาพผู้สูงอายุเป็น ผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ (Active Aging) มีบทบาทในการพัฒนาชุมชน และเป็นการบริหารจัดการแรงงานผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับวัยวุฒิ คุณวุฒิ ความเชี่ยวชาญสอดคล้องกับความรู้กลับคืนสู่สังคม

องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกมีเนื้อหา 3 องค์ความรู้หลัก ดังนี้

1.1 การแปรรูปข้าวเป็นแป้งสำเร็จรูป โดยกลุ่มผู้สูงอายุจากอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเรื่องการแปรรูปแป้งจากข้าวเจ้าและข้าวเหนียวเป็นแป้งสำเร็จรูปที่พร้อมทำขนมอบต่าง ๆ เพื่อให้ทดแทนแป้งสำเร็จรูปจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของกลุ่มผู้สูงอายุ พร้อมจัดทำคลิปวิดีโอสาธิตการทำแป้งสำเร็จรูป และสาธิตการทำขนมโดนัทจากแป้งข้าวสูตรเฉพาะปลอดสารพิษไขมันต่ำ น้ำตาลน้อย ซึ่งเหมาะสมกับการเป็นของว่างทานเล่นให้กับผู้สูงอายุรับประทาน สอดคล้องกับ Bandyopadhyay และ Singh (2022) การกล่าวถึง การนำเทคโนโลยีมาช่วยแบ่งปันความรู้และสร้างเป็นช่องทางในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่น และยังสอดคล้องกับ Kleechaya (2021) ที่กล่าวว่า ควรมีการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถนำมาใช้เป็นช่องทางในการสร้างรายได้ที่ไม่ต้องใช้เวลาทำงานเพื่อแลกเงิน

1.2 การนวดเพื่อสุขภาพและนวดผ่อนคลายด้วยสมุนไพร โดยกลุ่มผู้สูงอายุจากอำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งผู้สูงอายุมีความเชี่ยวชาญด้านการกระบวนการใช้การกด สัมผัส และการบีบตัว เพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ลดความตึงเครียด และส่งเสริมความรู้สึกผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ นอนหลับสบาย นอกจากนี้ ผู้สูงอายุยังชำนาญเรื่องการนวดประคบสมุนไพร ซึ่งเป็นกระบวนการผสมผสานระหว่างการนวดและการประคบด้วยสมุนไพรเพื่อสร้างประสบการณ์ผ่อนคลายและบำรุงสุขภาพ วิธีนี้ได้รับความนิยมในการแก้ไขปัญหาเจ็บปวด โดยเฉพาะปวดเมื่อย ปวดกล้ามเนื้อ ไม่ว่าจะเป็นปวดหลัง ปวดคอ ปวดคอ และนวดลดอาการตึงเครียดจากการนำลูกประคบสมุนไพรนำมาดัดบริเวณหน้าผาก ขมับ และต้นคอ เพื่อช่วยในการหายใจของอาการคัดจมูกหรือปวดหัว สอดคล้องกับ Suwan และ Therawiwat (2021) และ Wongsala et al. (2021) ที่กล่าวว่า ผู้สูงอายุมีองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างมากและควรได้รับความเคารพและการสนับสนุนในการแบ่งปันและการใช้ประโยชน์จากความรู้ในชีวิตประจำวันและในการช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในวัยที่มีอายุมากขึ้นได้อย่างเต็มที่

1.3 การทอเสื่ออกและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสื่ออก โดยกลุ่มผู้สูงอายุจากอำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งผู้สูงอายุมีความเชี่ยวชาญด้านการทอเสื่ออก และผู้สูงอายุยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับเสื่ออกได้สูงขึ้น ด้วยการออกแบบลวดลายบนเสื่ออกให้มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ เช่น ทอเป็นรูปหัวใจ ชุ่มประดู่เมืองจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น นอกจากนี้

ผู้สูงอายุยังมีความรู้ความชำนาญในการออกแบบเฟรมให้มีลวดลายตามที่ลูกค้าต้องการได้ สอดคล้องกับ Fasbender และ Gerpott (2022) และ Huang et al. (2019) ที่กล่าวว่า ผู้สูงอายุมีทักษะ ประสิทธิภาพ และความรู้ที่พร้อม ถ่ายโอนความรู้ไปยังคนที่สนใจ ซึ่งถือเป็นการใช้ชีวิตอย่างมีศักยภาพและเป็นประโยชน์ต่อสังคมเป็นอย่างมาก

เห็นได้ว่า ผู้สูงอายุเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญของแหล่งความรู้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นของแต่ละอำเภอในจังหวัดร้อยเอ็ด ทักษะ ประสิทธิภาพของผู้สูงอายุที่ผ่านมาสามารถนำมาถอดเป็นองค์ความรู้เพื่อถ่ายทอดได้ทั้งมิติที่ลึกและกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของทฤษฎีทฤษฎีฐานความรู้ (KBV) และผลการวิจัยของ Huang et al. (2019) ที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้สูงอายุสามารถใช้ความรู้และทักษะส่งต่อให้ผู้สนใจและสามารถสร้างคุณค่าในตนเองให้แก่ผู้สูงอายุและเพิ่มรายได้เสริมให้แก่ผู้สูงอายุ

2. การพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ด้วยการทำให้สารสนเทศและข้อมูลลงบนแพลตฟอร์ม ด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้สูงอายุในการใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ของผู้สูงอายุที่มีนั้น พบว่า ผู้สูงอายุเกิดทักษะการถ่ายวิดีโอและตัดต่อวิดีโอบนมือถือได้ องค์ความรู้ที่มีนั้นให้ถ่ายทอดไปยังผู้อื่นให้ได้รับรู้และเข้าถึงได้ง่าย โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นสื่อกลางสำหรับการสื่อสารถ่ายทอดองค์ความรู้ดังกล่าว โดยจะจำแนกเป็นหมวดหมู่ตามความชำนาญการหรือความรู้ของผู้สูงอายุที่ต้องการถ่ายทอดเป็นเนื้อหาบนสื่อแพลตฟอร์มใหม่ สอดคล้องกับ Deng และ Lu (2022) ที่กล่าวว่า การพัฒนาทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้ผู้ที่มีทักษะนั้น สามารถถ่ายทอดโอนความรู้และทักษะลงสู่แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่ถือเป็นเครื่องมือสำหรับการแบ่งปันความรู้ที่สำคัญมากในปัจจุบันนี้ และสอดคล้องกับ Fasbender และ Gerpott (2022) และ Huang et al. (2019) ที่พบว่า หากผู้สูงอายุสามารถใช้องค์ความรู้และทักษะที่มีในตนเองแล้วนำไปถ่ายทอดที่นำมาสู่การเพิ่มรายได้ช่องทางหนึ่ง ซึ่งถือเป็นส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีช่องทางรายได้ที่เหมาะสมกับวัยและสามารถใช้ชีวิตได้มั่นคงยั่งยืนตามวัย

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาแพลตฟอร์ม (ครั้งที่ 1) เพื่อการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีถ่ายทอดบนสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมการเรียนรู้ โดยวิเคราะห์จากลักษณะของปมเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าทำให้ผู้ใช้งานเห็นชัดเจนและมีความสมดุลองค์ประกอบน้อยเพื่อสื่อสารข้อมูลให้ชัดเจน (วีพร จุญพันธ์เกษม และดารณี ธัญญสิริ, 2564) จากนั้นได้นำไปให้ผู้สูงอายุและผู้เชี่ยวชาญทดลองใช้งานและประเมินความพึงพอใจ หลังจากนั้นจึงนำผลไปพัฒนาแพลตฟอร์มครั้งที่ 2 โดยมีผลการประเมินดังตาราง 1 และตาราง 2

ตาราง 1 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อแพลตฟอร์ม

ด้านที่ประเมิน	ประเมินแพลตฟอร์มครั้งที่ 1			ประเมินแพลตฟอร์มครั้งที่ 2		
	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน	แปลผล
	มาตรฐาน			มาตรฐาน		
1. ด้านเนื้อหา	3.51	0.84	มาก	4.21	0.74	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบ	3.23	0.75	ปานกลาง	4.23	0.70	มากที่สุด
3. ด้านสมรรถนะการใช้งาน	3.49	0.81	มาก	4.15	0.75	มาก
4. ด้านสุนทรียะในการออกแบบ	3.57	0.92	มาก	4.10	0.82	มาก
เฉลี่ยรวม	3.45	0.83	มาก	4.17	0.75	มาก

จากตาราง 1 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อแพลตฟอร์มหลังจากได้ทดลองใช้งานแพลตฟอร์มที่พัฒนาครั้งที่ 2 แล้ว พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.17, S.D.= 0.75) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.23, S.D.= 0.70) รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.21, S.D.= 0.74) และน้อยที่สุดคือ ด้านสุนทรียะในการออกแบบอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.10, S.D.= 0.82)

ตาราง 2 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแพลตฟอร์ม

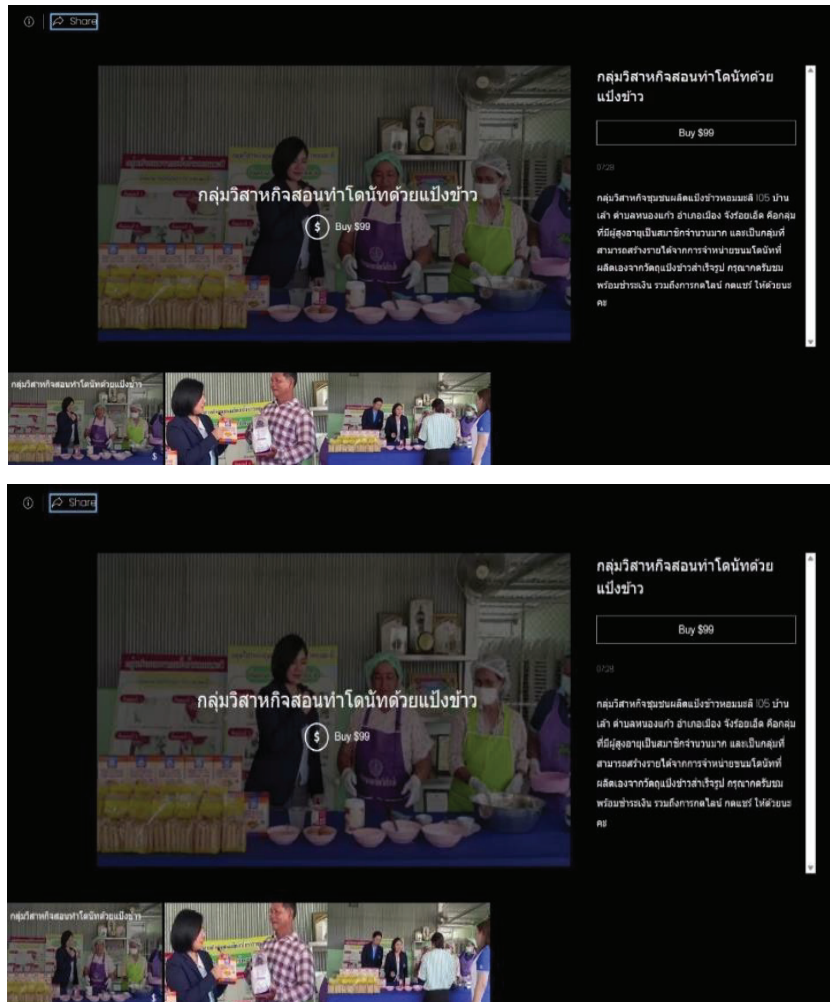
ด้านที่ประเมิน	ประเมินแพลตฟอร์มครั้งที่ 1			ประเมินแพลตฟอร์มครั้งที่ 2		
	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน	แปลผล
	มาตรฐาน			มาตรฐาน		
1. ด้านเนื้อหา	3.25	0.50	ปานกลาง	4.25	0.50	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบ	3.25	0.50	ปานกลาง	4.00	0.82	มาก
3. ด้านสมรรถนะการใช้งาน	2.75	0.95	ปานกลาง	3.75	0.96	มาก
4. ด้านสุนทรียะในการออกแบบ	3.25	0.50	ปานกลาง	4.25	0.50	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	3.12	0.61	ปานกลาง	4.06	0.69	มาก

จากตาราง 1 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแพลตฟอร์มหลังจากได้ทดลองใช้งานแพลตฟอร์มที่พัฒนาครั้งที่ 2 แล้ว พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.06, S.D.= 0.69) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหาและด้านสุนทรียะในการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.25, S.D.= 0.50) รองลงมา คือ ด้านการออกแบบอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.00, S.D.= 0.82) และน้อยที่สุด คือ ด้านสมรรถนะการใช้งานอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.75, S.D.= 0.96)

การพัฒนาแพลตฟอร์มและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการแปรรูปข้าว การนวดเพื่อสุขภาพ การทอเสื่อกกและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก และในแต่ละวิดีโอความรู้จะมีคลิปให้ดูฟรีบางส่วน และหากต้องการดูสูตรเฉพาะหรือเคล็ดลับเพิ่มขึ้น ผู้สนใจต้องชำระค่าถ่ายทอวิดีโอเพิ่มขึ้น 99 บาท ซึ่งสามารถดูได้ไม่จำกัดครั้ง โดยแพลตฟอร์มการเรียนรู้จะช่วยให้สามารถการเรียนรู้ออนไลน์ด้วยตนเองประสบผลสำเร็จมากขึ้น สอดคล้องกับ Deng และ Lu (2022) เพราะถือเป็นแพลตฟอร์มแบ่งปันความรู้ ที่เร่งนำความรู้ที่ถ่ายโอนจากผู้สูงอายุให้แก่ผู้สนใจได้นำสู่การปฏิบัติได้สะดวกสบายมีวิถีโอภาพพร้อมเสียงบรรยายประกอบ ดังรูปภาพประกอบ 2 ทำให้วิดีโอเรียนรู้เด่นและสบายตาเมื่อดูคลิปการเรียนรู้

รูปภาพประกอบ 2

วิดีโอความรู้การแปรรูปข้าว



กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อความสำเร็จของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบด้วย (1) Social Media Marketing (SMM) โดยเชื่อมต่อกับ Social Media แพลตฟอร์มเดียวต่าง ๆ ทั้ง Facebook และ YouTube ดังรูปภาพประกอบ 3 เนื่องจากผู้บริโภคในยุคนี้คุ้นเคยกับ Social Media คณะวิจัยจึงสร้างช่องทาง (Channel) เข้าหาพวกเขาด้วยแนวทางแบบบูรณาการ และมีกลยุทธ์การตลาดบน social media เป็นมากกว่าแค่การสร้างโพสต์ เพราะสามารถการตอบกลับความคิดเห็น ที่พร้อมทำงานแบบอัตโนมัติ สื่อสารกับลูกค้าได้โดยตรง สามารถรับฟังความคิดเห็น ตอบข้อความ แก้ไขปัญหา และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีที่ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจชำระค่าบริการเพื่อเข้าดูคลิปความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัยของ Moslehpour et al. (2021) การเชื่อมแพลตฟอร์มเข้ากับ Social Media จะช่วยกระตุ้นความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคโดยตรง และสามารถให้ผลตอบแทนเป็นรายได้เพิ่มอีกช่องทางหนึ่งแก่ผู้สูงอายุที่เป็นเจ้าขององค์ความรู้ (Bandyopadhyay & Singh, 2022)

รูปภาพประกอบ 3

การเชื่อม Social Media บนหน้าแพลตฟอร์ม



ทั้งนี้ คณะวิจัยยังได้จัดทำคู่มือการใช้งานระบบแพลตฟอร์มช่องทางการจัดจำหน่ายตลาดดิจิทัล และอบรมการใช้งานเพื่อพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพให้แก่ผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด ให้สามารถใช้แพลตฟอร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาองค์ความรู้กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด และนำเทคโนโลยีดิจิทัล (แพลตฟอร์ม) มาบูรณาการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้ผู้สูงอายุสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลนั้นได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยงานวิจัยในอนาคตสามารถที่จะศึกษาองค์ความรู้ของผู้สูงอายุในจังหวัดอื่น ๆ ที่มีองค์ความรู้ ทักษะ ความชำนาญ ด้านอื่น ๆ ที่แตกต่างกันไปตามท้องถิ่น นอกจากนี้ งานวิจัยครั้งถัดไปยังสามารถนำเทคโนโลยีใหม่เพิ่มขึ้นมาร่วมพัฒนา เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) และ Augmented Reality/Virtual Reality (AR/VR) สามารถช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการเรียนรู้

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้ช่วยให้ทราบถึงองค์ความรู้ที่สำคัญของกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด เช่น ด้านการแปรรูปข้าว การนวดเพื่อสุขภาพ การทอเสื่อกก และแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก และนำผู้สูงอายุมาพัฒนาทักษะความรู้ทางด้าน เทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องเหมาะสมกับการถ่ายทอดผ่านแพลตฟอร์ม ซึ่งสามารถนำมาสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด ถือเป็นการบริหารจัดการแรงงานผู้สูงอายุด้านองค์ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลของกลุ่มอาชีพ ผู้สูงอายุให้มีประสิทธิภาพและสร้างรายได้ที่ไม่ต้องใช้เวลาทำงานเพื่อแลกเงิน (Passive Income) ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัล (แพลตฟอร์ม) ยังช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงสินค้าและบริการของกลุ่มผู้สูงอายุในวงกว้าง ลูกค้านำเข้าถึง การสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ซึ่งสามารถเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการให้แก่ผู้สูงอายุได้มากขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของความรู้ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ดโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างงานและรายได้ตามความรู้ ความสามารถ ได้อย่างเหมาะสม มีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์หลัก 2 ข้อ คือ (1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด (2) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของความรู้ให้ผู้สูงอายุสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการถ่ายทอดองค์ความรู้ ซึ่งผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ในปัจจุบันและองค์ความรู้ของกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุ

ในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของกลุ่มอาชีพและกลุ่มวิชาชีพที่มีอยู่ในชุมชนตนเองและพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพตนเองเพื่อหารายได้เพิ่ม โดยมีกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย 3 กลุ่ม จากอำเภอเมืองได้องค์ความรู้เรื่อง การแปรรูปข้าวเป็นแป้งสำเร็จรูป อำเภอเสลภูมิได้องค์ความรู้เรื่องการทอเสื่อกกและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก และอำเภอรวัชบุรีได้องค์ความรู้เรื่อง การนวดเพื่อสุขภาพและนวดผ่อนคลายด้วยสมุนไพร (2) การเสริมสร้างองค์ความรู้ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องเหมาะสมกับการสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุในจังหวัดร้อยเอ็ด ส่งผลให้ผู้สูงอายุสามารถใช้แพลตฟอร์มเพื่อเผยแพร่เนื้อหาวิดีโอคลิปอย่างง่าย ถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านภาพเคลื่อนไหวบนแพลตฟอร์ม ซึ่งถือเป็นสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลนวัตกรรมการเรียนรู้ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงคุณค่าแห่งตนเองในฐานะเป็นเจ้าของภูมิปัญญาที่เป็นประโยชน์แก่สังคม เชื่อมโยงแพลตฟอร์มที่เป็นสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลการเรียนรู้ ซึ่งถือเป็นช่องทางหนึ่งเพิ่มขึ้นในการสร้างรายได้เพิ่มให้ผู้สูงอายุ ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ประภาเพ็ญ สุวรรณ และ มณีรัตน์ ธีระวิวัฒน์. (2564). จาก “พุดผลับ” สู่ “พุดผลับขาว”, *วารสารสุขศึกษา*, 44(1), 12-29.
- ภูมิ มูลศิลป์. (2564). การพัฒนานโยบายและกฎหมายว่าด้วยการจัดการทรัพย์สินผู้สูงอายุ. *วารสารวิชาการธรรมศาสตร์*, 21(4), 93-102.
- วีพร จุฑาพันธ์เกษม และ ดารณี ธัญญสิริ. (2564). การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป เพื่อส่งเสริมการสื่อสารการตลาด, *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 14(1), 76-88.
- อาชัญญา รัตนอุบล. (2562). ข้อเสนอการพัฒนากิจการดำเนินงานส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุ. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 11(1), 26-46.
- Bandyopadhyay, S., & Singh, K. (2022). The portrayal of older Indians on YouTube. *Educational Gerontology*, 48(11), 511-535.
- Bui, M. T., & Luong, T. N. O. (2023). Financial inclusion for the elderly in Thailand and the role of information communication technology. *Borsa Istanbul Review*, 23(4), 818-833.
- Deng, P., & Lu, H. (2022). Transnational knowledge transfer or indigenous knowledge transfer: which channel has more benefits for China's high-tech enterprises?. *European Journal of Innovation Management*, 25(2), 433-453.
- Fasbender, U., & Gerpott, F. H. (2022). Knowledge transfer between younger and older employees: A temporal social comparison model. *Work, Aging and Retirement*, 8(2), 146-162.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic management journal*, 17(S2), 109-122.
- Huang, W. H., Lin, Y. J., & Lee, H. F. (2019). Impact of population and workforce aging on economic growth: case study of Taiwan. *Sustainability*, 11(22), 6301.
- Huang, K. H., Botella-Carrubi, D., & Yu, T. H. K. (2021). The effect of technology, information, and marketing on an interconnected world. *Journal of Business Research*, 129, 314-318.

- Karayiannis, C. C. (2022). Hypertension in the older person: is age just a number?. *Internal Medicine Journal*, 52(11), 1877-1883.
- Kleechaya, P. (2021). Digital Technology utilization of elderly and framework for promoting Thai active and productive aging. *Journal of Communication Arts*, 39(2), 56-78.
- Li, X., Gao, M., Chu, M., Huang, S., Fang, Z., Chen, T., & Chiang, Y. C. (2023). Promoting the well-being of rural elderly people for longevity among different birth generations: A healthy lifestyle perspective. *Frontiers in Public Health*, 11, 1050789.
- Lokot, M. (2021). Whose voices? Whose knowledge? A feminist analysis of the value of key informant interviews. *International Journal of Qualitative Methods*, 20, 1609406920948775.
- Meemon, N., & Paek, S. C. (2020). Older Adults Living Alone in Thailand: Socioeconomic Inequality and Its Relation to Unmet Health Needs. *Asia-Pacific Social Science Review*, 20(4), 17-31.
- Moslehpour, M., Ismail, T., Purba, B. & Wong, W. K. (2021). What makes GO-JEK go in Indonesia? The influences of social media marketing activities on purchase intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(1), 89-103.
- Naruetharadhol, P., Wongsachia, S., Van Wouwe, M., & Ketkaew, C. (2021). Career status, retirement readiness, and age differences: Empirical evidence from skilled immigrants in Thailand. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1885572.
- Nunnally, J. C. (1975). Psychometric theory—25 years ago and now. *Educational Researcher*, 4(10), 7-21.
- Rinsky-Halivni, L., Hovav, B., Christiani, D. C., & Brammli-Greenberg, S. (2022). Aging workforce with reduced work capacity: From organizational challenges to successful accommodations sustaining productivity and well-being. *Social Science and Medicine*, 312(2022), 115369.
- Somsopon, W., Kim, S. M., Nitivattananon, V., Kusakabe, K., & Nguyen, T. P. L. (2022). Issues and Needs of Elderly in Community Facilities and Services: A Case Study of Urban Housing Projects in Bangkok, Thailand. *Sustainability*, 14(14), 8388.
- Sukkaphat, K. (2022). The Impact of the COVID-19 outbreak on Poverty, Role of International Organizations, and Suggestion of Poverty Elimination in Thailand. *Journal of Social Synergy*, 12(1), 68-89.
- Supromin, C., & Choonhakhlai, S. (2019). The provision of public services in municipalities in Thailand to improve the quality of life of elderly people. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 40(3), 619-627.
- Wongsala, M., Anbäcken, E. M., & Rosendahl, S. (2021). Active ageing—perspectives on health, participation, and security among older adults in northeastern Thailand—a qualitative study. *BMC geriatrics*, 21, 1-10.

การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มผลไม้และสมุนไพร ของเกษตรกรอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

Increasing Production Efficiency and Adding Value to Fruits and Herbs for Farmers in Phan District, Chiang Rai Province

ณัฐธิดา จุมปา¹ วรรัตน์ ขยันการ² ยุทธศิลป์ ชูมณี³ สุภัทนี เปี่ยมสุวรรณกิจ⁴ และกฤติณา นิวรรัตน์⁵

Natthida Chumpa¹ Worrarat Khayankan² Yuthasin Chumanee³ Supattanee Pieamsuwonnakid⁴ and Kritina Niwarat⁵

Received : December 18, 2023 Revised : March 3, 2024 Accepted : March 22, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งส่งเสริมความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกรตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม แบบทดสอบตลาด และอบรมเชิงปฏิบัติการ คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบมีจุดประสงค์เฉพาะเจาะจง เป็นเกษตรกร 85 คน และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในการทดสอบตลาด 78 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) หลังการส่งเสริมความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสารกำจัดศัตรูพืช โรคพืช ยากำจัดเชื้อราในรูปแบบอินทรีย์ 2 เรื่อง คือ เชื้อราไตรโคเดอร์มาและจุลินทรีย์สังเคราะห์แสง เกษตรกรนำความรู้ที่ได้ไปขยายผลนำไปใช้จริง มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น เมื่อใช้อย่างต่อเนื่องช่วยลดการใช้อาหารเสริมและปุ๋ยสูตรต่าง ๆ ได้สูงถึงร้อยละ 50 ช่วยให้เกษตรกรลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้อย่างชัดเจน (2) แปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มผลไม้และสมุนไพร 4 ผลิตภัณฑ์ คือ วนิการ์กัญชาคราฟต์ไซดา วนิการ์เสาวรสคราฟต์ไซดา สบู่เหลวอาบและสระ-มะกรูดขมิ้นชัน และสบู่ขมิ้นน้ำผึ้ง (3) พัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตร โดยพัฒนาตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ ทำแผนธุรกิจ ทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ และเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในงานแสดงสินค้า ร้านค้า และช่องทางออนไลน์ ช่วยสร้างรายได้ให้เกษตรกรและสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม ระบบตลาด

^{1,4} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

^{1,4} Assistant Professor, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University

² อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² Lecturer, Faculty of Science and Technology, Chiang Rai Rajabhat University

³ อาจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³ Lecturer, Faculty of Education, Chiang Rai Rajabhat University

⁵ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป สำนักยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

⁵ General Administrative Officer, Strategic Office of Local Development and Academic Service, Chiang Rai Rajabhat University

Corresponding author e-mail : natthida.jum@crju.ac.th

Abstract

This qualitative research aims at promoting knowledge to farmers in Sai Khao Sub-district, Phan District, Chiang Rai Province in order to reduce costs and increase production efficiency, create added value, and develop the agricultural product market system. Data collection method includes an interview form, group discussions, market tests, and workshops. Informants are selected for specific purposes, including 85 farmers and 78 customers who purchased products in the market test. The results of the research shows that (1) After promoting knowledge to reduce costs and increase production efficiency of pesticides, plant diseases, and fungicides in organic form, two topics are discussed: Trichoderma and photosynthetic microorganisms. Farmers apply the knowledge they have gained. A positive turn of events has occurred. When used consistently, it reduces the use of various supplements and fertilizers by up to 50%, assisting farmers in lowering costs and increasing production efficiency. (2) Process and manufacture value-added fruits and herbal products under four categories: Cannabis Vinegar Craft Soda, Passion Fruit Vinegar Craft Soda, Kaffir Lime & Turmeric Body Wash, Turmeric and Honey Soap. (3) Develop agricultural product marketing systems by designing logos, packaging, and business plans, testing product markets, and introducing new product distribution channels at trade shows, stores, and online, all of which help farmers generate income and strengthen the local economy.

Keywords : Increasing production efficiency, Creating added value, Marketing System

1. บทนำ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย กรอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 มุ่งส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพมาตรฐานสากลและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ในส่วนต้นน้ำมุ่งพัฒนาด้านการผลิต กลางน้ำให้ความสำคัญกับการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม และปลายน้ำพัฒนาการตลาดและการส่งเสริมธุรกิจ เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ทำการเกษตรมากกว่าครึ่งคือร้อยละ 51.5 และมีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญได้แก่ ข้าว ชา กาแฟ ผลไม้และผักประเภทต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นเมืองสมุนไพรที่ด้วยลักษณะความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่จึงทำให้เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพสูง แต่กลับพบว่า ผลผลิตของเกษตรกรมีการผลิตตามกลไกของตลาด ส่งผลต่อการจัดการผลผลิตคือผลผลิตออกมาพร้อมกันทำให้ล้นตลาด เกษตรกรขายผลผลิตในรูปวัตถุดิบ ผลผลิตทางการเกษตรราคาถูก รายได้ไม่เพียงพอต่อการลงทุน ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และผลผลิตมีสารเคมีเจือปน ส่งผลต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 มีผลต่อการกระจายผลผลิตสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทำให้เกิดความยากจน และช่องว่างความเหลื่อมล้ำในสังคมมีมากขึ้น (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย, 2565)

เกษตรกรในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เช่น การทำนา ทำสวน ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ เลี้ยงปลา และทำไร่สวนผสม และภายหลังฤดูเก็บเกี่ยวประชาชนก็มีช่วงเวลาว่างานค่อนข้างยาวนาน ประกอบกับรายได้จากการประกอบอาชีพหลักไม่เพียงพอ จึงทำให้ชุมชนมีการปรับตัวสร้างทางเลือกในอาชีพใหม่เพื่อสร้าง

รายได้ทดแทน โดยมีการปลูกผลไม้และสมุนไพรในเชิงเศรษฐกิจมากขึ้นและในชุมชนเองก็มีการขับเคลื่อนการพัฒนาอาชีพโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงราย ที่เป้าหมายในการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคือ ผลผลิตทางการเกษตรแบบอินทรีย์โดยสมบูรณ์ตามแนวคิดด้านความปลอดภัยของตนเอง ครอบคลุมและผู้บริโภค โดยมีสินค้าเกษตรที่สำคัญคือ แก้วมังกร ฝรั่งกิมจู และองุ่น และมีพืชสมุนไพรที่สำคัญ ได้แก่ กระชายขาว ขมิ้น มะกรูด พืชหลายใจ และกัญชง ในภาคการผลิต ชุมชนยังมีการใช้สารเคมีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต กว่าร้อยละ 70 และต้องประสบปัญหาด้านต้นทุนที่สูง โดยเฉลี่ยครัวเรือนละ 20,000 – 55,000 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพืชและขนาดพื้นที่ทำการเกษตร เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรในรูปวัตถุดิบกว่าร้อยละ 80 ในราคาที่ย่ำแย่ ไม่คุ้มค่ากับการลงทุน มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแปรรูปที่ไม่หลากหลาย เช่น น้ำพริกตาแดง น้ำพริกปลา แหนม ข้าวแต่นผลิตภัณฑ์จักสาน ฯลฯ ขาดการนำวิทยาการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์และตรงกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน การพัฒนาระบบตลาด เช่น การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สื่อสารถึงตลาดเป้าหมายได้ตรงจุด เป็นต้น (จันทร์เพ็ญ สายน้ำปราน, 2564)

โครงการวิจัยนี้จึงมุ่งค้นหาปัญหาจากกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรเพื่อนำไปสู่การลดต้นทุน พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ทั้งห่วงโซ่การผลิตโดยการนำความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือและกลไกในการขับเคลื่อนการผลิตจะทำให้ชุมชนสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการพัฒนา ปรับปรุง หรือต่อยอดผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น นำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาอาชีพและกลุ่มอาชีพในชุมชน สามารถจัดการผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนได้อย่างมั่นใจ และพัฒนาระบบตลาดผลิตภัณฑ์มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และ/หรือสินค้าเกษตรของชุมชนให้สามารถเข้าสู่ตลาดและการแข่งขันได้ นำมาซึ่งรายได้การสร้างงานสร้างอาชีพและเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อส่งเสริมองค์ความรู้ในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
- 2.2 เพื่อแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรของเกษตรกร
- 2.3 เพื่อพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกร

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งส่งเสริมความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกร แปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรประเภทผลไม้และสมุนไพรและพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกร

3.2 ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา

ประชากร เป็นเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงรายที่มีผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้และสมุนไพร มีความพร้อมและต้องการในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร และพร้อมในการเข้าสู่กระบวนการพัฒนาตามโครงการวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (1) เป็นเกษตรกรในตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ที่มีผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้และสมุนไพร จำนวน 17 ชุมชน ๆ ละ 5 คน รวม จำนวน 85 คน (2) กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในการทดสอบตลาดและ/หรือนักท่องเที่ยว จำนวน 78 คน

3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ชุมชนในตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัย 12 เดือน (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

4. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร

ประสิทธิภาพการผลิต (Production Efficiency) หมายถึง การผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิต (Outputs) สูงสุด จากการใช้ทรัพยากรการผลิต (Inputs) ตามจำนวนที่กำหนดให้หรือการผลิตให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดให้โดยใช้ทรัพยากรในการผลิตจำนวนน้อยที่สุดหรือใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุด สามารถแบ่งประเภทของประสิทธิภาพการผลิตออกเป็น 3 ประเภท (Farrell, 1957) ได้แก่ (1) ประสิทธิภาพทางเทคนิค (Technical Efficiency : TE) เกิดจากการเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมที่สุด โดยเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถทำให้หน่วยผลิตนั้นผลิตสินค้าได้จำนวนมากที่สุดภายใต้ปริมาณปัจจัยการผลิตที่กำหนดหรือสามารถทำให้หน่วยผลิตนั้นใช้ปัจจัยการผลิตจำนวนน้อยที่สุดภายใต้จำนวนสินค้าที่เป็นเป้าหมาย อาทิเช่น การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ข้าวที่สมบูรณ์และแข็งแรงในการเพาะปลูกส่งผลให้ได้ผลผลิตในปริมาณมากในขณะที่ใช้พื้นที่เพาะปลูกน้อย (2) ประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร (Allocative Efficiency : AE) หมายถึง ประสิทธิภาพที่เกิดจากการเลือกใช้ปัจจัยการผลิตในสัดส่วนที่เหมาะสม ก่อให้เกิดต้นทุนต่ำที่สุดแก่หน่วยผลิต หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าประสิทธิภาพเชิงราคา (Price Efficiency) เนื่องจากมีปัจจัยด้านราคาเข้ามามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกจุดผลิตของหน่วยผลิต อาทิเช่น การจัดสรรที่ดินที่เหมาะสมในการเพาะปลูกพืชที่ให้ผลผลิตและราคาสูง การเลือกใช้วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น ฟางข้าว และปุ๋ยคอก เป็นส่วนผสมในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์เพื่อใช้ในการทำการเกษตร ก่อให้เกิดต้นทุนที่ต่ำ และ (3) ประสิทธิภาพการผลิตโดยรวม (Overall Efficiency) หมายถึง ประสิทธิภาพอันเกิดจากประสิทธิภาพทางเทคนิคและประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรรวมกัน ประสิทธิภาพการผลิตนี้ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ประสิทธิภาพการผลิตรวมเชิงเศรษฐศาสตร์ (Total Economic Efficiency : EE) เช่น การเลือกใช้อัตุ์ดิบที่มีต้นทุนต่ำและเทคนิคต่าง ๆ เพื่อทำการผลิตให้ได้ผลผลิตในปริมาณที่สูงนำมาซึ่งรายได้ให้เกษตรกร

แนวคิดการลดต้นทุนการผลิต

ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์ (2558) กล่าวถึง ต้นทุนการผลิต (Manufacturing Cost) คือ ต้นทุนที่ทำให้ได้สินค้าสำเร็จรูปใด ๆ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรงที่เบิกใช้ในการผลิต แรงงานทางตรงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการผลิต เมื่อทั้ง 3 ส่วนประกอบได้เข้าสู่ขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิตก็就会被แปรสภาพเป็นสินค้าสำเร็จรูปต่อไป

$$\text{ต้นทุนการผลิต} = \frac{\text{ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง} + \text{ค่าแรงทางตรง} + \text{ค่าใช้จ่ายการผลิต}}{\text{จำนวนสินค้าที่ผลิตในงวดนั้น}}$$

Garrison, Noreen และ Brewer (2014) กล่าวถึง ต้นทุน (Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ถูกคาดคะเนในแต่ละระดับกิจกรรม กล่าวคือ เมื่อกิจกรรมเพิ่มขึ้นหรือลดลง ต้นทุนอาจสูงขึ้นหรือลดลงตามไปด้วย หรืออาจคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงสามารถจำแนกประเภทต้นทุนออกเป็น (1) ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่มีเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรม โดยกิจกรรมมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ปริมาณสินค้าที่ผลิต ปริมาณสินค้าที่ขาย จำนวนชั่วโมงทำงาน ฯลฯ ตัวอย่างที่ชัดเจนของต้นทุนผันแปรคือ วัตถุดิบทางตรงที่ถูกใช้ในระหว่างงวดซึ่งจะผันแปรไปตามปริมาณสินค้าที่ผลิต (2) ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึงต้นทุนที่คงที่ไม่ว่าระดับกิจกรรมจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ตาม ซึ่งตรงกันข้ามกับต้นทุนผันแปร ดังนั้นหากไม่ถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงราคา ไม่ว่าระดับกิจกรรมจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง ต้นทุนคงที่รวมก็ยังคงที่ ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของต้นทุนคงที่ คือ ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา (ที่คิดด้วยวิธีเส้นตรง)

ความหมายและแนวทางการลดต้นทุนการผลิตสินค้าทางการเกษตร

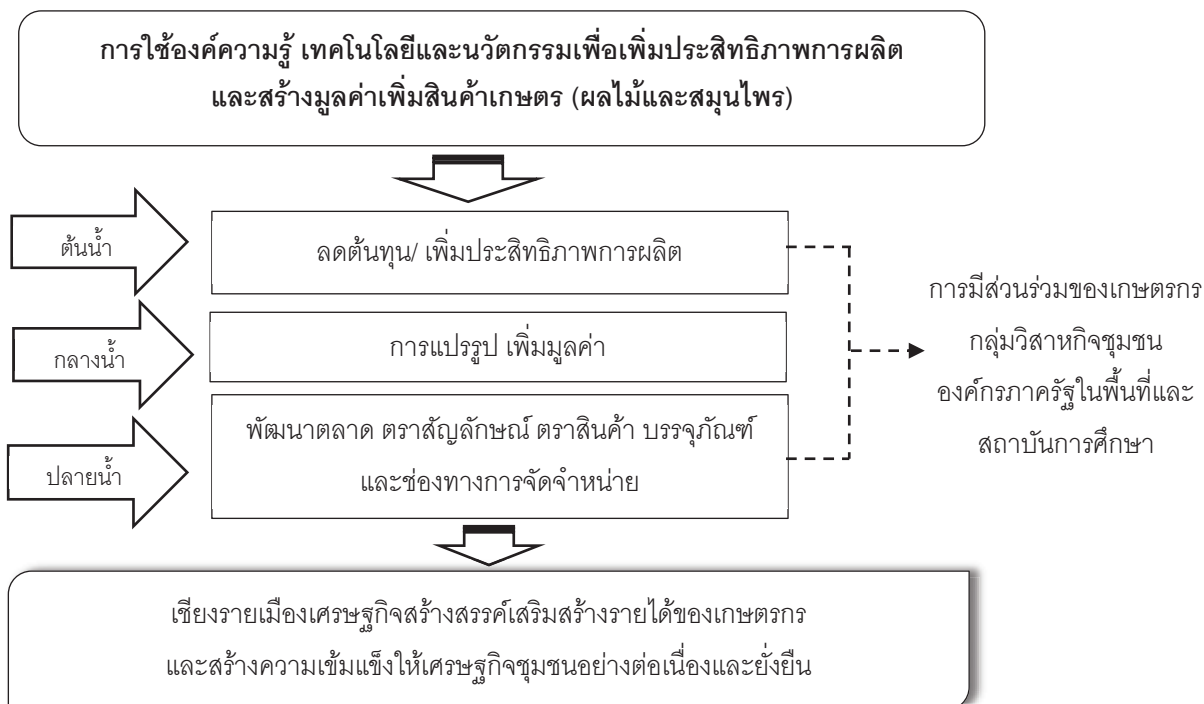
การลดต้นทุนการผลิต (Cost Reduction) คือ การลดค่าใช้จ่ายและความเสียหายในระหว่างที่การผลิตสินค้า โดยคงไว้ซึ่งคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด โดยต้นทุนการผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นค่าปัจจัยการผลิตและค่าแรงงาน ในด้านปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ ปุ๋ยและสารเคมีในการป้องกันกำจัดศัตรูพืช สารควบคุมการเจริญเติบโตพืช สารกำจัดวัชพืชต่าง ๆ ปัจจัยการผลิตเหล่านี้สามารถลดลงได้ดังนี้ (1) ใช้ปุ๋ยอย่างถูกต้องตรงความต้องการของพืช (2) ใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่ตรงกับโรคและแมลงศัตรูพืชและใช้ตามอัตราที่แนะนำ (3) ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ร่วมกับปุ๋ยเคมีและปุ๋ยชีวภาพ (4) ผสมปุ๋ยและสารป้องกันศัตรูพืชใช้เอง (5) วางแผนการผลิตและกระจายการผลิตพืชให้ตรงกับความต้องการของตลาด (6) ศึกษาและติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการผลิตและเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้อย่างต่อเนื่อง (7) ใช้เครื่องจักรกลการเกษตรที่เหมาะสมและรวมกลุ่มใช้ร่วมกัน และ (8) รวมกลุ่มเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือสหกรณ์การเกษตร (กรมวิชาการเกษตร, 2559)

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร (2563) ให้คำนิยามและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร หมายถึง การนำผลิตผลทางการเกษตรมาแปรสภาพจากลักษณะเดิมไปเป็นกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และเสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรไว้หลายรูปแบบ ได้แก่ (1) การสร้างแบรนด์ คือ มีตราสินค้าหรือเครื่องหมายของสินค้า ทำให้มีความภาคภูมิใจในสินค้าและเกิดความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้า ทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์และลดการเลียนแบบสินค้า ให้ผู้ซื้อจดจำสินค้าของเราได้ (2) หาทางเลือกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การลดภาวะโลกร้อนเป็นกระบวนการผลิตที่ช่วยลดก๊าซเรือนกระจกหรือมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณต่ำ เป็นแนวทางในการเลือกซื้อสินค้าที่จะช่วยลดภาวะโลกร้อน อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมและตั้งรับให้กับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศที่มีมาตรการการกีดกันทางการค้าและมีแนวโน้มว่าจะถูกกำหนดจากประเทศคู่ค้าให้แสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกบนผลิตภัณฑ์ที่จะส่งออกไปจำหน่ายมากขึ้น การใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตวัตถุดิบบางประเภทสามารถก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เช่น การเผาป่านขาวในกระบวนการผลิตปูนซีเมนต์ กระบวนการผลิตมีการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น การผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์มโอเลอิน ชนิดบรรจุขวดและชนิดถุงเติม ตราหยก เป็นต้น (3) บรรจุกัญชีสร้างสรรค์ คือ บรรจุกัญชีที่มีการออกแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีและแนวคิดสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ส่วนประโยชน์ต่อการใช้งาน ส่วนให้ความรู้ถึงถึงอารมณ์ผู้บริโภค เช่น บรรจุกัญชี

ชานอ้อยเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยนำกากชานอ้อยที่เหลือใช้ในโรงงานผลิตน้ำตาลมาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร เพื่อทดแทนบรรจุภัณฑ์แบบเดิมที่ใช้โฟม

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ที่มา : ผู้วิจัย, 2566.

5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) แบบทดสอบตลาด (Market Testing Form) และอบรมเชิงปฏิบัติการ คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบมีจุดประสงค์เฉพาะเจาะจงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยจากเกษตรกรที่ทำการเกษตรและมีผลผลิตประเภทผลไม้และสมุนไพร จาก 17 ชุมชน ๆ ละ 5 คน รวม 85 คน และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบในการทดสอบตลาดและนักท่องเที่ยว จำนวน 78 คน ผู้วิจัยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

5.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงรายที่มีผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้และสมุนไพร มีความพร้อมและต้องการในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร และพร้อมในการเข้าสู่กระบวนการพัฒนาตามโครงการวิจัย และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบในการทดสอบตลาดและนักท่องเที่ยว

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (1) เป็นเกษตรกรในตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ที่มีผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้และสมุนไพร จาก 17 ชุมชน ๆ ละ 5 คน รวม จำนวน 85 คน (2) กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบในการทดสอบตลาดและนักท่องเที่ยว จำนวน 78 คน ที่มีความพร้อมและมีความประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร และพร้อมในการเข้าสู่กระบวนการพัฒนาตามโครงการวิจัย และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบในการทดสอบตลาดและนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย อุดรธานี และกรุงเทพฯ

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสำรวจผลผลิตทางการเกษตรที่เกษตรกรปลูก การจัดการผลผลิตของเกษตรกร แนวทางหรือวิธีการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกร ตลอดจนรูปแบบหรือวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิตทางการเกษตร กับเกษตรกรที่มีผลผลิตทางการเกษตรเป็นผลไม้และสมุนไพรใน 17 ชุมชน ๆ ละ 5 คน รวมจำนวน 85 คน
- 2) แนวทางการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อออกแบบวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรของเกษตรกร
- 3) แบบทดสอบตลาด ผู้วิจัยใช้วิธีทดสอบตลาดโดยการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกวางจำหน่ายจริง โดยผลิตภัณฑ์ใหม่มีการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) และบรรจุภัณฑ์ใหม่ (Packaging) ที่สมบูรณ์ พร้อมกับการกำหนดราคาที่ต้องการจำหน่าย ออกวางจำหน่ายในสถานที่ที่มีลูกค้าซื้อสินค้ามากที่สุด เพื่อสังเกตผลตอบรับของลูกค้า จะทำให้ได้เห็นทันทีว่าลูกค้ามีแนวโน้มจะซื้อสินค้ามากน้อยเพียงใด และสอบถามความคิดเห็นร่วมกับการสังเกตพฤติกรรมระหว่างที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายกำลังตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และนำออกจำหน่ายสู่ตลาดจริง
- 4) การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบใหม่ จัดทำตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่ แก่เกษตรกรที่มีผลผลิตทางการเกษตรเป็นผลไม้และสมุนไพร มีความพร้อมและต้องการแปรรูปสินค้าเกษตร จำนวน 40 คน

5.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยการสำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จัดลำดับปัญหาและความต้องการในการพัฒนาร่วมกับเกษตรกร เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว และคณะผู้วิจัย จากนั้นจัดอบรมให้ความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกร

ในด้านการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรแก่เกษตรกร กระทำโดยการสนทนากลุ่มเพื่อสำรวจชนิดและปริมาณสินค้าเกษตรที่มีความพร้อมในการเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่า ออกแบบและคัดเลือกรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร ร่วมกับเกษตรกร ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการแปรรูปสินค้าเกษตร และคณะผู้วิจัย จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีสูตรที่เหมาะสมและลงตัว จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปถ่ายทอดองค์ความรู้ในการผลิตโดยการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบใหม่ พร้อมกับการจัดทำแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน ตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่ และเลือกทดสอบตลาดกับผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ คือ (1) วนิการ์ถั่วขาวฟรุ๊ตไซดา และ (2) วนิการ์เสาวรสฟรุ๊ตไซดา ในตลาด 3 แห่ง คือ งานแสดงสินค้า 2 แห่ง (ศูนย์การค้ายูดี ทาวน์ จังหวัดอุดรธานี และ ICON SIAM กรุงเทพมหานคร) และร้านอาหารสำหรับนักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จากนั้นกลุ่ม ทำการปรับปรุงสูตรเครื่องดื่มให้

กลมกล่อมลงตัวและมีกลิ่นหอมหวานมากขึ้น ปรับราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ และติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการวิจัยในพื้นที่

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการแจกแจง จัดกลุ่ม และประมวลผลข้อมูลเพื่อหาความเชื่อมโยงวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2558) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์เนื้อหาจากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการสนทนากลุ่มย่อย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้เห็นปรากฏการณ์และสถานการณ์การผลิตผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกร การจัดการผลผลิต แนวทางหรือวิธีการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ปัญหาและความต้องการในการ รูปแบบหรือวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิตทางการเกษตร รวมถึงการออกแบบวิธีการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้และสมุนไพร โดยมีการแยกประเภทและจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Categories) อธิบายและวิเคราะห์แบบของความหมาย (Meaning of Pattern) ปรากฏการณ์สถานการณ์การผลิตของเกษตรกร แปลความหมายของปรากฏการณ์ (Interpret) เพื่อเรียบเรียงข้อมูลและสรุปข้อค้นพบ (Conclusions) เชื่อมโยงแนวคิดการวิจัยสำหรับตอบวัตถุประสงค์แต่ละข้อ จากนั้นนำไปพรรณนาและวิเคราะห์เพื่อตอบประเด็นการวิจัยที่กำหนดไว้

5.5 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแหล่งที่มาที่ต่างกัน ได้แก่ จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม และข้อมูลจากการตรวจสอบในเวทีการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้ทราบสภาพปัญหา ปรากฏการณ์ในพื้นที่วิจัยในสภาพการณ์หลายช่วงเวลาและมิติที่ต่างกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นจริงที่สุดและสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้

5.6 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การดำเนินกิจกรรมวิจัยในพื้นที่ที่มีการติดต่อและขอความอนุเคราะห์ในทำกิจกรรมในพื้นที่ แจ้งวัตถุประสงค์การวิจัยรวมถึงเงื่อนไขการที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิจัยสามารถออกจากกระบวนการวิจัยได้ทุกเมื่อกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิจัยจะเปิดเผยข้อมูลตามที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น และได้อนุญาตในการนำรูปภาพและข้อความเพื่อใช้ในการนำเสนอในรายงานการวิจัย ในส่วนของข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บไว้เป็นความลับโดยไม่ทำการเผยแพร่แต่อย่างใด

6. ผลลัพธ์การวิจัย

1. การส่งเสริมความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกร

ผู้วิจัยดำเนินการส่งเสริมความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกร โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมความรู้การผลิตสารกำจัดศัตรูพืช โรคในพืช ยากำจัดเชื้อราในรูปแบบอินทรีย์ เพื่อให้เกษตรกรและกลุ่มสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เพิ่มพูนความรู้อย่างต่อเนื่อง ภายใต้ประเด็นปัญหา 2 อันดับแรกที่เกษตรกรมีความต้องการในการพัฒนาอย่างเร่งด่วนมากที่สุดคือ 1) เกษตรกรขาดความรู้ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร 2) ปัญหาศัตรูพืช โรคในพืช เช่น เชื้อรา เพลี้ย ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง เช่น ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช

ด้านความต้องการในการพัฒนา ประกอบด้วย 1) เพิ่มพูนองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร 2) ส่งเสริมการผลิตยากำจัดศัตรูพืช โรคในพืช ยากำจัดเชื้อราในรูปแบบอินทรีย์ ผ่านกระบวนการอบรมให้ความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรในตำบลทรายขาว ซึ่งเป็นองค์ความรู้การผลิตสารกำจัดศัตรูพืช โรคในพืช ยากำจัดเชื้อราในรูปแบบอินทรีย์ 2 เรื่อง คือ (1) เชื้อราไตรโคเดอร์มา และ (2) จุลินทรีย์สังเคราะห์แสง

ผลจากการอบรมส่งเสริมความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรให้เกษตรกรในตำบลทรายขาว เกษตรกรส่วนหนึ่งนำความรู้ไปขยายผลให้กับเกษตรกรหรือสมาชิกกลุ่มที่ไม่ได้เข้ารับการอบรม โดยการทดลองผลิตเชื้อราไตรโคเดอร์มา และนำไปใช้ในแปลงเกษตรกับนาข้าว ต้นกล้าสมุนไพรรวม และพืชผักผลไม้ที่ปลูก ทำให้เกิดการขยายผลองค์ความรู้ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันและลดข้อผิดพลาดในการขยายการผลิตเชื้อราไตรโคเดอร์มาด้วยกัน และนำไตรโคเดอร์มาไปใช้ในแปลงนาข้าว สวนทุเรียน เพาะพันธุ์ต้นกล้าสมุนไพรรวม กล้วย และผักสวนครัว เช่น พริก มะเขือพวง ทำให้ลดการเกิดโรคเชื้อราในข้าว ต้นข้าวสมบูรณ์แข็งแรง ลำต้นพริกมีความสมบูรณ์ไม่เป็นโรคเน่าและโรคกุ้งแห้ง/โรคแอนแทรคโนส ไม่พบการเกิดเชื้อราในวัสดุปลูกกาแฟสำหรับทำปุ๋ย ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาวัตถุดิบ ทำให้เกษตรกรมีเวลาว่างมากขึ้น จึงทำให้เกษตรกรเกิดความเชื่อมั่นในสูตรการทำเชื้อราไตรโคเดอร์มาที่ทางโครงการวิจัยได้นำองค์ความรู้ไปเผยแพร่และส่งเสริมแก่เกษตรกร เกษตรกรสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง เกิดการนำไปใช้จริงในวิถีการผลิตทางการเกษตร มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น และถือว่าสามารถลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้อย่างชัดเจน ด้านองค์ความรู้เรื่องจุลินทรีย์สังเคราะห์แสง ผลจากการอบรม เกษตรกรกว่าร้อยละ 30 เกิดการขยายผล นำหัวเชื้อที่ได้รับไปขยายทำจุลินทรีย์สังเคราะห์แสงเพิ่มให้เพียงพอเพื่อใช้ในนาข้าว สวนทุเรียน กล้วย และพืชผักสวนครัวแทนปุ๋ยยูเรีย ช่วยย่อยธาตุอาหารและวัตถุอินทรีย์ในดินทำให้พืชดูดซึมน้ำได้ดียิ่งขึ้น พืชผลเจริญเติบโตได้ดี เมื่อใช้อย่างต่อเนื่องช่วยลดการใช้อาหารเสริมหรือปุ๋ยสูตรต่าง ๆ ลงได้สูงถึงร้อยละ 50 ช่วยให้เกษตรกรลดต้นทุนการผลิตได้

2. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรของเกษตรกร ตำบลทรายขาว

ด้านการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรของเกษตรกร ตำบลทรายขาวผู้วิจัยใช้กระบวนการในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรของเกษตรกร ตำบลทรายขาว ใน 4 ขั้นตอนสำคัญใน กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) ประกอบด้วย (1) การทำความเข้าใจสถานการณ์การผลิตผลผลิตของชุมชน (2) การกำหนดโจทย์ความต้องการของลูกค้า (3) การระดมความคิดเห็น และ (4) การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559) โดยจำแนกกระบวนการในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มแต่ละขั้นตอนในด้านการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรของเกษตรกร ตำบลทรายขาว จำนวน 4 ขั้นตอนและด้านการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกร จำนวน 1 ขั้นตอน (รายละเอียดผลการทดสอบตลาดอยู่ในประเด็นหัวข้อที่ 3 การพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกร) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทำความเข้าใจสถานการณ์การผลิตผลผลิตของชุมชน (Empathize) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรที่มีการผลิตจำนวนมาก ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม พบว่า ผลผลิตประเภทผลไม้ที่เกษตรกรนิยมปลูกในชุมชนต่าง ๆ ของตำบลทรายขาวมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ลำไย รองลงมาคือ มะม่วง (น้ำดอกไม้) และเงาะ และชนิดของผลผลิตประเภทสมุนไพรที่เกษตรกรนิยมปลูกมากในตำบล คือ ตะไคร้ ข่า และ กล้วย ตามลำดับ *สภาพปัญหาที่เกษตรกรประสบมากที่สุด* ในตำบล 3 อันดับแรก คือ เกษตรกรขาดความรู้ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรมากที่สุด รองลงมาคือ ศัตรูพืช

โรคในพืช เช่น เชื้อรา เพลี้ย ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง เช่น ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช และปัญหาการถูกกดราคาราคาสินค้าเกษตร ทำให้ราคาผลผลิตตกต่ำ ตามลำดับ ด้านความต้องการในการพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรในตำบลทรายขาว พบว่า ความต้องการในการพัฒนาที่เกษตรกรต้องการมากที่สุดในตำบลเป็นอันดับแรกคือ การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร รองลงมาคือ ส่งเสริมการผลิตยากำจัดศัตรูพืช โรคในพืช ยากำจัดเชื้อราในรูปแบบอินทรีย์ และส่งเสริมด้านการตลาดให้ผลผลิตทางการเกษตรตามลำดับ

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดโจทย์ความต้องการในการพัฒนา โดยการคัดกรองข้อมูลและกำหนดโจทย์จากสิ่งที่ถูกค่าให้ความสำคัญ (Define) ผู้วิจัยดำเนินการจัดประชุมสรุปปัญหาและความต้องการในการพัฒนา ตลอดจนการคัดเลือกผลผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ร่วมกับเกษตรกรผู้เข้ารับการอบรมและองค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว จำนวน 40 คน ทำการคัดเลือกประเภทผลผลิตทางการเกษตรผลไม้และสมุนไพร โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (1) ผลไม้และสมุนไพรที่มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ (2) อยู่ในฤดูเก็บเกี่ยว (3) มีผลผลิตเพียงพอในการแปรรูป และ (4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมและรับผิดชอบในการต่อยอดและเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำไปสู่การแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่ม

ผลการคัดเลือกผลไม้และสมุนไพรที่จะนำไปสู่การแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัย นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านการแปรรูปอาหารและผลิตภัณฑ์ กลุ่มเกษตรกรและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และตัวแทนเจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว ได้ผลไม้และสมุนไพรที่จะนำไปสู่การแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ เสาวรส แก้วมังกร ขมิ้น มะกูด และกะปวยลา และใช้น้ำผึ้งที่เป็นผลผลิตของตำบลเป็นส่วนผสมสำคัญในการแปรรูปผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 3 การระดมความคิดเห็นเพื่อสร้างสรรค์ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ถูกค่า (Ideate) ออกแบบวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรของเกษตรกรในตำบลทรายขาว โดยการประชุมร่วมกับเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว และผู้เชี่ยวชาญด้านการแปรรูปอาหาร เพื่อหาแนวทางในการแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่มและหาข้อสรุปผลิตภัณฑ์ใหม่ของตำบล ตลอดจนสำรวจกลุ่มเกษตรกรที่มีความสนใจและมีศักยภาพในการต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ให้เห็นภาพที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การพัฒนา (Prototype) พัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) วินิการ์กัญชาคราฟต์โซดา (Cannabis Vinegar Craft Soda) (2) วินิการ์เสาวรสคราฟต์โซดา (Passion Fruit Vinegar Craft Soda) (3) สบู่เหลวอาบและสระ-มะกูดขมิ้นชัน (Head & Body wash-Kaffir Lime & Turmeric) และ (4) สบู่ขมิ้นน้ำผึ้ง (Turmeric & Honey Soap) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการแปรรูปอาหารและผลิตภัณฑ์ แกนนำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้วิจัย เตรียมวัตถุดิบ วัสดุและอุปกรณ์ เพื่อทดลองสูตรการทำผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีรสชาติกลมกล่อมลงตัวจนเป็นที่พอใจ เพื่อนำไปสู่การจัดอบรมสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกชุมชนที่สนใจผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อไป ซึ่งมีกระบวนการอบรม จำนวน 3 กระบวนการ คือ (1) อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบใหม่ คือ 1) วินิการ์กัญชาคราฟต์โซดา และ 2) วินิการ์เสาวรสคราฟต์โซดา ให้กับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงราย วิสาหกิจชุมชนบ้านสมุนไพรใจทิพย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน Mikey & Mailie Farmers และเกษตรกรที่เป็นตัวแทนของแต่ละชุมชน โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการแปรรูปอาหาร เพื่อถ่ายทอดความรู้ แนะนำวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ วิธีการทำ ข้อควรระวัง ตลอดจนเทคโนโลยีและ

นวัตกรรมที่ใช้ในการผลิต (2) อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบใหม่ “การผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่จากสมุนไพรพื้นถิ่น : 1) สบู่เหลวอาบและสระ-มะกรูดขมิ้นชัน และ 2) สบู่ขมิ้นน้ำผึ้ง ให้กับตัวแทนกลุ่มสตรีตำบลทรายขาว 17 ชุมชน ๆ ละ 3 คน สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงรายได้ วิสาหกิจชุมชนบ้านสมุนไพรใจทิพย์ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Mikey & Mailie Farmers รวม 60 คน โดยวิทยากรจากโปรแกรมวิชานวัตกรรมอาหารและการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และนักวิทยาศาสตร์ฝ่ายผลิตยา Non-Sterile บริษัท มิลลิเมด บีเอฟเอส จำกัด หลังการอบรม ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ไปใช้ในการผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือน ร้อยละ 30 แต่ทักษะในการผลิตยังไม่คงที่และเป็นการผลิตในรูปแบบครัวเรือน ยังขาดสถานที่และอุปกรณ์การผลิตที่พร้อมซึ่งจะกระทบต่อความสะอาดในการผลิตด้วยตนเอง และสมาชิกกลุ่มบางรายยังจำสูตรไม่ได้ จึงนิยมนำในรูปแบบกลุ่มเพื่อลดข้อผิดพลาดในการผลิต อีกทั้งยังเป็นการสร้างกิจกรรมร่วมกันของกลุ่มสมาชิกและเพื่อให้เกิดรายได้ของสมาชิกและกลุ่มต่อไป ทำให้เกิดต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ โดยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2 กลุ่ม สนใจในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งออกจำหน่าย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงรายได้ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Mikey & Mailie Farmers

3. การพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกร

ผู้วิจัยดำเนินการหลังจากได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ และเลือกทดสอบตลาดกับผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ คือ (1) วัณการัญชาคราฟต์โซดา และ (2) วัณการเสาวรสคราฟต์โซดา ในตลาด 3 แห่ง คือ งานแสดงสินค้า 2 แห่ง (ศูนย์การค้ายูดี ทาวน์ จังหวัดอุดรธานี และ ICON SIAM กรุงเทพมหานคร) และร้านอาหารมาลองเตอะ ชั่วศิลปะเชียงราย สำหรับนักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ขั้นตอนในการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกรตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย

3.1 เริ่มจากการพัฒนาตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ จากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมในการผลิตและจำหน่ายสินค้า จึงร่วมกันออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 กลุ่ม 4 ผลิตภัณฑ์

3.2 จัดทำแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำไปกำหนดทิศทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและดำเนินการจัดจำหน่ายออกสู่ตลาด นำมาซึ่งรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและชุมชนต่อไป ดังนี้

(1) แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Mikey & Mailie Farmers โดยมีผลิตภัณฑ์เป็น (1) สบู่เหลวอาบและสระ-มะกรูดขมิ้นชัน และ (2) สบู่ขมิ้นน้ำผึ้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบท้องถิ่น ปราศจากสารพิษตกค้าง มีความปลอดภัยกับผู้บริโภค และสามารถจัดเซตเพื่อเป็นชุดสำหรับของฝากของที่ระลึก มีกลุ่มลูกค้า (Customer Segments) คือ (1) กลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ และเป็นกลุ่มลูกค้าครัวเรือนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง (2) กลุ่มลูกค้าในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั้งในระดับชุมชน อำเภอ จังหวัดและต่างจังหวัด รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์

(2) แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงราย ผลิตภัณฑ์ คือ (1) วัณการัญชาคราฟต์โซดา และ (2) วัณการเสาวรสคราฟต์โซดา เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มออร์แกนิกเพื่อสุขภาพ ผลิตจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่ปลอดภัยกับผู้บริโภค กลุ่มลูกค้าเป็น (1) กลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ กลุ่มลูกค้างานแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าในร้านค้าตามสถานที่ท่องเที่ยว และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (2) กลุ่มลูกค้าที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์

ผ่านช่องทางออนไลน์

3.3 การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Market Testing) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ 5 ในกระบวนการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรของเกษตรกร เพื่อดูผลตอบรับจากลูกค้า ผู้วิจัยดำเนินการหลังจากได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ และเลือกทดสอบตลาดกับผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ คือ (1) วัณการักัญชาคราฟต์โซดา และ (2) วัณการัเสาวรสคราฟต์โซดา ในตลาด 3 แห่ง คือ งานแสดงสินค้า 2 แห่ง (ศูนย์การค้ายูดี ทาวน์ จังหวัดอุดรธานี และ ICON SIAM กรุงเทพมหานคร) และร้านอาหารสำหรับนักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ผลการทดลองตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์มักเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจอยากลองเครื่องดื่มแปลกใหม่ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน เวียดนาม ลาว อเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ อินเดีย นักท่องเที่ยวชาวอาหรับ ได้แก่ จอร์แดน ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน กาตาร์ โอมาน ทั้งนี้ยังพบว่า ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติในระดับหนึ่ง ขณะที่ผู้บริโภคชาวไทยยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ และกลุ่มลูกค้าได้ให้ข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยควรปรับปรุงสูตรเครื่องดื่มให้มีความกลมกล่อมและลดกลิ่นวัณการในเครื่องดื่มให้มีความเบาบางลง ด้านราคาผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสูง ให้ปรับราคาผลิตภัณฑ์ต่อกระป๋องลง และผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้พัฒนาและปรับปรุงทั้ง 3 ด้าน คือ **ด้านที่หนึ่ง** ทำการปรับปรุงสูตรเครื่องดื่มให้กลมกล่อมลงตัวและมีกลิ่นหอมหวานมากขึ้น **ด้านที่สอง** ลดราคาผลิตภัณฑ์จากกระป๋องละ 79 – 89 บาท เป็นกระป๋องละ 60 - 70 บาท และ **ด้านที่สาม** เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว LAZADA เพจเฟซบุ๊กของกลุ่ม และวางจำหน่ายผ่านหน้าร้านอาหารมาลองเตีอะ ชั่วคิลปะ เชียงราย

3.4 การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ ปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ที่ทำการกลุ่มทั้งสองกลุ่ม และทางเพจเฟซบุ๊กของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญ เชียงราย และช่องทางเพจเฟซบุ๊กของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Mikey & Mailie Farmers ผู้วิจัยจึงสนับสนุนการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลทรายขาว จำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงราย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Mikey & Mailie Farmers เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอันเป็นการส่งเสริมการผลิตและเสริมสร้างรายได้ให้สมาชิกกลุ่มและสมาชิกชุมชน โดยมีผลิตภัณฑ์จำนวน 4 รายการ คือ วัณการักัญชาคราฟต์โซดา วัณการัเสาวรสคราฟต์โซดา สบู่เหลวอาบและสระ-มะกรูดขมิ้นชัน และสบู่ขมิ้นน้ำผึ้ง และมีช่องทางการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 4 ช่องทาง ดังนี้ (1) เว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ คณะศึกษาดูงานทั้งภาครัฐภาคเอกชนและบุคคลทั่วไปในจังหวัดเชียงราย จังหวัดใกล้เคียงและต่างจังหวัด ทางเว็บไซต์ http://www.saikao.go.th/information_data.php?id=648 (2) ร้านชั่วคิลปะ (ร้านมาลองเตีอะ) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ (3) ช่องทางออนไลน์ Platform : LAZADA ที่ <https://s.lazada.co.th/s.I0y82> (4) เพจเฟซบุ๊กกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญ เชียงราย : บ้านนาขวัญ เชียงราย ปลูกผัก ผลไม้ แหล่งเรียนรู้ เกษตรอินทรีย์ ที่ https://www.facebook.com/Bannakwan/?locale=th_TH และ (5) เพจเฟซบุ๊กของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Mikey & Mailie Farmers:Mikey & Mailie Farm ไมคี้&ไมลี้ฟาร์ม ที่ https://www.facebook.com/profile.php?id=100067020679843&locale=th_TH

3.5 การขยายผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หลังจากที่มีการทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงราย กลุ่มฯ ได้ขยายผลการผลิตและทำการประสานงานมายังโรงงานต้นแบบแปรรูปอาหารเพื่อชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เพื่อสั่งผลิตสำหรับนำออกจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม พ.ศ. 2566 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงราย ได้ขยายผลการผลิตโดยมีการสั่งผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อนำออกจำหน่ายทั้งวินิการ์เสาวรสคราฟต์ไซดาและวินิการ์กัญชาคราฟต์ไซดาอย่างต่อเนื่อง รวมจำนวน 479 กระป๋อง ราคากระป๋องละ 65 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 31,135 บาท

7. การอภิปรายผล

ชุมชนตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย เป็นชุมชนเกษตรกรรมที่ประชากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 80 ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม เช่น การทำนา ทำสวน ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ เลี้ยงปลา ทำไร่สวนผสม และปศุสัตว์ คือ การเลี้ยงโคเนื้อ ไก่ และสุกรในทุกหมู่บ้าน (องค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว, 2565) โดยเกษตรกรประสบปัญหาในวิถีการผลิตประการสำคัญคือ 1) เกษตรกรขาดความรู้ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร 2) ปัญหาศัตรูพืช โรคในพืช เช่น เชื้อรา เพลี้ย ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง เช่น ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช ซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญในระบบการผลิตสินค้าเกษตร เกษตรกรยังมีความต้องการในการพัฒนาการเพิ่มพูนองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการผลิตสารกำจัดศัตรูพืช โรคในพืช ยากำจัดเชื้อราในรูปแบบอินทรีย์ที่มีความปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค ทั้งยังทำให้ผลผลิตทางการเกษตรมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร เป็นองค์ความรู้การผลิตสารกำจัดศัตรูพืช โรคในพืช ยากำจัดเชื้อราในรูปแบบอินทรีย์ 2 เรื่อง คือ (1) เชื้อราไตรโคเดอร์มา และ (2) จุลินทรีย์สังเคราะห์แสง ทำให้เกษตรกรในตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ที่ผ่านการอบรม จำนวน 40 คน รวมทั้งสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านนาขวัญเชียงราย วิสาหกิจชุมชนบ้านสมุนไพร่ใจทิพย์ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน Mikey & Mailie Farmers ส่วนหนึ่งนำความรู้ไปขยายผลให้กับเกษตรกรหรือสมาชิกกลุ่มที่ไม่ได้เข้ารับการอบรม มีการทดลองผลิต **เชื้อราไตรโคเดอร์มา** และนำไตรโคเดอร์มาไปใช้ในแปลงเกษตรกับแปลงนาข้าว สวนทุเรียน เพาะพันธุ์ต้นกล้าสมุนไพร่ กัญชา และผักสวนครัว เช่น พริก มะเขือพวง ทำให้เกิดการขยายผลองค์ความรู้ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันและลดข้อผิดพลาดในการขยายการผลิตเชื้อราไตรโคเดอร์มาด้วยกัน ช่วยลดการเกิดโรคเชื้อรา ต้นข้าวสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่เป็นโรคเน่าและโรคกุ้งแห้งโรคแอนแทรคโนสที่เกิดจากเชื้อรา ไม่พบการเกิดเชื้อราในวัสดุการปลูกสำหรับทำปุ๋ย ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาวัตถุดิบ ทำให้เกษตรกรเกิดความเชื่อมั่นในสูตรการทำเชื้อราไตรโคเดอร์มาที่ทางโครงการวิจัยได้นำองค์ความรู้ไปเผยแพร่และส่งเสริมแก่เกษตรกร ส่วน **จุลินทรีย์สังเคราะห์แสง** ภายหลังจากการอบรม เกษตรกรกว่าร้อยละ 30 นำหัวเชื้อที่ได้รับจากการอบรมไปขยายทำจุลินทรีย์สังเคราะห์แสงเพิ่มให้เพียงพอเพื่อใช้ในการทำการเกษตรแทนปุ๋ยยูเรียทำให้พืชผลทางการเกษตรเจริญเติบโตได้ดี เมื่อใช้อย่างต่อเนื่องช่วยลดการใช้อาหารเสริมหรือปุ๋ยสูตรต่าง ๆ ลงได้กว่าร้อยละ 50 ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวทางในการลดต้นทุนการผลิตในภาคการเกษตรของกรมวิชาการเกษตร (2559) ที่เสนอแนวทางการลดต้นทุนการผลิตว่า ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นค่าปัจจัยการผลิตและค่าแรงงาน ได้แก่ ปุ๋ยและสารเคมีในการป้องกันกำจัดศัตรูพืช สารควบคุมการเจริญเติบโตพืช สารกำจัดวัชพืชต่าง ๆ โดยปัจจัยการผลิตเหล่านี้สามารถลดลงได้ด้วยการใช้ปุ๋ยอย่างถูกต้องและตรงกับความต้องการของพืช เลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ร่วมกับปุ๋ยเคมีหรือ

ปุ๋ยชีวภาพ ซึ่งจะทำให้ดินมีคุณสมบัติทางกายภาพดีและมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้น การผลิตปุ๋ยหรือสารป้องกันและกำจัดศัตรูพืชเพื่อใช้เองจะทำให้ลดต้นทุนในการผลิตได้ร้อยละ 30-50 โดยกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้นจะมีส่วนช่วยให้ลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้กับเกษตรกรได้อย่างเห็นผลชัดเจน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานศึกษาของ วาทีวุฒ นิติกิจดำรง และ ไกรเลิศ ทวีกุล (2558) ที่ศึกษาการลดต้นทุนการปลูกข้าวโดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น กับเกษตรกร จำนวน 179 ราย พบว่า ต้นทุนในการผลิตข้าวอินทรีย์ลดลงกว่าร้อยละ 20.24 เมื่อเปรียบเทียบกับปลูกข้าวโดยใช้ปุ๋ยและสารเคมี และสามารถจำหน่ายข้าวได้ในราคาสูงกว่าข้าวในวิธีการปลูกแบบเดิมที่ใช้ปุ๋ยและสารเคมีกว่าร้อยละ 37.64 ซึ่งเป็นที่ประจักษ์ได้ว่าการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ช่วยลดต้นทุนการผลิตและยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตภาคการเกษตร ทำให้ผลผลิตมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ยังมีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกับงานศึกษาของ วีระศักดิ์ สมยานะ (2562) และกรมพัฒนาที่ดิน (2558) ที่ให้แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรว่า การเพิ่มประสิทธิภาพด้านเทคนิคการจัดการดิน เตรียมดินให้มีความอุดมสมบูรณ์โดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่ผลิตจากการใช้เศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรในชุมชน รวมถึงให้ความสำคัญกับการจัดการศัตรูพืชในรูปแบบเกษตรอินทรีย์จะช่วยให้เกษตรกรลดต้นทุนการผลิตได้

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการผลิตทางการเกษตรของชุมชนในตำบลทรายขาว ได้แก่ เกษตรกรขาดความรู้ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ปัญหาศัตรูพืช โรคในพืช เช่น เชื้อรา เพลี้ย ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง เช่น ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืช ปัญหาการถูกกดราคารับซื้อสินค้าเกษตรและราคาผลผลิตตกต่ำขาดตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตร มีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ อนัน คำนัน และคณะ (2563) ที่ศึกษาการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรจากแปลงเกษตรผสมผสานของชุมชนเพื่อสร้างรายได้ของชุมชนตำบลลิปุม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่า เกิดจากปัจจัยสำคัญดังนี้ (1) ผลผลิตขาดตลาดรองรับ (2) ขาดการรวมกลุ่ม (3) ขาดทุนในการดำเนินกิจกรรม (4) ขาดองค์ความรู้ในด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร (5) ขาดการสนับสนุนและแก้ไขปัญหาอย่างจริงจังจากหน่วยงานภาครัฐ และ (6) ขาดการสร้างเครือข่ายทางด้านการเกษตรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ทั้งนี้งานวิจัยยังได้พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรของเกษตรกรในตำบลทรายขาวโดยการแปรรูปสินค้าเกษตรตามขั้นตอนการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2559) ตามกระบวนการ 5 ขั้นตอนสำคัญใน กระบวนการคิดเชิงออกแบบ ประกอบด้วย (1) การทำความเข้าใจสถานการณ์การผลิตผลผลิตของชุมชน (2) การกำหนดโจทย์ความต้องการของลูกค้า (3) การระดมความคิดเห็น (4) การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ และ (5) การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการผลิตสินค้าเกษตรในรูปแบบอินทรีย์ตั้งแต่กระบวนการผลิตต้นทางไปจนกระบวนการสุดท้าย ซึ่งมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกับกรมวิชาการเกษตร (2558) ที่ได้เสนอหลักการและวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร โดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อจำหน่ายออกสู่ตลาดมากกว่าจำหน่ายผลผลิตในรูปแบบวัตถุดิบซึ่งจะทำให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงกว่า การพัฒนาระบบตลาดที่มีประสิทธิภาพ การมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าดึงดูด ตลอดจนการคำนึงถึงความปลอดภัยจากสารพิษตกค้างในผลิตภัณฑ์รูปแบบอินทรีย์ที่เป็นวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรของเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ รูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรที่เหมาะสมในงานศึกษาของ สันญาศรณ์ สวัสดิ์โสง และคณะ (2562) ยังสอดคล้องกับผลการวิจัย ที่ต้องเริ่มต้นจากกระบวนการวินิจฉัยผลิตภัณฑ์ การอบรมให้ความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการทดลองตลาด รวมถึงการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน

ด้านการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกร ในงานวิจัยมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ การจัดทำแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองรับจากลูกค้า ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับงานศึกษาของ นัทธิหทัย เกาตระกุล และภัทรพรณ วรณลักษณ์ (2565) ที่ศึกษาการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียนของชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่พบจุดอ่อนที่สำคัญคือ เกษตรกรไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพการผลิตสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และมีช่องทางการจำหน่ายที่ไม่เหมาะสมกับผู้บริโภคเป้าหมาย ดังนั้นแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรที่สำคัญคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน เช่น ช่องทางออนไลน์ งานแสดงสินค้า หรือทำการตลาดเชิงกิจกรรมมากขึ้นทั้งนี้ในงานศึกษาของ ศักดิ์ดา อ่างวัฒนกิจ และคณะ (2561) ได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์และการเพิ่มโอกาสทางการตลาดสินค้าเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด พบพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ ทันสมัย สีล้นสะดูตา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่าย ให้ความสนใจการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เพจเฟซบุ๊กเป็นหลัก ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของตนได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและตลาด

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ด้านการส่งเสริมความรู้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรในตำบลทรายขาว พบปัญหาศัตรูพืชและโรคในพืช เช่น เชื้อราและเพลี้ย ส่งผลให้เกษตรกรมีต้นทุนในการผลิตที่สูงสำหรับซื้อขายกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยบำรุงดินและพืชที่ปลูก ซึ่งเป็นต้นทุนและตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ขณะที่เกษตรกรมีความต้องการในการพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรด้านการส่งเสริมการผลิตรายกำจัดศัตรูพืช โรคในพืช ยากำจัดเชื้อราในรูปแบบอินทรีย์เพื่อลดต้นทุนการผลิต รายได้ที่สูงขึ้น สุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค ตลอดจนสิ่งแวดล้อมที่ดี ทั้งนี้ ในระบบการผลิตสินค้าเกษตรยังมีประเด็นปัญหาที่หลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับประเภทของพืชที่เกษตรกรปลูกรวมถึงประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นหน่วยงานระดับพื้นที่ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำกับ ดูแล และส่งเสริมความรู้ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกรอย่างใกล้ชิด

2) ด้านการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร จากผลการวิจัยพบว่าผลไม้ที่เกษตรกรนิยมปลูกมากที่สุดมีหลายชนิด เช่น ลำไย มะม่วงน้ำดอกไม้ และเงาะ และมีสมุนไพรที่เกษตรกรนิยมปลูกมากที่สุดคือ ตะไคร้ ข่า และกะเพรา ที่เกษตรกรนิยมจำหน่ายในรูปวัตถุดิบในราคาถูก เนื่องจากเกษตรกรขาดความรู้ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ด้วยกรอบระยะเวลาการวิจัยเป็นฤดูกาลของผลไม้และสมุนไพรบางประเภท ทำให้ยังมีผลไม้และ

สมุนไพรหลายประเภทที่มีศักยภาพที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มและจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้นได้ ดังนั้น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพาน สำนักงานเกษตรอำเภอพาน และองค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว ควรนำผลงานวิจัยไปใช้ประกอบการวางแผนกำหนดโครงการพัฒนาและงบประมาณสนับสนุน เพื่อส่งเสริมความรู้ สนับสนุนอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง สร้างรายได้ให้เกษตรกรในพื้นที่

3) ด้านการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกร จากผลการวิจัยได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกษตรกรสามารถนำไปขยายผลการผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดเฉพาะกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพาน และสำนักงานเกษตรอำเภอพาน ควรนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจัดจำหน่ายในตลาดระดับสากล

4) องค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย นำผลการวิจัยไปใช้เพื่อต่อยอดในการวางแผนพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเกษตรให้เป็นสินค้าคุณภาพของอำเภอและจังหวัดต่อไป

5) สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพาน นำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นกลไกการพัฒนากลุ่ม/ผู้ประกอบการในพื้นที่ให้เกิดความเข้มแข็ง ขยายกลุ่มและสร้างเครือข่ายการพัฒนาให้เกิดภาพในระดับอำเภอและเป็นแหล่งในการสร้างรายได้ให้เกษตรกร กลุ่มและผู้ประกอบการชุมชนโดยมีหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาในพื้นที่สนับสนุนด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ชุมชนต้องการ

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

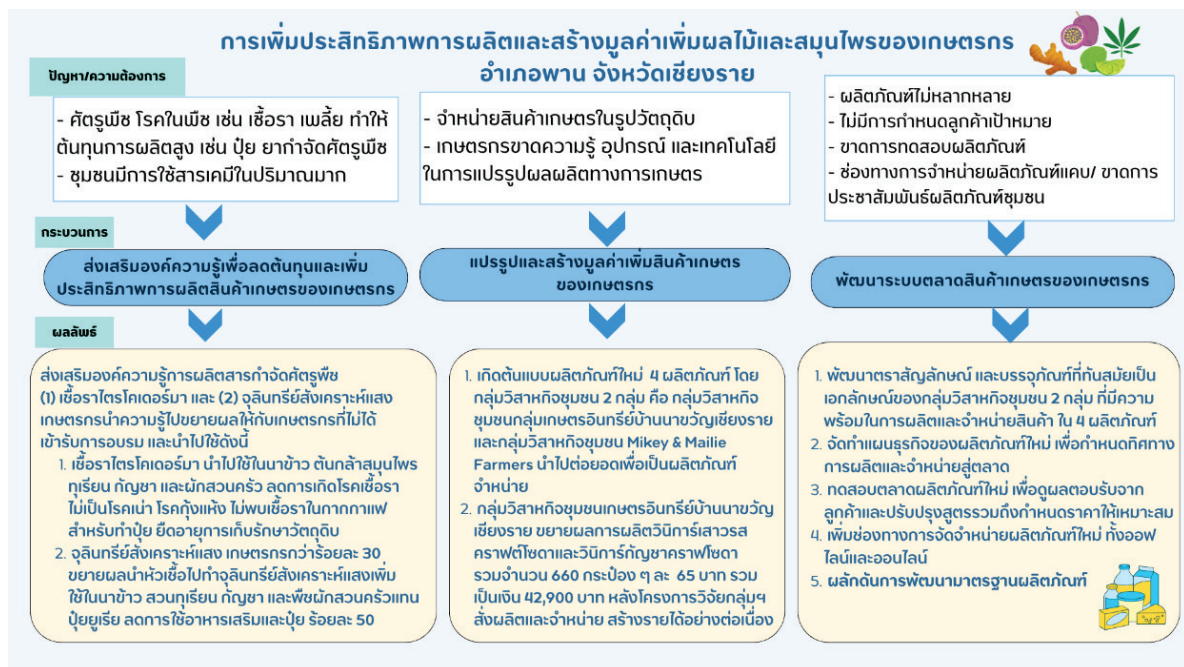
1) จากผลการวิจัย ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรในตำบลทรายขาวสามารถจำหน่ายในแก่ผู้บริโภคในงานแสดงสินค้าของหน่วยงานราชการ และลูกค้าเฉพาะกลุ่ม แต่ผลิตภัณฑ์ยังขาดมาตรฐานอาหารและยา (อย.) ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดค้าปลีกสมัยใหม่และตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน

2) จากผลการวิจัย เกษตรกรและผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางส่วนยังขาดทักษะในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น ทักษะการคำนวณต้นทุน การกำหนดราคาสินค้า การตลาดผลิตภัณฑ์ ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการพัฒนาและยกระดับทักษะของผู้ประกอบการธุรกิจให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือเกษตรกรในชุมชน

3) จากผลการวิจัย เกษตรกรและผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมักผลิตสินค้าขึ้นมด้วยทรัพยากรและวัตถุดิบที่มี โดยขาดการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มสนใจ ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดึงดูดกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติและแนวทางการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศ

9. สรุปผลการวิจัย

รูปภาพประกอบ 2 สรุปผลการวิจัย



เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาที่ดิน. (2558). *สถานภาพทรัพยากรดินและที่ดินของประเทศไทย*. กรมพัฒนาที่ดิน. กรุงเทพฯ.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). *คู่มือพัฒนามูลค่าเพิ่ม (VALUE CREATION HANDBOOK)*. ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2566, จาก https://www.dbd.go.th/download/article/article_20161103115457.pdf
- กรมวิชาการเกษตร. (2558: 22). *ปีแห่งการลดต้นทุนการผลิต*. เอกสารเผยแพร่เกษตรกร ปี 2559. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมวิชาการเกษตร. (2559). *แนวทางการลดต้นทุนการผลิต*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมการเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2563). *ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร*. กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2564, จาก <http://www.sceb.doae.go.th/data/ktank/ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร.pdf>
- ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์. (2558). การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตชาเขียวโดยใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม. *วิศวกรรมลาดกระบัง*, 32(4), 37-42.
- นัทธินัย เกาตระกุล และ ภัทพรพรรณ วรรณลักษณ์. (2565). การพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 24(1), 25-33.
- พรณี ลีกิจวัฒน์. (2558). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : มินิ เซอร์วิส ทรัพย์ฉายา.

- วาทีวุฒิ นิติกิจดำรง และ ไกรเลิศ ทวีกุล. (2558). การลดต้นทุนการปลูกข้าวโดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น. เอกสารการประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2558. ขอนแก่น : วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วีระศักดิ์ สมยานะ. (2562). ได้ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารวิจัย ราชภัฏเชียงใหม่, 20(2), 14-27.
- ศักดิ์ดา อ่างวัฒนกิจ สุภลักษณ์ วงศ์ไพศาลลักษณ์ พิรญา ภูติรัตน์ ณรงค์ อนุพันธ์ และ ภานิดา โพธิ์แก้ว. (2561). การพัฒนากลยุทธ์และการเพิ่มโอกาสทางการตลาดสินค้าเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง ละมัย ร่มเย็น ภาวรินทร์ สวัสดิ์ไธสง พัทธนันท์ ชมภูณูช และ ลัดดาวัลย์ ร่มเย็น. (2562). สภาพปัญหา ความต้องการ คุณภาพชีวิต และรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรของวิสาหกิจชุมชน. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 8(2), 230-240.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย. (2565). แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดเชียงราย (พ.ศ. 2566 – 2570). สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. เชียงราย.
- องค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว. (2565). แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2566-2570). งานวิเคราะห์นโยบายและแผน. องค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว. เชียงราย.
- อนัน คำนัน สายทอง สุภาณี เงิน ศรีขามก วงเดือน ศรีพรหม สังวาล พิมพ์พุดิ สมจิตร สุขคงเจริญ อำนวย บุตธิคุณ พรหมมาวัน สายเย็น คำเกษ ยุพิลย์ สุภาณี วัน ถิ่นน้ำใส หนูกร พิมพ์เสนา ไพลิน กันยาประสิทธิ์ สีดา สุภาณี สุพิส คำบุตติ และ อรุณ พรหมมาวัน. (2563). การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรจากแปลงเกษตรผสมผสานของชุมชนเพื่อสร้างรายได้ของชุมชนตำบลอู่ม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย (รายงานวิจัย). สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- Farrell, M. J. (1957). The measurement of productive efficiency. *Journal of the Royal Statistical Society*, 120(3), 253-290.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2014). การบัญชีบริหาร [Managerial Accounting] (พิมพ์ครั้งที่ 15) (นพพร บุศยสุนทร ประจิต หาว์ตร ศรีณย์ ชูเกียรติ วศธร ชูติปัญญา และ กัญญารัตน์ สานโฬาร, ผู้แปล). กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.

ความสามารถทางดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม
ของบุคลากร และบทบาทของความเป็นอิสระในงาน

The Impact of Digital Capability on Innovation Performance
and Role of Job Autonomy

ธรรมสรณ์ โมรวรรณ^{*} และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์²

Thammasorn Morawan^{*} and Viroj Jadesadalug²

Received : February 12, 2024 Revised : March 21, 2024 Accepted : April 2, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และวัฒนธรรมนวัตกรรมต่อความสามารถทางดิจิทัล การทดสอบผลของความสามารถทางดิจิทัลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร และผลความเป็นอิสระในงานในบทบาทตัวแปรแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรของมหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์ไทยจำนวน 84 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และวัฒนธรรมนวัตกรรมมีผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากร 2) ความสามารถทางดิจิทัลมีผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร 3) ความเป็นอิสระในงานมีบทบาทเป็นตัวแปรแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ทั้งนี้สามารถนำประโยชน์จากงานวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคตไปเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากรเพื่อสร้างนวัตกรรมในองค์กรต่อไป

คำสำคัญ : ความสามารถทางดิจิทัล ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ความเป็นอิสระในงาน
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

^{*} อาจารย์ คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์ไทย กรุงเทพมหานคร

^{*} Lecturer, Faculty of Account and Management Science, Southeast Bangkok University, Bangkok

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² Assistant Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

Corresponding author Email: thammasorn@sbu.southeast.ac.th

Abstract

The objectives of this research are to study the impact of transformational leadership, digital transformation, and innovation culture on digital capability. To testing the impact of digital capability on innovative performance. And investigate the role of job autonomy as a moderator in the relationship between digital capabilities and innovative performance. The research was conducted on a sample group consisting of 84 personnel from Southeast Bangkok University. The research instrument used for collecting data was a questionnaire. The collected data was analyzed using statistical measures such as percentages, means, standard deviations, Pearson's correlation coefficient, simple regression analysis and multiple regression analysis.

The research findings are as follows: 1) Transformational leadership, digital transformation, and innovation culture positively impact the digital capabilities. 2) Digital capabilities have a positive impact on innovative performance. 3) Job autonomy moderates the relationship between digital capabilities and innovative performance. These results can lead to benefits from the research and provide suggestions for future studies, serving as a guideline for developing the digital capabilities of personnel to foster innovation within the organization.

Keywords : Digital Capability, Innovative performance, Job Autonomy, Transformational Leadership.

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีศักยภาพในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับองค์กร อย่างไรก็ตามสิ่งที่องค์กรควรดำเนินการคือการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะทางดิจิทัลของพนักงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของการทำงานในอนาคต (Melhem & Jacobsen, 2021) ซึ่งความสามารถทางดิจิทัล (Digital Capability) เป็นความสามารถในการใช้ เรียนรู้ และการปรับตัวเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของงาน กระบวนการทำงาน และการให้บริการที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการ นอกจากนี้ความสามารถทางดิจิทัลยังมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการสร้างนวัตกรรมดิจิทัล การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความอยู่รอดอย่างยั่งยืนขององค์กร (Jean et al., 2020; Khin & Ho, 2019) โดยที่ประสิทธิภาพในเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนความสามารถขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายและการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Na Lim & Peltner, 2011) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาโซลูชันทางดิจิทัลใหม่ ๆ จำเป็นต้องอาศัยความสามารถที่เหมาะสม (Khin & Ho, 2019) รวมถึงความคิดสร้างสรรค์และแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งความเป็นอิสระในงาน (Job Autonomy) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างสร้างสรรค์ของพนักงาน (Jaiswal & Dhar, 2017) การเพิ่มความเป็นอิสระในงานช่วยส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน (Dangsungwal & Jadesadalug, 2019) เสริมสร้างแรงจูงใจภายใน และกระตุ้นให้เกิดความพยายามในการแสวงหาแนวคิดและวิธีการแก้ไขปัญหาในงานที่ได้รับมอบหมายในลักษณะที่สร้างสรรค์ (Lee et al., 2021) จึงเป็นตัวแปรที่สามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ในความสามารถทางดิจิทัลและผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากรได้

ในการส่งเสริมความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากร การเปลี่ยนแปลงของกระบวนการภายในองค์กรเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญเช่นกัน กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) โดยการนำ

เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีใช้ในการดำเนินงาน กลยุทธ์ และการจัดการธุรกิจ (Muktamar et al., 2023) กระตุ้นให้พนักงานเกิดการปรับตัวและพัฒนาทักษะทางดิจิทัลเพื่อให้มีความพร้อมและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรได้ (Fu et al., 2023) นอกจากนี้ ความเป็นแบบอย่างของผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) โดยการปรับเปลี่ยนบทบาทให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Erhan et al., 2022) และในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารงานย่อมมีแนวโน้มที่ส่งผลต่อผู้ตามในการพัฒนาความสามารถทางดิจิทัลของตนเอง และปัจจัยที่สำคัญอีกประการคือวัฒนธรรมองค์กร ความสัมพันธ์ของคนในองค์กรที่เกิดขึ้นผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและแนวทางการดำเนินกิจกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร ส่งผลโดยรวมต่อการเปลี่ยนแปลงของค่านิยม ความเชื่อ การปฏิบัติ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการสร้างนวัตกรรม (JISC, 2023) ดังนั้น องค์กรที่ต้องการพัฒนาผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมจึงจำเป็นต้องปลูกฝังวัฒนธรรมนวัตกรรมภายในองค์กร (Ismail, 2023)

การศึกษาในเรื่องความสามารถทางดิจิทัลส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการศึกษาในบริบทขององค์กร หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการศึกษาความสามารถทางดิจิทัลที่องค์กรมี (Benny Ong Ming & Abdul Hamid, 2021; Chen et al., 2023; Fu et al., 2023; Khin & Ho, 2019) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากร ในบริบทของของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่งผลให้ต้องมีการปรับตัว ปรับรูปแบบการเรียนการสอน การให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้มากขึ้น มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์อีสท์บางกอก เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งที่มีดำเนินการต่างๆ เพื่อปรับเปลี่ยนมหาวิทยาลัยสู่การเป็นดิจิทัลทั้งกระบวนการทำงาน การจัดการเรียนการสอน การให้บริการนักศึกษา มีการปรับเปลี่ยนนโยบาย สภาพแวดล้อม และแนวทางการพัฒนาที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงต้องการกระตุ้นให้เกิดการใช้ความสามารถอย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมการทำงานและการบริการ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จในเป้าหมายนี้ คือบุคลากรที่มีความสามารถในการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่การทำ ความเข้าใจในอิทธิพลของความสามารถทางดิจิทัลที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากรมหาวิทยาลัย รวมถึงปัจจัยที่เป็นอิทธิพลต่อความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากร และปัจจัยที่เป็นตัวแปรแทรกซ้อนในความสัมพันธ์ที่สามารถก่ออิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร จึงกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย (1) เพื่อศึกษาการส่งผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และวัฒนธรรมนวัตกรรมต่อความสามารถทางดิจิทัล (2) เพื่อศึกษาผลของความสามารถทางดิจิทัลที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร และ (3) เพื่อศึกษาผลของความเป็นอิสระในงานในบทบาทตัวแปรแทรกซ้อนในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลที่มีต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร โดยผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากรภายในองค์กร ทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายองค์กร การสร้างนวัตกรรม การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในองค์กร และส่งต่อไปถึงคุณภาพของบัณฑิตได้ต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

2.1 ความสามารถทางดิจิทัล (Digital Capabilities)

ความสามารถทางดิจิทัล คือ ความสามารถของบุคลากรในการใช้ การเรียนรู้ และการปรับตัวเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของงาน หรือกระบวนการทำงาน หรือการให้บริการ จากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถทางดิจิทัลนั้นมีความเกี่ยวข้องในหลายมิติ ทั้งกลยุทธ์ ภาวะผู้นำ ความสามารถของพนักงาน การส่งมอบผลลัพธ์จากการดำเนินงาน รวมถึงประสิทธิภาพขององค์กร (Melhem &

Jacobsen. 2021) อาจกล่าวได้ว่า ความสามารถทางดิจิทัลเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล ซึ่งสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กร การพัฒนาทางธุรกิจ หรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางธุรกิจแบบดั้งเดิม (Jean et al., 2020)

อย่างไรก็ตาม ความสามารถทางดิจิทัลไม่เพียงแต่ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หากแต่ยังสะท้อนความสามารถในการผสมผสานและเชื่อมโยงเทคโนโลยีทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทรัพยากร โอกาส และความสามารถในการปรับตัวขององค์กรให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไป (Chen et al., 2023) ทั้งนี้ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัลขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์กร เพราะการพัฒนาวัตกรรมดิจิทัลใหม่ ๆ จำเป็นต้องอาศัยความสามารถและความเชี่ยวชาญที่เหมาะสม (Khin & Ho, 2019) ความสามารถทางดิจิทัลของพนักงานจึงมีผลต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กรและนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

2.2 ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Performance)

ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม คือ ผลการปฏิบัติงานที่เป็นผลงานซึ่งเกิดขึ้นใหม่จากความสามารถของบุคลากรในการพัฒนาหรือการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานและการให้บริการอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการทำงาน ซึ่งประสิทธิภาพด้านนวัตกรรมขององค์กรเป็นตัวแทนของความสามารถในการบรรลุผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ และผลการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ที่เหนือกว่าผ่านการได้มา การใช้ประโยชน์ และจัดการทรัพยากรรวมทั้งความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร (Na Lim & Peltner, 2011) ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมสามารถสะท้อนความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการ ตลาด และองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลต่อการลดระยะเวลาการดำเนินงาน ต้นทุน ความเสี่ยง ตลอดจนการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการดำเนินงาน (Gachanja, 2023) ความสามารถทางด้านดิจิทัลของบุคลากรจึงมีความสำคัญต่อการผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมขององค์กร เพราะเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมดิจิทัล (Khin & Ho, 2019) นอกจากนี้ ผลการศึกษาเชิงประจักษ์ยังแสดงให้เห็นว่าความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กร (Ming & Hamid, 2021; Yasa et al., 2019) และยังส่งผลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Kastelli et al., 2022) จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) ความสามารถทางดิจิทัลส่งผลเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร

2.3 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่ผลักดันให้ผู้ตามประสบความสำเร็จ โดยการกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นอยู่ผ่านกระบวนการคิดในมุมมองใหม่อย่างสร้างสรรค์ มีการกระตุ้นให้คำแนะนำ ให้ความคิดเห็น ชื่นชม เอาใจใส่ถึงความต้องการ และเปิดโอกาสให้ผู้ตามได้ลงมือสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ด้วยความมั่นใจ รวมถึงทำให้ผู้ตามเห็นถึงความเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้นำได้ ในยุคของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ความเป็นผู้นำขององค์กรกำลังเปลี่ยนไปสู่ความเป็นผู้นำดิจิทัล (Shin et al., 2023) ซึ่งหมายถึง การรวมกันของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการใช้เทคโนโลยี หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการรวมกันของความสามารถทางดิจิทัลและวัฒนธรรมที่ช่วยผลักดันการเปลี่ยนแปลงและสร้างความได้เปรียบจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Mihardjo et al., 2019) ดังนั้น เพื่อความสามารถทางการแข่งขันและความอยู่รอดขององค์กรผู้นำจึงต้องมีทักษะทางด้านดิจิทัล เพราะจะช่วยให้ธุรกิจสามารถนำความสามารถด้านดิจิทัลไปใช้ในการพัฒนาวัฒนธรรมและความสามารถเฉพาะขององค์กรได้ง่ายขึ้น จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากร

2.4 การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation)

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการทำงาน การสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนการส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้าขององค์กร มีการรวบรวมข้อมูล แลกเปลี่ยน และใช้ประโยชน์ผ่านเครือข่ายทางดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ โดยเป็นการนำมาใช้อย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ขององค์กรในด้านการปฏิบัติงาน การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และการสร้างคุณค่าภายในองค์กร (Muktamar et al., 2023) การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลยังสร้างโอกาสสำหรับองค์กรในการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ กระบวนการ และวัฒนธรรมเพื่อมุ่งสู่การตอบสนองต่อตลาดในด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Nasiri et al., 2020) ทั้งนี้ เพื่อให้้องค์กรบรรลุผลการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล จำเป็นต้องมีการพัฒนาความสามารถทางดิจิทัลให้ครอบคลุมต่อการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์กร การเปลี่ยนแปลงหน้าที่การทำงาน และการพัฒนาพนักงานเพื่อให้พร้อมต่อการใช้และได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล (Kastelli et al., 2022) กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลจึงมีผลโดยตรงต่อความสามารถทางด้านดิจิทัลของพนักงานในองค์กร ผ่านการทำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการทำงานและการสร้างคุณค่า และการพัฒนาพนักงานให้มีความพร้อมในการใช้งานและสร้างประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์กร จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 3 (H3) การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากร

2.5 วัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture)

วัฒนธรรมนวัตกรรม คือ วัฒนธรรมการทำงานขององค์กรที่มุ่งส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและสิ่งใหม่ ๆ โดยพนักงานขององค์กร ผ่านการจูงใจ สนับสนุน ให้เกิดพฤติกรรมการทำงานและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมร่วมกันของพนักงาน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และท้าทายให้เกิดการนำนวัตกรรมนั้นสู่การปฏิบัติ นำไปสู่การเรียนรู้และเติบโตของพนักงานและองค์กร องค์กรธุรกิจที่ต้องการพัฒนาผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม จำเป็นต้องปลูกฝังวัฒนธรรมนวัตกรรมภายในองค์กร (Ismail, 2023) วัฒนธรรมนวัตกรรมสะท้อนความสามารถในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องขององค์กรเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ที่นำไปสู่การค้นพบและสามารถเติมเต็มช่องว่างของสิ่งที่ตลาดต้องการกับการนำเสนอขององค์กรในปัจจุบัน (Tang et al., 2020) มุ่งส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและสิ่งใหม่ ๆ โดยพนักงานขององค์กร ผ่านการจูงใจ สนับสนุน ให้เกิดพฤติกรรมการทำงานและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมร่วมกันของพนักงาน ผลการศึกษาเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมนวัตกรรมมีผลต่อการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการ (Padilha & Gomes, 2016) ซึ่งเป็นผลมาจากความสามารถทางด้านดิจิทัลในการพัฒนาและส่งมอบบริการและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าที่แตกต่าง (Rönnerberg Sjödin et al., 2016) จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 (H4) วัฒนธรรมนวัตกรรมส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากร

2.6 ความเป็นอิสระในงาน (Job Autonomy)

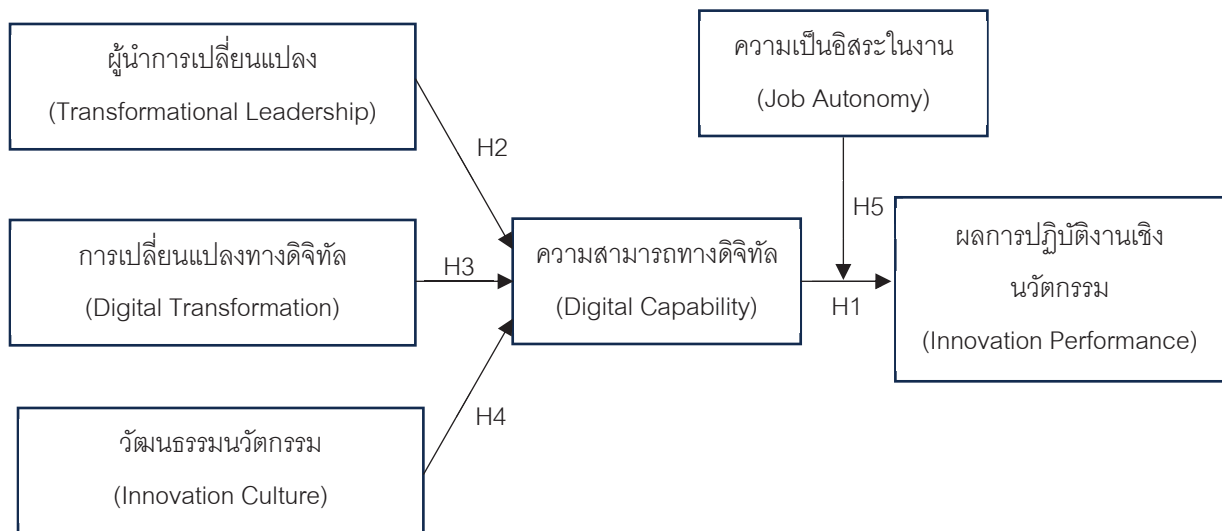
ความเป็นอิสระในงาน คือ ระดับความเป็นอิสระและดุลยพินิจของพนักงานในการวางแผนการทำงาน การตัดสินใจเกี่ยวกับงานที่ทำ และความสามารถในการกำหนดรูปแบบวิธีการทำงานให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยตัวเอง ทั้งนี้ ในการสร้างนวัตกรรม ซึ่งอาจเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรืออาจเป็นการปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าที่เคยมีอยู่ (OECD/Eurostat, 2018) ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และแรงจูงใจในการทำงาน โดยผลการศึกษาความเป็นอิสระในการทำงานในบทบาทของตัวแปรกำกับ พบว่า ความเป็นอิสระในงานช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานและการมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างสร้างสรรค์ (Jaiswal & Dhar, 2017) การเพิ่มความเป็นอิสระในงานจึงช่วยส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน พนักงานเกิดการเรียนรู้ในการทำงาน มีความรับผิดชอบ มีการพึ่งพา

ตนเอง ปฏิบัติตามกฎหมายหรือการบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง (Dangsungwal & Jadesadalug, 2019) ความเป็นอิสระในการทำงานที่เพิ่มขึ้นนี้ถือได้ว่าส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมโดยการเสริมสร้างแรงจูงใจภายใน และทำให้ผู้คนแสวงหาแนวคิดและวิธีการต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาในงานที่ได้รับมอบหมายในลักษณะที่สร้างสรรค์มากขึ้น (Lee et al., 2021) ความเป็นอิสระในงานจึงสามารถเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากรที่มีการนำความสามารถทางดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการ รวมถึงการสร้างนวัตกรรมทั้งด้านผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการได้ นอกจากนี้ผลการศึกษาเชิงประจักษ์ยังพบว่า ความมีอิสระในการทำงานเป็นทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Nande et al., 2022) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 5 (H5) อิทธิพลของความเป็นอิสระในงานส่งผลเชิงบวกในความสัมพันธ์ระหว่าง

ความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรของมหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอกที่เป็นผู้อำนวยการสำนัก หัวหน้าหน่วยงาน อาจารย์สายสอน อาจารย์สายสนับสนุน และเจ้าหน้าที่ จำนวน 133 คน (Human Resource Office, 2023) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1976) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน และทำการสุ่มด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling) หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามพบว่า มีอัตราการตอบกลับ (Response rate) จำนวน 84 ชุด จาก 100 ชุด คิดเป็นร้อยละ 84

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางด้านดิจิทัลที่มีผลต่อผลการ

ปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ความสามารถทางดิจิทัล จำนวน 5 ข้อ ปรับปรุงจาก Saputra et al. (2022) ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม จำนวน 5 ข้อ ปรับปรุงจาก Ko et al. (2022) และ Gil et al. (2018) และความเป็นอิสระในงาน จำนวน 3 ข้อ ปรับปรุงจาก Morgeson และ Humphrey (2006) และตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางด้านดิจิทัล ประกอบด้วย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (วัดจากภาวะผู้นำของจากผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัย) จำนวน 8 ข้อ ปรับปรุงจาก Kusumah et al. (2021) การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล จำนวน 5 ข้อ ปรับปรุงจาก AlNuaimi et al. (2022) และวัฒนธรรมนวัตกรรม จำนวน 6 ข้อ ปรับปรุงจาก Terziovski (2010) โดยข้อคำถามตอนที่ 2 และ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) 5 ระดับ

3.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

การตรวจสอบเครื่องมือโดยการนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาด้านความถูกต้องของโครงสร้างเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 แสดงว่ามีความเที่ยงตรง (Leekijwatana, 2014) จากนั้น จึงนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นด้านความสามารถทางดิจิทัล (DC) เท่ากับ 0.915 ด้านผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP) เท่ากับ 0.897 ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) เท่ากับ 0.906 ด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (DT) เท่ากับ 0.819 ด้านวัฒนธรรมนวัตกรรม เท่ากับ 0.859 และด้านความเป็นอิสระในงาน เท่ากับ 0.870

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) การวิเคราะห์การส่งผลของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้เทคนิควิธี Enter

4. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถทางดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร และบทบาทของความเป็นอิสระในงาน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 36-45 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งอาจารย์สายสอน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 โดย และมีอายุงาน 5-10 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1

4.2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ศึกษา และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร แสดงผลดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า VIF และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	TL	DT	IC	DC	JA	IP	VIF
ค่าเฉลี่ย (Mean)	4.23	4.34	4.09	4.27	4.24	4.27	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.436	0.298	0.458	0.508	0.366	0.478	
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL)	-						2.452
การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (DT)	0.498**	-					1.401
วัฒนธรรมนวัตกรรม (IC)	0.758**	0.504**	-				2.472
ความสามารถทางดิจิทัล (DC)	0.559**	0.512**	0.579**	-			1.195
ความเป็นอิสระในงาน (JA)	0.325**	0.233*	0.315**	0.537**	-		1.181
ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)	0.489**	0.247*	0.533**	0.393**	0.309**	-	

*p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ตัวแปรการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ ด้านความสามารถทางดิจิทัล ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ด้านความเป็นอิสระในงาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรมนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.27, 4.27, 4.24, 4.23 และ 4.09 ตามลำดับ ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.233 – 0.758 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.401 – 2.472 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et.al., 2014)

4.3 การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และความสามารถทางดิจิทัล ด้วยการใช้การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) แสดงผลดังตาราง 2

ตาราง 2 อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และความสามารถทางดิจิทัล

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม					
	ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)					
	B	SE	β	t	p-value	Adjust R ²
constant	2.588	0.289		8.960	0.000	0.280
ความสามารถทางดิจิทัล (DC)	0.387	0.067	0.537	5.768	0.000***	

ตาราง 2 อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และความสามารถทางดิจิทัล (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม					
	ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)					
	B	SE	β	t	p-value	Adjust R ²
ความสามารถทางดิจิทัล (DC)						
constant	1.520	0.453		3.352	0.001	0.304
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL)	0.652	0.107	0.559	6.105	0.000***	
constant	0.488	0.703		0.694	0.490	0.253
การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (DT)	0.873	0.162	0.512	5.402	0.000***	
constant	1.648	0.411		4.011	0.000	0.327
วัฒนธรรมนวัตกรรม (IC)	0.642	0.100	0.579	6.428	0.000***	

*p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

จากตาราง 2 การวิเคราะห์ความสามารถทางดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม พบว่า มีผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (B = 0.387, p < 0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 28.0 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อความสามารถทางดิจิทัล พบว่า มีผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (B = 0.652, p < 0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ ร้อยละ 30.4 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสามารถทางดิจิทัล พบว่า มีผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (B = 0.873, p < 0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 25.3 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

ผลการวิเคราะห์วัฒนธรรมนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถทางดิจิทัล พบว่า มีผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (B = 0.642, p < 0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 32.7 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

4. การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรแทรกที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยสหสัมพันธ์ (Multiple Regression Analysis) แสดงผลดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงอิทธิพลของตัวแปรแทรกที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

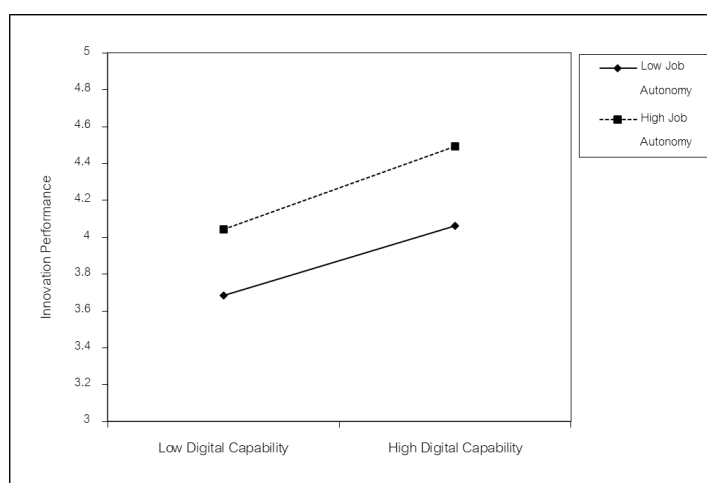
ตัวแปร	ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (IP)					
	B	SE	β	t	p-value	Adjust R ²
constant	2.292	.348		6.593	.000	.317
ความสามารถทางด้านดิจิทัล x ความ เป็นอิสระในงาน (DC x JA)	.074	.033	.206	2.262	.026*	

*p < 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ความเป็นอิสระในงานมีผลเชิงบวกในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($B = 0.074$, $p < 0.05$) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 31.7 แสดงว่า ความเป็นอิสระในงานมีบทบาทเป็นตัวแปรแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

เมื่อทำการแบ่งความเป็นอิสระในงานออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับต่ำและระดับสูง และนำเสนอในรูปแบบของแผนภาพแสดงผลกระทบของความเป็นอิสระในงานที่เป็นตัวแปรแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม แสดงผลดังรูปภาพประกอบ 2

รูปภาพประกอบ 2
แสดงผลกระทบของความเป็นอิสระในงานที่เป็นตัวแปรแทรกในความสัมพันธ์ระหว่าง
ความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม



จากรูปภาพประกอบ 2 พบว่า ความเป็นอิสระในงานเป็นตัวแปรแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม กล่าวคือ บุคลากรที่มีความสามารถทางดิจิทัลสูง เมื่อได้รับความเป็นอิสระในงาน ทำให้สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์และวางแผนในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ก็จะส่งผลให้เกิดผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในระดับที่สูง

การวิจัยเรื่อง ความสามารถทางดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร และบทบาทของความเป็นอิสระในงาน สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัล เนื่องจาก มหาวิทยาลัยมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการบริหารจัดการภายในมหาวิทยาลัยโดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการทำงานของมหาวิทยาลัยทั้งการปฏิบัติงาน การสนับสนุนการเรียนการสอนทั้งสำหรับนักศึกษาและอาจารย์ และการบริหารงานโดยใช้ข้อมูลเป็นพื้นฐาน ซึ่งผลจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของมหาวิทยาลัยย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงแนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานของตนเอง ทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาทักษะความสามารถทางดิจิทัลทั้งจากการฝึกอบรมโดยมหาวิทยาลัย การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้จากแหล่งภายนอก ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความพร้อมทางดิจิทัลและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรได้ (Fu et al., 2023)

2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัล กล่าวคือ การพัฒนาความสามารถทางด้านดิจิทัลของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยให้มีขีดความสามารถที่สูงขึ้น จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารของมหาวิทยาลัยทั้งแผนการพัฒนายบประมาณ กิจกรรมการอบรมเพื่อพัฒนาทั้งภายในและภายนอก นอกจากนี้ ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่มีการยอมรับและนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงาน จะพัฒนาไปสู่การเป็นผู้นำดิจิทัลที่ช่วยผลักดันการเปลี่ยนแปลงและสร้างรายได้เปรียบจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Mihardjo et al., 2019) เนื่องจาก ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นรูปแบบของภาวะผู้นำสร้างแรงบันดาลใจ จูงใจ และกระตุ้นผู้ตามให้ไปสู่เป้าหมาย ส่งเสริมกำลังใจให้ผู้ตามสำเร็จตามความมุ่งหวังของตนเองและมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ต่อความสำเร็จขององค์กร (Muktamar et al., 2023) นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ Luu (2023) ยังพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลมีอิทธิพลต่อความสามารถทางดิจิทัลขององค์กร

3. วัฒนธรรมนวัตกรรมมีผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัล เนื่องจาก วัฒนธรรมองค์กรของมหาวิทยาลัยมุ่งเน้นความทันสมัย (Modernization) โดยการปรับเปลี่ยนวิถีคิดและวิถีการทำงานของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยให้มีความทันสมัย เท่าทันเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลง มีประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน มีการแผนปฏิบัติการในการจัดการความรู้และสนับสนุนในบุคลากรทุกระดับพัฒนาปรับปรุงนวัตกรรมในการทำงานหรือการให้บริการ โดยส่งเสริมด้วยการให้รางวัลและการนำแนวคิดนั้นมาใช้ในองค์กรผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นแนวทางในการปลูกฝังวัฒนธรรมนวัตกรรมซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างผลเชิงนวัตกรรม (Ismail, 2023) ผลการปฏิบัติงานที่ผานจากการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ร่วมกับการปลูกฝังวัฒนธรรมนวัตกรรมแก่บุคลากรในองค์กร จึงเป็นผลเชิงบวกต่อความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากร สอดคล้องกับผลการศึกษารายงานของ Padilha และ Gomes (2016) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมนวัตกรรมมีผลต่อการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

4. ความสามารถทางดิจิทัลมีผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม กล่าวคือ เมื่อบุคลากรของมหาวิทยาลัยมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติงาน จนสามารถพัฒนากระบวนการทำงานหรือการให้บริการใหม่ ๆ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีความสอดคล้องกับการสร้างนวัตกรรม ที่หมายถึงผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่พัฒนาขึ้นใหม่หรือได้รับการปรับปรุงจนมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่มีอยู่เดิม (OECD/Eurostat, 2018) กระบวนการหรือช่องทางการให้บริการใหม่ ๆ ตลอดจนรูปแบบของการจัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยที่ถูกพัฒนาและปรับปรุงโดยมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการ เช่น ระบบการสื่อสาร ระบบเอกสารดิจิทัล ระบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งการพัฒนานวัตกรรมดิจิทัลเหล่านี้ ต้องอาศัยทักษะความสามารถและความเชี่ยวชาญที่เหมาะสม (Khin & Ho, 2019) ความสามารถทางการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นเสมือนปัจจัยที่เร่งให้เกิดนวัตกรรม เพิ่มประสิทธิภาพด้านนวัตกรรมขององค์กร เป็นพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมขององค์กร (Kastelli et al., 2022; Khin & Ho, 2019) และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kastelli et al. (2022) ซึ่งพบว่า ความสามารถทางดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. ความเป็นอิสระในงานมีผลเชิงบวกในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม กล่าวคือ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากรในมหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ซึ่งเมื่อองค์กรมีการมอบความเป็นอิสระในงาน ซึ่งหมายถึงการมอบอิสระในการคิดสร้างสรรค์ สามารถคิดริเริ่มในการทำสิ่งใหม่ ๆ วางแผนการดำเนินงานของตนเอง และตัดสินใจเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบได้ จึงส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ทำให้เกิดการค้นหาแนวคิดและวิธีการในการแก้ไข

ปัญหาในการทำงานอย่างสร้างสรรค์ (Lee et al., 2021) ความเป็นอิสระในการทำงานที่ถูกส่งมอบให้บุคลากรที่มีความสามารถทางดิจิทัลสูง จึงสามารถก่อให้เกิดผลต่อการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่สูงขึ้นได้ ทั้งนี้เพราะเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างสร้างสรรค์ (Jaiswal & Dhar., 2017) ที่นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อการทำงานและการบริการนักศึกษาได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Nande et al. (2022) ที่พบว่า ความมีอิสระในงานทำงานเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในบริบทของสถาบันการศึกษา จึงควรมีการศึกษาในบริบทขององค์การภาคธุรกิจ หรือองค์การที่มีลักษณะของการทำงานที่มีความต้องการความเป็นอิสระในการทำงานที่สูงเพิ่มเติม เช่น องค์การที่เป็นหน่วยงานขาย ธุรกิจประกัน เป็นต้น ซึ่งอาจใช้การศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจในปรากฏการณ์หรือวิธีการที่องค์การต่าง ๆ ให้ความเป็นอิสระในงานแก่พนักงาน

5.2 ประโยชน์ด้านการจัดการ

จากข้อค้นพบที่ว่า ความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และความเป็นอิสระในงานบทบาทเป็นตัวแปรแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางดิจิทัลกับผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมนั้น ผู้บริหารขององค์การควรมีการให้ความสำคัญอิสระในการทำงาน การคิด และการตัดสินใจทำงานที่ได้รับมอบหมาย โดยเฉพาะกับพนักงานที่มีความสามารถทางดิจิทัลที่สูง เพื่อส่งเสริมผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่สูงขึ้นขององค์การ เช่น การมอบบทบาทผู้นำในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมสร้างสรรค์ หรือ การกำหนดนโยบายที่มอบอำนาจตามขอบเขตความรับผิดชอบและให้สามารถตัดสินใจดำเนินการต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง เป็นต้น

5.3 ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดความสามารถทางดิจิทัล ผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล วัฒนธรรมนวัตกรรม และความเป็นอิสระในงานมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดเชิงเหตุผล (Casual Research) โดยเป็นการศึกษาความสามารถทางดิจิทัลในด้านของบุคลากร ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเชิงวิชาการเพื่อพัฒนาปัจจัยที่สามารถชี้วัดความสามารถทางดิจิทัลของบุคลากรได้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย และขอขอบคุณผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม จนงานวิจัยนี้สำเร็จด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- AlNuaimi, B. K., Kumar Singh, S., Ren, S., Budhwar, P., & Vorobyev, D. (2022). Mastering digital transformation: The nexus between leadership, agility, and digital strategy. *Journal of Business Research*, 145, 636-648.

- Ming, Z., & Hamid, N. (2021). The Impact of Digital Technology, Digital Capability and Digital Innovation on Small Business Performance. *Research in Management of Technology and Business*, 2(1), 499-509.
- Chen, C., Pan, J., Liu, S., & Feng, T. (2023). Impact of digital capability on firm resilience: the moderating role of coopetition behavior. *Business Process Management Journal*, 29(7), 2167-2190.
- Cronbach, L. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York : Harper & Row.
- Dangsongwal, N., & Jadesadalug, V. (2019). Influence's Perceived Support from Organization, Supervisor, Team and Creative Academic Performance on the Career Commitment of RMUTP's Lecturers. *Veridian E-Journal*, Silpakorn University. 12(6) November - December : 12-34.
- Erhan, T., Uzunbacak, H. H., & Aydin, E. (2022). From conventional to digital leadership: exploring digitalization of leadership and innovative work behavior. *Management Research Review*, 45(11), 1524-1543.
- Fu, F., Zha, W., & Zhou, Q. (2023). The Impact of Enterprise Digital Capability on Employee Sustainable Performance: From the Perspective of Employee Learning. *Sustainability*, 15(17), 1-22.
- Gachanja, I. M. (2023). Influence of technology transfer from universities on manufacturing firms' innovative performance. *International Journal of Innovation Studies*, 7(2), 115-126.
- Gil, A. J., Rodrigo-Moya, B., & Morcillo-Bellido, J. (2018). The effect of leadership in the development of innovation capacity: A learning organization perspective. *Leadership & Organization Development Journal*, 39(6), 694-711.
- Hair J. F., Black W. C., Babin B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (Seventh edition. Pearson new international). London : Pearson Education Limited.
- Human Resource Office. (2023). Report the number of personnel in September 2023.
- Ismail, I. J. (2023). The predicting role of knowledge-based dynamic capabilities on innovation performance of small enterprises in Tanzania: mediating effect of innovation culture. *Technological Sustainability*, 3(2), 195-211.
- Jaiswal, D., & Dhar, R. L. (2017). Impact of human resource practices on employee creativity in the hotel industry: the impact of job autonomy. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 16(1), 1-21.
- Jean, R.-J. B., Kim, D., Lien, Y.-C., & Ro, S. (2020). The moderating effect of virtual integration on intergenerational governance and relationship performance in international customer-supplier relationships. *International Marketing Review*, 37(3), 579-592.
- JISC. (2023). The framework - a structure for digital transformation. Retrived from, <https://repository.jisc.ac.uk/9056/1/framework-for-digital-transformation-in-higher-education.pdf>
- Kastelli, I., Dimas, P., Stamopoulos, D., & Tsakanikas, A. (2022). Linking Digital Capacity to Innovation Performance: the Mediating Role of Absorptive Capacity. *Journal of the Knowledge Economy*, 15, 238-272.

- Khin, S., & Ho, T. C. F. (2019). Digital technology, digital capability and organizational performance. *International Journal of Innovation Science*, 11(2), 177-195.
- Kő, A., Mitev, A., Kovács, T., Fehér, P., & Szabó, Z. (2022). Digital Agility, Digital Competitiveness, and Innovative Performance of SMEs. *Journal of Competitiveness*, 14(4), 78–96.
- Kusumah, A. I., Haryadi, Indrayanto, A., & Setiawan, I. (2021). A mediating and moderating role on employee performance appraisal. *Management Research Review*, 44(12), 1639-1659.
- Lee, W. R., Choi, S. B., & Kang, S.-W. (2021). How Leaders' Positive Feedback Influences Employees' Innovative Behavior: The Mediating Role of Voice Behavior and Job Autonomy. *Sustainability*, 13(4), 1901.
- Leekijwatana, P. (2014). Research Methodology in Education. (9th ed.). King Mongkut's Institute of Technology.
- Luu, T. D. (2023). Digital transformation and export performance: a process mechanism of firm digital capabilities. *Business Process Management Journal*, 29(5), 1436-1465.
- Melhem, S., & Jacobsen, A. H. (2021). *A Global Study on Digital Capabilities (English)*. Washington, D.C. : World Bank Group. Retrieved from, <http://documents.worldbank.org/curated/en/959181623060169420/A-Global-Study-on-Digital-Capabilities>
- Mihardjo, L. W. W., Sasmoko, S., Mihardjo, L. W. W., & Sasmoko, S. (2019) *Digital Transformation: Digital Leadership Role in Developing Business Model Innovation Mediated by Co-Creation Strategy for Telecommunication Incumbent Firms*. London, UK : IntechOpen.
- Ming, Z., & Hamid, N. (2021). The Impact of Digital Technology, Digital Capability and Digital Innovation on Small Business Performance. *Research in Management of Technology and Business*, 2(1), 499-509.
- Morgeson, F., & Humphrey, S. (2006). The Work Design Questionnaire (WDQ): Developing and Validating A Comprehensive Measure for Assessing Job Design and the Nature of Work. *The Journal of applied psychology*, 91, 1321-1339.
- Muktamar B, A., Bachtiar, A., Guntoro, G., Riyantie, M., & Ridwan, N. (2023). The Role of Leadership in Digital Transformation Management in Organisations. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1306-1314.
- Na Lim, J., & Peltner, F. (2011). Innovation performance of construction enterprises. *Construction Innovation*, 11(3), 282-304.
- Nande, F., Weber, M.-L., & Bouchet, S. (2022). Exploring success conditions for innovative performance through Qualitative Comparative Analysis (QCA): does job autonomy matter? *Public Organization Review*, 22(4), 1257-1277.
- Nasiri, M., Ukko, J., Saunila, M., & Rantala, T. (2020). Managing the digital supply chain: The role of smart technologies. *Technovation*, 96-97, 102121.

- OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.
- Padilha, C. K., & Gomes, G. (2016). Innovation culture and performance in innovation of products and processes: a study in companies of textile industry. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(4), 285-294.
- Rönnerberg Sjödin, D., Parida, V., & Wincent, J. (2016). Value co-creation process of integrated product-services: Effect of role ambiguities and relational coping strategies. *Industrial Marketing Management*, 56, 108-119.
- Shin, J., Mollah, M. A., & Choi, J. (2023). Sustainability and Organizational Performance in South Korea: The Effect of Digital Leadership on Digital Culture and Employees' Digital Capabilities. *Sustainability*, 15(3), 2027.
- Saputra, N., Sasanti, N., Alamsjah, F., & Sadeli, F. (2022). Strategic role of digital capability on business agility during COVID-19 era. *Procedia Computer Science*, 197, 326-335.
- Tang, G., Park, K., Agarwal, A., & Liu, F. (2020). Impact of Innovation Culture, Organization Size and Technological Capability on the Performance of SMEs: The Case of China. *Sustainability*, 12(4), 1355.
- Terziovski, M. (2010). Innovation Practice and its Performance Implications in Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Manufacturing Sector: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 31(8), 892-902.
- Yamane, T. (1976). *Statistics: An introductory analysis*. (2nd ed.). New York : Haper and Row.
- Yasa, N. N. K., Ekawati, N. W., & Rahmayanti, P. L. D. (2019). The Role Of Digital Innovation In Mediating Digital Capability On Business Performance. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(2), 111-128.

อิทธิพลนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว ที่มีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย

The Influence of Green Product Innovation and Green Supply Chain Management on Sustainable Development of Thailand's Auto Parts Industry

ฉัตรชัย อินทสังข์* และนิลบล วิโรจน์ฐิตยวงศ์²

Chatchai Inthasang* and Nilubon Wirotthitayawong²

Received : December 14, 2023 Revised : March 21, 2024 Accepted : March 29, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริหารอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ประเทศไทย จำนวน 336 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยผู้เชี่ยวชาญและการทดสอบทางสถิติด้วยค่าอำนาจจำแนก มีค่าระหว่าง .792 - .928 และมีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง .886 - .917 ทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค การวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าความแปรปรวนร่วมเท่ากัน โดยผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้วยสถิติ $\chi^2 = 154.210$, $df = 94$, (chi-square/df = 1.640), $p\text{-value} = 0.001$, $GFI = 0.916$, $RMSEA = 0.027$, $SRMR = 0.016$ และ $CFI = 0.929$ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวมีความสำคัญและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำนองเดียวกัน การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้ การศึกษาแสดงว่าภาพลักษณ์องค์กรเป็นสื่อกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาที่ยั่งยืนกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว

คำสำคัญ : นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว ภาพลักษณ์องค์กร การพัฒนาที่ยั่งยืน

^{1,2} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

^{1,2} Assistant Professor, Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Isan, Thailand

Corresponding author E-mail: Nilubon.du@rmuti.ac.th

Abstract

The purpose of this study is to examine the influence of green product innovation and green supply chain management on corporate image and lead to the sustainable development of business. Data were collected from 336 executives of the auto part industries in Thailand. The questionnaire survey was used as a research instrument. The validity and reliability were checked, which are content validity by an expert, the result of discriminant validity tested by factor analysis shows values between .792 - .928, and .886 - .917 are results of Cronbach's Alpha Coefficient test of reliability. This research applied inferential statistical analysis with structural equation modeling. The research results found that the developed structural equation modeling had conformed to the empirical data at the same covariance and passed the standard criteria by statistic $\chi^2 = 154.210$, $df = 94$, (chi-square/df=1.640), $p\text{-value} = 0.001$, $GFI = 0.916$, $RMSEA = 0.027$, $SRMR = 0.016$ and $CFI = 0.929$. The results of hypothesis testing found that green product innovation plays a significant and positive effect on corporate image and sustainable development. Likewise, green supply chain management is positively associated with corporate image and sustainable development. In addition, this study demonstrates that corporate image mediates the relationships between sustainable development and their two antecedents green product innovation and green supply chain management.

Keywords : Green Product Innovation, Green Supply Chain Management, Corporate Image, Sustainable Development

1. บทนำ

ประเด็นด้านความยั่งยืนของธุรกิจที่มุ่งเน้นกิจกรรมการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกลายเป็นหัวข้อที่น่าสนใจของการอภิปรายวิจัยถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน ท่ามกลางพลวัตทางธุรกิจที่มีความรุนแรง บทบาทขององค์กรมีความสำคัญมากในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม มุ่งตอบสนองของความคาดหวังของลูกค้า โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ โดดเด่น และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว) เพื่อให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสร้างความได้เปรียบของบริษัท (Wang, 2019) ปัจจุบันนี้เป็นที่ชัดเจนการกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนการจัดการต่าง ๆ เป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กร เช่น กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มความพึงพอใจ และส่งผลกำไรทางการตลาดในระยะยาว (Chen, Chang, Lin, Lai, & Wang, 2016)

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการวัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน บรรลุการเจริญเติบโต และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Soewarno, Tjahjadi, & Fithrianti, 2018) รวมถึงการลงทุนในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อรณรงค์สร้างกระแสการปกป้องทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ลดการเผชิญกับการประท้วงด้านสิ่งแวดล้อมและบทลงโทษทางกฎหมาย ในขณะที่เดียวกันก็สามารถพัฒนาโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Lavrinenko, Ignatjeva, Ohotina, Rybalkin, & Lazdans, 2019)

อย่างไรก็ตาม ความทันสมัยและเทคโนโลยีทางอุตสาหกรรมเจริญอย่างรวดเร็ว นำไปสู่ผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมทั่วโลก เช่น ก๊าซเรือนกระจก และมลพิษจากสารเคมี (Geng, Mansouri, & Aktas, 2017) ดังนั้น เพื่อสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น ประเด็นด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain Management: GSCM) เป็นแนวคิดสำคัญสะท้อนไปสู่องค์ประกอบด้านความยั่งยืน โดยผสมผสานระหว่างความคิดด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานภายในบริษัทด้านห่วงโซ่อุปทานเริ่มตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ โดยหากสามารถจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวได้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ย่อมส่งผลต่อส่วนแบ่งทางการตลาด ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และกำไรขององค์กร ซึ่งมีส่วนสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน (จารุวรรณ สุภาชัยวัฒน์, 2564; Sharma, Chandna, & Bhardwaj, 2017)

นับได้ว่าพลวัตของเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หลาย ๆ อุตสาหกรรมต่างเล็งเห็นความสำคัญกับการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีขนาดใหญ่ มีความสำคัญต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ทั้งในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงาน และการพัฒนาด้านเทคโนโลยียานยนต์ โดยในปี 2565 มีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ทั่วโลกจะมีมูลค่ากว่า 2.95 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 100 ล้านล้านบาท และจากรายงานขององค์กรผู้ผลิตรถยนต์ระหว่างประเทศ (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers : OICA) ระบุว่า ในปี 2565 ยอดการผลิตรถยนต์มีจำนวนกว่า 85.0 ล้านคัน แม้จะยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าปี 2562 (ก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19) อยู่ถึง 7.7% แต่คาดว่าหลังสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย ระบบการผลิตรถยนต์จะเริ่มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องเข้าสู่ภาวะปกติ สอดคล้องกับรายงานของบริษัทวิจัยด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ระดับโลก (Wards Intelligence) ระบุว่า ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของโลก สะท้อนจากการที่ประเทศไทยมีการผลิตรถยนต์ต่อปีมากถึง 1.9 ล้านคัน สูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นอันดับ 10 ของโลก รวมถึงสินค้ากลุ่มยานพาหนะ อุปกรณ์ และชิ้นส่วนประกอบ ปัจจุบันหลักในห่วงโซ่อุปทานที่มีบทบาทสำคัญ อีกทั้งยังเป็นสินค้าส่งออกอันดับหนึ่งของไทย (วีระยา ทองเสือ, 2566) อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาในปี 2565 สินค้ากลุ่มยานพาหนะ อุปกรณ์ และชิ้นส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดยมีมูลค่าส่งออกคิดเป็นสัดส่วน 12.3% ต่อ GDP นอกจากนี้ คาดว่าตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในปี 2565 จะมีมูลค่าราว 1.51 ล้านล้านบาท เติบโต 1.3% และมีโอกาสขยายตัวต่อเนื่อง 2.6% ในปี 2567 จาก 3 ปัจจัยสนับสนุนหลัก คือ ด้านความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ทั้งในและต่างประเทศ ด้านการเพิ่มขึ้นของปริมาณรถยนต์และรถจักรยานยนต์สะสมที่มีอายุมากกว่า 5 ปี และด้านการตลาดส่งออกซึ่งยังมีพื้นที่ในการเจริญเติบโตในระยะยาว (วีระยา ทองเสือ, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวที่มีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ประเทศไทย ซึ่งแตกต่างจากประเด็นการวิจัยที่ผ่านมาโดยเป็นการศึกษาปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่ส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน และทดสอบภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน อีกทั้งสามารถนำผลจากการศึกษาวิจัยสร้างความตระหนักในนวัตกรรมช่วยให้ธุรกิจเหล่านี้นำมาใช้ประโยชน์ ประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระดับอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) และสากลอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย

2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย

3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย

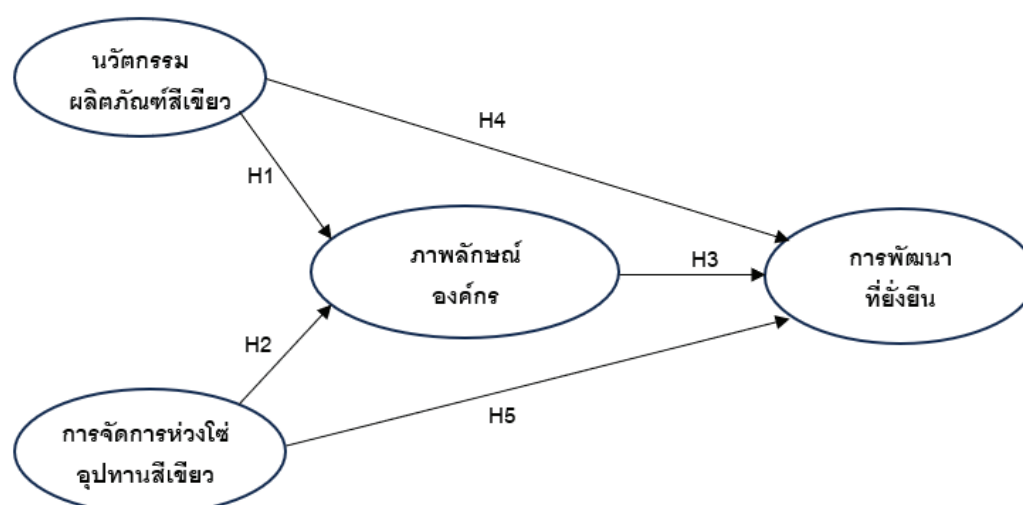
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีที่สามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดในการอธิบายปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View Theory) มุ่งเน้นอธิบายความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนโดยอาศัยความสามารถในการแบ่งปันความรู้ อันเกิดจากทรัพยากรขององค์กร (Barney, 1991)

กรอบแนวคิดการวิจัย ผู้วิจัยได้พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาอิทธิพลนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย นอกจากนี้ ยังศึกษาผลของภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจ โดยผู้วิจัยได้พัฒนากลอบแนวคิดของการวิจัยโดยผสมผสานและประยุกต์มาจากงานของ Wang, Li, Li, & Wang (2021) และ จารุวรรณ สุภาชัยวัฒน์ (2564) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีความทันสมัย สร้างความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยได้กล่าวถึงการพัฒนาและการประยุกต์ใช้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว เพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มผลการดำเนินงานต่อการพัฒนาองค์กรในระยะยาว ซึ่งสามารถสรุปดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน



2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product Innovation: GPI)

Khan, Dhir, Parida, และ Papa (2021) กล่าวว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวเป็นเครื่องมือในการปรับปรุงกระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อม และเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ทั้งในด้านเทคโนโลยี องค์กร สังคม หรือสถาบัน

ซึ่งส่งผลให้ภาระด้านสิ่งแวดล้อมลดลง ในการวิจัยนี้ นิยามนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว คือ ความพยายามขององค์กรในการนำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (เช่น การออกแบบ การบรรจุภัณฑ์ การใช้วัสดุ และการใช้พลังงาน ฯลฯ) มาพัฒนา แก้ไข และปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อช่วยประหยัดทรัพยากรการผลิต วัตถุดิบ และพลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยปราศจากผลกระทบ ภัย และความเสี่ยงอันจะเกิดขึ้นต่อมนุษย์ ชุมชน และสังคมในระยะยาว (Chan, Yee, Dai, & Lim, 2016; Wang et al., 2021) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยสามารถส่งผลต่อการดำเนินงานทางการตลาด ภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Kuncoro & Suriani, 2018; Sukanthasirikul & Phomlaphatrachakorn, 2021) อีกทั้ง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวช่วยเพิ่มความสามารถแข่งขันของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Li, Zheng, Cao, Chen, Ren, & Huang, 2017) โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang, Yang, และ Wong (2016) และ Nuryakin และ Maryati (2020) พบว่า การนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวมาเป็นตัวขับเคลื่อนเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการบรรลุความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ รวมถึงความสำเร็จในการแข่งขันทางการตลาดขององค์กร ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์องค์กร

สมมติฐานที่ 4 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวมีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain Management : GSCM)

องค์กรต่าง ๆ ได้ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานที่มีผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่ครอบคลุมกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เริ่มจากวัตถุดิบจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และนำส่งถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีองค์ประกอบ 5 ด้าน (Sharma et al., 2017; จารุวรรณ สุภาชัยวัฒน์, 2564) ดังนี้ (1) การจัดซื้อสีเขียว (Green Sourcing) ความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมกับคู่ค้า ผู้จัดจำหน่าย ผู้รับเหมาช่วง ผู้ให้บริการ ฯลฯ เช่น การพิจารณาคู่ค้าที่ได้รับการรับรอง ISO14000 และกระบวนการตรวจสอบเกี่ยวกับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (2) การผลิตสีเขียว (Green Manufacturing) คือ การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีเป้าหมายในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการปล่อยก๊าซที่เป็นพิษ/ของเสีย และลดการใช้พลังงาน (3) การขนส่งสีเขียว (Green Transportation) ภาคการขนส่งเป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลดผลกระทบของการขนส่งควรพิจารณารูปแบบการขนส่งที่ก่อมลพิษน้อยที่สุดและคุ้มค่า (4) การออกแบบสีเขียว (Green Design) หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยเพิ่มคุณค่าทางรูปลักษณ์ โดยลดการใช้วัสดุและพลังงาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ได้อีก และ (5) โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) คือ การนำกลับคืนสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีเกินความต้องการ ส่งคืนจากผู้บริโภคไปยังผู้ผลิตเพื่อรีไซเคิล ใช้ซ้ำ หรือปรับปรุงใหม่

การวิจัยนี้ นิยามการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว (GSCM) คือ การจัดการบูรณาการความคิดด้านสิ่งแวดล้อมมาวมกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ด้านการจัดซื้อสีเขียว การผลิตสีเขียว การขนส่งสีเขียว การออกแบบสีเขียว และโลจิสติกส์ย้อนกลับ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือช่วยลดความเสี่ยงของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานขององค์กร (สุกานดา กลิ่นขจร ผุสดี นิลสมัคร์ และ อนิรุท พิพัฒน์ประภา, 2565; Sharma et al., 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาของ Singh และ Trivedi (2016) พบว่า การดำเนินการจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยการผสมผสานแนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริงด้านการแข่งขัน ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรในเชิงบวกที่ดียิ่งขึ้น และความรับผิดชอบต่อสังคม สุดท้ายส่งอิทธิพลต่อการลดการใช้ทรัพยากรเพื่อเกิดประสิทธิภาพต่อบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ สุภาชัยวัฒน์ (2564) พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวด้านการ

จัดการสภาพแวดล้อมภายใน ด้านการจัดซื้อสีเขียว ด้านการออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และด้านการลงทุนในการนำกลับคืน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจและสังคมโดยรวม ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์องค์กร

สมมติฐานที่ 5 การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.3 ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image: COI)

ยุคของการแข่งขันที่เป็นพลวัตไม่ว่าจะเป็นธุรกิจหรือองค์กรขนาดใดก็ตาม ต่างแข่งขันเพื่อความอยู่รอดโดยใช้เครื่องมือ เทคนิค กลยุทธ์ด้านต่าง ๆ รวมถึง การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรควบคู่ไปด้วย ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้ให้บริการ ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรหรือบริษัท (ประธานพร จันทรอินทร์ ฉัตรชัย อินทสวัช และสาธิตา กลิ่นสุคนธ์, 2564) ภาพลักษณ์องค์กรนั้นจะช่วยส่งเสริมให้กิจการสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงยั่งยืน จากการได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ก่อเกิดความศรัทธาต่อกิจการ ภาพลักษณ์องค์กรเปรียบเสมือนทรัพย์สินที่มีคุณค่ายิ่ง โดยภาพลักษณ์องค์กรที่ดีมีประสิทธิภาพจะช่วยสนับสนุนในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (จักรกฤษ เดชพร, 2563)

งานวิจัยในครั้งนี้นี้ ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ความประทับใจโดยรวมที่เก็บไว้ในจิตใจของลูกค้า ระลึกถึงอยู่เสมอเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติ และประสบการณ์ที่ผ่านมาหรือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัท ลูกค้า และชุมชนที่ถูกสะสมมาตลอดช่วงเวลาที่ถูกนำมาซื้อ/ใช้บริการกับบริษัทนั้น (Le, 2022) จากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษาที่ผ่านมาของ Mukonza และ Swarts (2020) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ทำนองเดียวกัน ภาพลักษณ์องค์กรนำไปสู่ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งใกล้เคียงกับงานของ Le (2022) และ ปทุกษบารมี อุตสาหกรรมนิเทศกิจ (2560) ที่ระบุว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ที่สำคัญและมี ทิศทางบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัท SME นำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ภาพลักษณ์องค์กรยังมีส่วนการเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งสอดคล้องกับงานที่ผ่านมาเร็ว ๆ นี้ ของฉัตรชัย อินทสวัช และดุสิต นิลสมศรี (2566) พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างปัจจัยสื่อสังคมและผลการดำเนินงานกิจการของโรงแรม ประเทศไทย อีกทั้ง การศึกษาของ Le (2022) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีผลต่อผลการดำเนินงานของ SMEs โดยมีภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน สุดท้ายภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประธานพร จันทรอินทร์ และคณะ, 2564) ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

สมมติฐานที่ 6 ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.4 การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development: SUD)

แนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องอาศัยความจำเป็นในการบูรณาการด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยเชื่อมโยงกับ 3 มิติ ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม (Xie, Liu, Najam, Fu, Abbas, Comite, &

Miculescu, 2022) ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การดำเนินงานขององค์กรที่มุ่งเน้นถึงการลดมลพิษทางน้ำ อากาศ และสิ่งแวดล้อม เพิ่มการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่า เพื่อให้เกิดการลดต้นทุนที่สูญเปล่า รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บรรลุเกณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่และย่อยสลายได้ทางชีวภาพ การจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการปล่อยก๊าซ ของเหลวที่เป็นอันตรายต่อชีวิต สังคม และสิ่งแวดล้อม (Song, Peng, Shang, & Zhao, 2022) นอกจากนี้ Abbas และ Dogan (2022) ให้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของกิจการว่าจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงความสัมพันธ์ขององค์กรกับชุมชนและสังคม เพื่อเพิ่มยอดขายและลดต้นทุนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไรที่กำหนดไว้ให้กับองค์กรในระยะยาว

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษานี้ได้ผ่านการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ตามเอกสารเลขที่ HEC-01-66-057 ลงวันที่ 20 กันยายน 2566 จากคณะกรรมการสถาบันฯ ว่าเป็นงานวิจัยที่ไม่ขัดต่อหลักจริยธรรมสากลและเป็นไปตามคำประกาศเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) การศึกษานี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเป็นการตรวจสอบผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์องค์กรและส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย ซึ่งประกอบ ด้วยโรงงานประกอบยานยนต์ผู้ผลิตชิ้นส่วนกลุ่มที่ 1-3 (Tier 1-3) จำนวน 1,965 ราย (สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย, 2565) เนื่องจาก อุตสาหกรรมยานยนต์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มีความสำคัญต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ ไทย โดยระหว่างปี 2566-2568 มีแนวโน้มเติบโตตามทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวดีขึ้น และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์มีแผนเปิดตัวผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่เพื่อกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงทิศทางการลดรถยนต์ไฟฟ้าที่กำลังเติบโต จากนโยบายการส่งเสริมการใช้รถไฟฟ้าของภาครัฐ (วรรณฯ ยงพิศาล ภาพ, 2566) การวิจัยนี้มีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิดของ Hair, Black, Babin, และ Anderson (2019) ซึ่งได้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 10 - 20 คนต่อ 1 ตัวแปร การศึกษานี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น จำนวน 20 ตัวแปร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงไม่ควรน้อยกว่า 200 - 400 คน รวมทั้งเพื่อป้องกันการส่งแบบสอบถามคืนในอัตราที่ต่ำ ขาดความสมบูรณ์ หรือสูญหาย (Aaker, Kumar, & Day, 2001)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารกิจการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมด 1,965 ราย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติที่เหมาะสม ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด ผู้จัดการฝ่ายการตลาด หรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้ ดำเนินการจัดส่งเอกสารถึงผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ประเทศไทย ด้วยวิธีส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mailing) และส่งแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่าน Google Form โดยส่งตรงไปยัง Mail ของกิจการแต่ละแห่ง ซึ่งเริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน 2566 ตามสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถามและดวงตราไปรษณียากร โดยผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาการตอบกลับ

6 สัปดาห์หลังจากส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ หลังจากนั้น 3 สัปดาห์ นักวิจัยได้ดำเนินการโทรศัพท์ไปติดตามกับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบการเก็บรวบรวมข้อมูล หากผู้ประกอบการยังไม่ส่งแบบสอบถามกลับมา นักวิจัยได้พยายามส่งแบบสอบถามอีกครั้งไปยังกิจการโดยผ่านระบบทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยหลังจากครบกำหนดวันที่ 22 ตุลาคม 2566 พบว่า มีแบบสอบถามตอบกลับทางไปรษณีย์ 157 ฉบับ และมีแบบสอบถามที่ถูกตีคืนกลับเนื่องจากยกเลิกกิจการไม่ทราบที่อยู่ใหม่ จำนวน 4 ฉบับ มีแบบสอบถามที่มีเนื้อหาข้อความไม่ครบถ้วน จำนวน 1 ฉบับ คงเหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 152 ฉบับ นอกจากนี้ ได้รับการตอบกลับจาก e- Mail โดยตอบผ่าน Google Form จำนวน 184 ฉบับ ซึ่งสมบูรณ์ครบถ้วน ดังนั้น ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 336 ฉบับ ซึ่งอยู่ในจำนวนตามเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Hair et al., 2019)

การวิจัยนี้ ได้ดำเนินการตรวจสอบความลำเอียงในการไม่ตอบแบบสอบถาม (Non-Response Bias) ด้วยสถิติไค สแควร์ (Chi-Square – Test: χ^2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม ประกอบด้วย ด้านเพศ อายุ การศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับสามารถเป็นตัวแทนของประชากรในการศึกษาในครั้งนี้ได้ (Armstrong & Overton, 1977)

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามได้นำมาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อประเมินเนื้อหาความถูกต้องของข้อคำถาม พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) โดยได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.69 -1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1976) และทดสอบความน่าเชื่อถือโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.886 - 0.917 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 เป็นเกณฑ์ในการวัด (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010)

3.4 การวัดตัวแปร

การวัดตัวแปร การออกแบบและพัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลวิจัย โดยได้ประยุกต์และปรับใช้จากทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้มาตราส่วนแบบ 5 ระดับ (Rating Scale) เพื่อสอบถามระดับความคิดเห็น ดังนี้ ระดับ 1 คือ น้อยที่สุด และไล่เรียงขึ้นไปจน ระดับ 5 คือ มากที่สุด โดยกำหนดความหมายและการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว คือ การนำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (การออกแบบ การบรรจุภัณฑ์ การใช้วัสดุ และการใช้พลังงาน ฯลฯ) มาพัฒนา แก้ไข และปรับปรุง กระบวนการผลิต เพื่อช่วยประหยัดทรัพยากร ลดการใช้พลังงาน ปรารถนาจากผลกระทบและความเสี่ยงอันจะเกิดขึ้นต่อมนุษย์ ชุมชน และสังคม (Nuryakin & Maryati, 2020) ประกอบด้วย การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสารเคมี เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ การใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ สามารถนำกลับมาใช้ใหม่และนำกลับมาใช้ซ้ำ และการใช้นวัตกรรมการผลิตที่สะอาด

การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว คือ การจัดการบูรณาการความคิดด้านสิ่งแวดล้อมมาวมกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ด้านการจัดซื้อสีเขียว การผลิตสีเขียว การขนส่งสีเขียว การออกแบบสีเขียว และโลจิสติกส์ย้อนกลับ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือขจัดความสิ้นเปลืองของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานขององค์กร (Sharma et al., 2017) ประกอบด้วย การให้ความสำคัญการจัดซื้อสีเขียว การสนับสนุนกระบวนการดำเนินงาน เพื่อลดผลกระทบปัญหา

ต่อสิ่งแวดล้อม การมุ่งเน้นการออกแบบสีเขียว การส่งเสริมการใช้รูปแบบขนส่งสีเขียว และการตระหนักถึงการประเมินระบบโลจิสติกส์ย้อนกลับ

ภาพลักษณ์องค์กร คือ ความประทับใจโดยรวมที่เก็บไว้ในจิตใจของลูกค้า ระลึกถึงอยู่เสมอเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติ และประสบการณ์ที่ผ่านมาหรือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัท ลูกค้า และชุมชนที่ถูกสะสมมาตลอดช่วงเวลาของลูกค้ามาซื้อ/ใช้บริการกับบริษัทนั้น (Le, 2022) ประกอบด้วย ความสามารถในการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง การมีความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับ การมีชื่อเสียงเป็นที่น่ายกย่อง และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกิจการ ลูกค้า และชุมชนเสมอ

การพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจ คือ การดำเนินงานขององค์กรที่มุ่งเน้นถึงการลดมลพิษทางน้ำ อากาศ และสิ่งแวดล้อม เพิ่มการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่า เพื่อให้เกิดการลดต้นทุนที่สูญเสียไป การจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการปล่อยก๊าซ ของเหลวที่เป็นอันตรายต่อชีวิต สังคม และสิ่งแวดล้อม (Song et al., 2022) ประกอบด้วย การได้รับความพึงพอใจจากผู้มีส่วนได้เสีย การได้รับความไว้วางใจด้านความปลอดภัยในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ ได้รับการยกย่องและยอมรับจากชุมชนและสังคม และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การบรรยายข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารและธุรกิจขึ้นส่วนยานยนต์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ส่วนการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดำเนินการทดสอบข้อมูล ขั้นตอนแรกการวิเคราะห์ตัวแปรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis : CFA) หลังจากนั้น วิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาค่า ดังนี้ ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพันธ์ χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 3 (Hair et al., 2010) ค่าประสิทธิภาพของโมเดลในภาพรวมทั้งหมด (Goodness of Fit Index : GFI) มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป (Byrne, 2013) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI) มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Squared Error of Approximation : RMSEA) มีค่าต่ำกว่า 0.05 (Kline, 2010) และดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standard Root Mean Square Residual: SRMR) มีค่าต่ำกว่า 0.05 (Byrne, 2013; Hu & Bentler, 1999) การหาความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Composite Reliability : CR) มีค่ามากกว่า 0.7 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted : AVE) ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 (Fornell & Larcker, 1981)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริหารธุรกิจขึ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริหาร จำนวน 336 ราย พบว่าผู้บริหารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 72.61 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 47.32 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 33.92 ประสบการณ์ในการทำงาน 11-15 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 31.54 และมีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายการตลาดจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 36.31

4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

จากการวิจัย พบว่า ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด

Variable	GPI	GSCM	COI	SUD
Mean	4.33	4.51	4.20	4.39
S.D.	.548	.496	.477	.551
GPI	1			
GSCM	.465**	1		
COI	.491**	.433**	1	
SUD	.412**	.539**	.411**	1

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

จากตาราง 1 แสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด พบว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปร ระหว่าง 0.411 - 0.539 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระควรมีค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper & Schindler, 2006) แสดงว่า ตัวแปรมีระดับความสัมพันธ์กันไม่สูงมากนัก ซึ่งมีความเหมาะสม

4.3 ค่า Factor Loading ค่า Cronbach's Alpha ค่า CR และ ค่า AVE

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ค่า Factor Loading ค่า Cronbach's Alpha ค่า CR และ ค่า AVE ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ Factor Loading ค่า Cronbach's Alpha ค่า CR และค่า AVE

Variable	Item	Factor Loading	Cronbach's Alpha	CR	AVE
GPI	GPI1	.910	.886	.911	.701
	GPI2	.884			
	GPI3	.798			
	GPI4	.886			
	GPI5	.792			
	GPI6	.837			
	GPI7	.811			
GSCM	GSCM1	.863	.907	.920	.718
	GSCM2	.809			
	GSCM3	.828			
	GSCM4	.855			
	GSCM5	.838			

ตาราง 2 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ Factor Loading ค่า Cronbach's Alpha ค่า CR และค่า AVE (ต่อ)

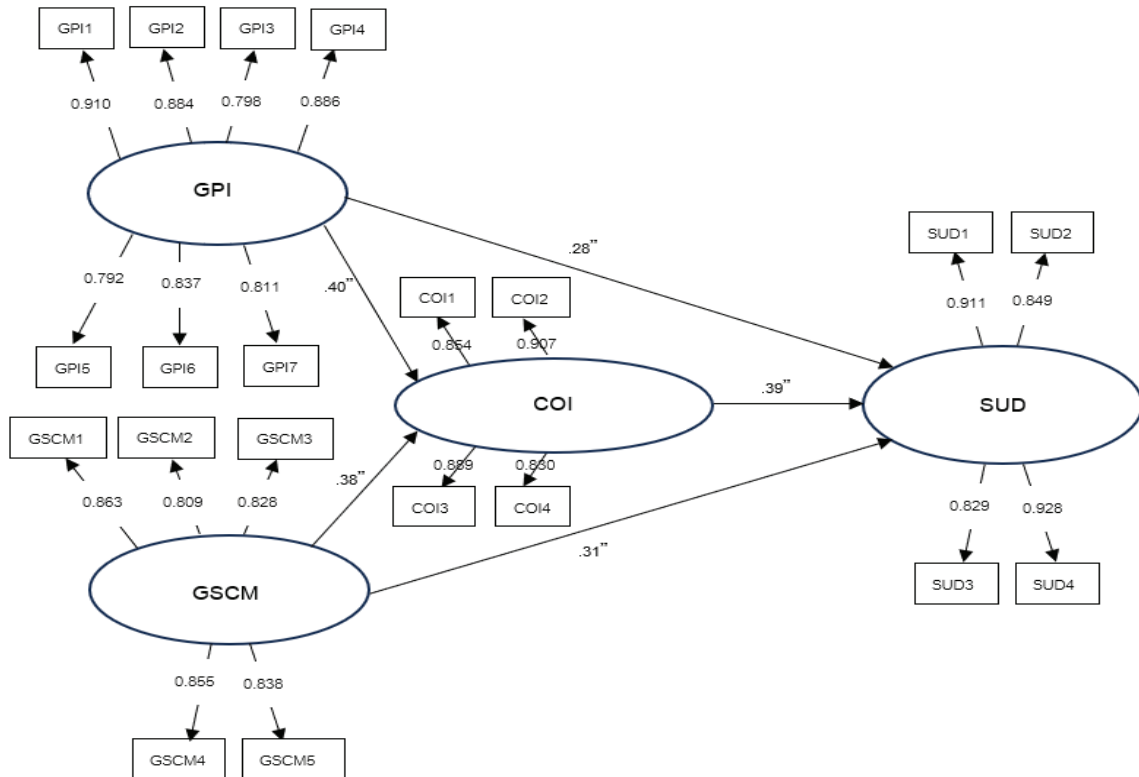
Variable	Item	Factor Loading	Cronbach's Alpha	CR	AVE
COI	COI1	.854	.894	.887	.699
	COI2	.907			
	COI3	.889			
	COI4	.830			
SUD	SUD1	.911	.917	.869	.722
	SUD2	.849			
	SUD3	.829			
	SUD4	.928			

จากตาราง 2 แสดงค่า Factor Loading ค่า Cronbach's Alpha ค่า CR และค่า AVE พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) โดยใช้วิธีการความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation) เพื่อการตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมขององค์ประกอบของความสัมพันธ์ของปัจจัย ซึ่งมีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.792 - 0.928 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ 0.7 (Hair et al., 2010) การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสม ผู้วิจัยดำเนินการวัดความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียง จำนวน 30 ชุด ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องที่ได้ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ค่าระหว่าง 0.886 - 0.917 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ 0.7 (Hair et al., 2010) จึงถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (CR) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.869 - 0.920 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรแฝงที่สกัดได้ (AVE) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.699 - 0.722 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ซึ่งแสดงว่า จากการประเมินโมเดลการวัดทำให้ได้หลักฐานที่ชัดเจนว่า การนิยามปฏิบัติการตัวแปรแฝงทั้งหมดถูกต้องและเชื่อถือได้ (Fornell & Larcker, 1981)

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานและความสอดคล้องกลมกลืนของสมการโครงสร้าง

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทุกค่า พิจารณาจาก $\chi^2 = 154.210$, $df = 94$, $p\text{-value} = 0.001$, $GFI = 0.916$, $RMSEA = 0.027$, $SRMR = 0.016$ และ $CFI = 0.929$ สามารถอธิบายได้ว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์การยอมรับ ดังนี้ ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์มีค่าเท่ากับ 1.640 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 ค่าประสิทธิภาพของโมเดลในภาพรวมทั้งหมด (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.916 ซึ่งมากกว่า 0.90 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงประจักษ์ในระดับดี และดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.027 และ ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.016 โดยทั้งสองมีค่าน้อยกว่า 0.05 และค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.929 หมายความว่าโมเดลมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังรูปภาพประกอบ 2

รูปภาพประกอบ 2
ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของสมการโครงสร้างโดยรวม



หมายเหตุ : ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

(GFI = 0.916; RMSEA = 0.027; SRMR = 0.016; CFI = 0.929)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อหาค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	แปลผล
สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์องค์กร	0.401**	-	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์องค์กร	0.384**	-	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 ภาพลักษณ์องค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	0.390**	-	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	0.284**	-	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5 การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	0.311**	-	ยอมรับ

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

สมมติฐาน	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	แปลผล
สมมติฐานที่ 6 ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน	-	0.156**	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน	-	0.149**	ยอมรับ

** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์องค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจขึ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.401$, $p < 0.01$ และ $\beta = 0.284$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 และ 4 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuncoro และ Suriani (2018) และ Sukanthasirikul และ Phornlaphatrachakorn (2021) ระบุว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อการดำเนินงานทางการตลาด ภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการ ใกล้เคียงกับงานของ Li et al. (2017) และ Nuryakin และ Maryati (2020) พบว่า การนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวมาเป็นตัวขับเคลื่อนเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการบรรลุความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร รวมถึงผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน รวมถึง Palmer และ Truong (2017) กล่าวว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวมีอิทธิพลส่งผลทิศทางบวกต่อการดำเนินงานและการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจ

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์องค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจขึ้นส่วนยานยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.384$, $p < 0.01$ และ $\beta = 0.311$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 และ 5 เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของจากรวรรณ สุภาชัยวัฒน์ (2564) ระบุว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว ด้านการจัดการสภาพแวดล้อมภายใน การจัดซื้อสีเขียว การออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการลงทุนในการนำกลับคืน มีอิทธิพลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจและสังคม อีกทั้งใกล้เคียงกับงานของ Singh และ Trivedi (2016) พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มุ่งเน้นแนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในแง่บวก สนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม และส่งอิทธิพลต่อการลดการใช้ทรัพยากรเพื่อเกิดประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.390$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mukonza และ Swarts (2020) และ ปทุกษบารมี อุดสาหะวณิชกิจ (2560) ที่ระบุว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ที่สำคัญและมีทิศทางบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กรที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้ ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน และการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.156$, $p < 0.01$ และ $\beta = 0.149$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6 และ 7 ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Le (2022) และ ฉัตรชัย อินทสังข์ และ ผุสดี นิลสมัคร์ (2566) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและผลต่อการดำเนินงานของกิจการ อีกทั้งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของ ประทานพร จันทรอินทร์ และคณะ (2564) พบว่า ภาพลักษณ์

องค์กรมีอิทธิพลเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

5. ประโยชน์ของการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1 ประโยชน์ของการวิจัยเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยนี้ได้ให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อนำไปกำหนดแนวทางการดำเนินความยั่งยืนขององค์กร (Corporate Sustainability) เป็นกระบวนการต้นแบบในการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่ ตามกระแสของนวัตกรรมรักษ์โลก โดยมุ่งมั่นสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer Value) ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายของกิจการ จากการทดสอบเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันความสัมพันธ์ ช่วยเพิ่มเติมองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจขึ้นส่วนยานยนต์ประเทศไทย สอดคล้องกับทฤษฎีฐานทรัพยากร ที่กล่าวว่าการเจริญเติบโตขององค์กรนั้นมาจากการจัดการเชิงกลยุทธ์ในด้านทรัพยากร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการควรแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้บริหารงานการตลาดสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผน พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการในทุกมิติ เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สามารถส่งผลที่ดีเชื่อมโยงระหว่างกันและกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล รวมถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลังงาน การปล่อยของเสีย การลดมลพิษ การวางแผนการส่งมอบ การจัดการสินค้าคงคลังที่เหมาะสม และการวางแผนกำลังการผลิต มาใช้กับผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ เพื่อช่วยให้บรรลุความยั่งยืนในอนาคตขององค์กร

นอกจากนี้การศึกษา พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว และการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจขึ้นส่วนยานยนต์ โดยมีตัวแปรภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร ดังนี้

1) ผู้บริหารควรตระหนักถึงนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ช่วยเพิ่มมูลค่า ภาพลักษณ์องค์กร และความชอบธรรมจากสาธารณะชน ซึ่งช่วยให้ตอบโต้ภัยกับตลาดกลุ่มใหม่ ๆ อีกทั้ง กิจการควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย นวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดปริมาณของเสีย การใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสารเคมีที่ก่อภัยอันตราย การมุ่งเน้นให้มีส่วนผสมจากธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2) การให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยลดของเสียตามหลัก 3R คือ ลด (Reduce) การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

3) ผู้บริหารควรจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานสีเขียว อย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นตรวจสอบคู่ค้าและผู้จัดจำหน่ายต่าง ๆ ที่สนับสนุนกระบวนการจัดซื้อสีเขียว ปราศจากสารเคมี การสนับสนุนกระบวนการดำเนินงานที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมการใช้รูปแบบขนส่งที่ประหยัดพลังงาน ซึ่งสามารถช่วยลดการเกิดมลพิษให้น้อยที่สุด

4) การส่งเสริมการนำวัสดุและพลังงานที่สามารถนำกลับมาใช้ได้อีก และกระบวนการของระบบโลจิสติกส์ ย้อนกลับ โดยการตระหนักในการวางแผนและควบคุมการไหลเวียนของวัตถุดิบ สินค้าคงคลัง สินค้าระหว่างการผลิต ตลอดจนสินค้าสำเร็จรูป อย่างมีประสิทธิภาพ จากต้นทางไปยังปลายทางถึงผู้บริโภค รวมถึงกิจกรรมการเรียกคืนสินค้า

การตรวจสอบ การคัดเลือก การคัดแยก การปรับสภาพใหม่ การกระจายสินค้า และการกำจัดทิ้ง (Disposal) ด้วยวิธีการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้องเหมาะสม

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรขยายขอบเขตศึกษาไปยังกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรืออุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมการผลิตเฉพาะทางที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเปรียบเทียบกับความแตกต่างหรือใกล้เคียงจากผลงานที่ผ่านมา เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและยืนยันผลความสามารถในการสรุปอ้างอิง (Generalizability) นอกจากนี้ ควรพิจารณาปัจจัยนำ (Antecedent) ที่ก่อให้เกิดปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ทางการตลาดที่สามารถช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้เจริญก้าวหน้าเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพและผลความสำเร็จของกิจการอย่างยั่งยืน

6. สรุปผลการวิจัย

องค์กรที่มีความตระหนักถึงนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวส่งผลต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย อีกทั้ง ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรส่งผลกระทบโดยตรงในทิศทางบวกต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์องค์กรมีฐานะเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย สุดท้ายผลการวิจัยเป็นประโยชน์อย่างมากต่อนักวิชาการในด้านการขยายและต่อยอดองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว อีกทั้งยังเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ประกอบการ และผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์การดำเนินงาน ส่งเสริมการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนและมั่นคงในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ สุภชัยวัฒน์. (2564). การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวอย่างยั่งยืนและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง เขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 14(2), 61-69.
- จักรกฤษ เดชพร. (2563). การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้บริโภค กรณีศึกษา บริษัท อำพลฟู้ดส์ไพรเวต จำกัด. ปรินญามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ และ ผุสดี นิลสมศรี. (2566). อิทธิพลสื่อสังคมที่มีต่อการดำเนินงานกิจการของโรงแรม ประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 14(2), 239-260.
- ปพฤกษ์ บารมีอุตสาหกรรมกิจ. (2560). การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์องค์กร การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียความอยู่รอดของกิจการ และ ความยั่งยืนขององค์กร: หลักฐานจากธุรกิจที่ได้รับการรับรอง ISO 14000 ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 34(1), 27-56.
- ประทานพร จันทร์อินทร์ ฉัตรชัย อินทสังข์ และสาธิตา กลิ่นสุคนธ์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานกิจการ: การทดสอบภาพลักษณ์กิจการเป็นตัวแปรคั่นกลาง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(1), 80-91.

- วรรณษา ยงพิศาลภพ. (2566). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: อุตสาหกรรมรถยนต์. ค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/>
- วีระยา ทองเชื้อ. (2566). ส่องทิศทางอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ปี 2566-2567. ค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2566, จาก <https://splendor-biz.com/67135/>
- สุกานดา กลิ่นขจร ผุสดี นิลสมัคร และ อนิรุท พิพัฒน์ประภา. (2565). ผลกระทบของการมุ่งเน้นการตลาดและการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวต่อการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 9(1), 66-80.
- สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. (2565). *Member Thai Auto Parts*. ค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2565, จาก <https://www.thaiautoparts.or.th/>
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York : John Wiley Operations Research and Sons.
- Abbas, J., & Dogan, E. (2022). The impacts of organizational green culture and corporate social responsibility on employees' responsible behavior towards the society. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(40), 60024-60034.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Barney, J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Byrne, B. M. (2013). *Structural equation modeling with Mplus: Basic concepts, applications, and programming*. London : Routledge.
- Chan, H. K., Yee, R. W., Dai, J., & Lim, M. K. (2016). The moderating effect of environmental dynamism on green product innovation and performance. *International Journal of Production Economics*, 181, 384-391.
- Chen, Y. S., Chang, T. W., Lin, C. Y., Lai, P. Y., & Wang, K. H. (2016). The influence of proactive green innovation and reactive green innovation on green product development performance: The mediation role of green creativity. *Sustainability*, 8(10), 966-978.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business Research Methods* (9th ed) Boston, MA. : McGraw-Hill Irwin.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, S(1), 39-50.
- Geng, R., Mansouri, S. A., & Aktas, E. (2017). The relationship between green supply chain management and performance: A meta-analysis of empirical evidences in Asian emerging economies. *International Journal of Production Economics*, 183, 245-258.
- 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.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Hampshire : Cengage Learning EMEA.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1995). *Evaluating model fit*. In: Hoyle RH, ed. *Structural Equation Modeling: Concepts, Issues, and Applications*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Huang, Y. C., Yang, M. L., & Wong, Y. J. (2016). The effect of internal factors and family influence on firms' adoption of green product innovation. *Management Research Review*, 39(10), 1167-1198.
- Khan, S. J., Dhir, A., Parida, V., & Papa, A. (2021). Past, present, and future of green product innovation. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 4081-4106.
- Kline, R. B. (2010). *Promise and pitfalls of structural equation modeling in gifted research*. New York : Guilford.
- Kuncoro, W., & Suriani, W. O. (2018). Achieving sustainable competitive advantage through product innovation and market driving. *Asia Pacific Management Review*, 23(3), 186-192.
- Lavrinenko, O., Ignatjeva, S., Ohotina, A., Rybalkin, O., & Lazdans, D. (2019). The Role of Green Economy in Sustainable Development (Case Study: The EU States). *Entrepreneurship and Sustainability* 6(3), 1113-1126.
- Le, T. T. (2022). Corporate social responsibility and SMEs' performance: mediating role of corporate image, corporate reputation and customer loyalty. *International Journal of Emerging Markets*, 1-26.
- Li, D., Zheng, M., Cao, C., Chen, X., Ren, S., & Huang, M. (2017). The impact of legitimacy pressure and corporate profitability on green innovation: Evidence from China top 100. *Journal of Cleaner Production*, 141, 41-49.
- Mukonza, C., & Swarts, I. (2020). The influence of green marketing strategies on business performance and corporate image in the retail sector. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 838-845.
- Nuryakin, N., & Maryati, T. (2020). Green product competitiveness and green product success. Why and how does mediating affect green innovation performance?. *Entrepreneurship and Sustainability* 7(4), 3061.
- Palmer, M., & Truong, Y. (2017). The impact of technological green new product introductions on firm profitability. *Ecological Economics*, 136, 86-93.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49-60.
- Sharma, V. K., Chandna, P., & Bhardwaj, A. (2017). Green supply chain management related performance indicators in agro industry: A review. *Journal of Cleaner Production*, 141, 1194-1208.
- Singh, A., & Trivedi, A. (2016). Sustainable green supply chain management: trends and current practices. *Competitiveness Review*, 26(3), 265-288.

- Soewarno, N., Tjahjadi, B., & Fithrianti, F. (2018). Green innovation strategy and green innovation: The roles of green organizational identity and environmental organizational legitimacy. *Management Decision*, 57(11), 3061-3078.
- Song, M., Peng, L., Shang, Y., & Zhao, X. (2022). Green technology progress and total factor productivity of resource-based enterprises: A perspective of technical compensation of environmental regulation. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121276.
- Sukanthasirikul, K., & Phornlaphatrachakorn, K. (2021). Product Innovation Accounting, Customer Response Capability and Market Success: An Empirical Investigation in Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(10), 65–76.
- Wang, C. H. (2019). How organizational green culture influences green performance and competitive advantage. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(4), 666-683.
- Wang, M., Li, Y., Li, J., & Wang, Z. (2021). Green process innovation, green product innovation and its economic performance improvement paths: A survey and structural model. *Journal of Environmental Management*, 297, 113282.
- Xie, Z., Liu, X., Najam, H., Fu, Q., Abbas, J., Comite, U., & Miculescu, A. (2022). Achieving financial sustainability through revenue diversification: A green pathway for financial institutions in Asia. *Sustainability*, 14(6), 3512.

ผลกระทบของสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงาน
ทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ
The Effect of Accountant Competency of Financial Reporting Efficiency
of The Market for Alternative Investment (mai)

ปนัดดา ศรีวิสัย¹ ณัฐวงศ์ พูนพล² และสุวรรณ หวังเจริญเดช³

Panadda Sriwisai¹ Nuttavong Poonpool² and Suwan Wangcharoendate³

Received : January 19, 2024 Revised : March 21, 2024 Accepted : April 2, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ และเพื่อศึกษาผลกระทบของสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีของบริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) จำนวน 50 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี และด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) อย่างไรก็ตาม ผู้ทำบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ที่มีความรู้ในวิชาชีพบัญชี ถือเป็นสิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานต่อการปฏิบัติงานทางด้านการบัญชีโดยตรง ซึ่งในงานวิจัยระบุไว้ว่า สมรรถนะผู้ทำบัญชีที่เกี่ยวกับทัศนคติต่อวิชาชีพนั้น มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้ทำบัญชี ควรสร้างทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพจากการปฏิบัติงานบัญชีควบคู่กับการเพิ่มพูนองค์ความรู้ทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : สมรรถนะผู้ทำบัญชี ความรู้ในวิชาชีพบัญชี ทักษะทางวิชาชีพ ทัศนคติต่อวิชาชีพ

ประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน ตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

¹ นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Master student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

^{2,3} รองศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} Associate Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Corresponding author E-mail: panadda15@ktc.ac.th

Abstract

The purpose of this research is to To study the competency of bookkeepers listed on the mai Stock Exchange. To study the efficiency of preparing financial reports for companies listed on the Market for Alternative Investment. And study the effects of accountant competency on the financial reporting efficiency of the market for alternative investment (mai). By collecting data from 50 accountants in the market for alternative investment (mai). Using a questionnaire is a tool for data collection and analysis. These multiple correlation analysis and multiple regression analysis are used in this research. The results of relationship and effect of accountant competency on financial reporting efficiency. There are professional knowledge and professional attitudes a positive relationship and impact on the financial reporting efficiency in the market for alternative investment (mai). Accountants should pay more Professional knowledge is a fundamental necessity for direct accounting practice. However, research still indicates that the competencies of accountants related to the profession have a significant positive impact on financial reporting efficiency. Therefore, the accountant should build a positive attitude towards the profession from accounting practice along with continuously increasing their professional knowledge.

Keywords : Accountant Competency, Professional Knowledge, Professional Skill, Professional Attitude, Financial Reporting Efficiency, The market for alternative investment (mai)

1. บทนำ

ประเทศไทยได้มีการลงนามในข้อตกลงยอมรับร่วมในสาขาบัญชีของอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition Arrangement Framework on Accountancy Services : AFAS) ซึ่งได้ระบุหลักเกณฑ์เกี่ยวกับเรื่องคุณสมบัติการเป็นนักบัญชีของประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า นักบัญชีอาชีพ (Practicing Professional Accountant : PPA) ของประเทศสมาชิกต้องได้รับการศึกษาตามเงื่อนไขที่มีผลบังคับใช้ภายในประเทศแหล่งกำเนิด เพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้ทำบัญชีหรือนักบัญชีอาชีพ (Practicing Professional Accountant : PPA) มีสมรรถนะตามแนวมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ (International Education Standards : IES) (กระทรวงแรงงาน, 2560) โดยมีการพัฒนาในด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ ให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง (สภาวิชาชีพ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560)

สมรรถนะผู้ทำบัญชี (Accountant Competency) เป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานที่เพิ่มประสิทธิภาพของการจัดทำรายงานทางการเงิน (พิมพ์ภา วงศ์ทองแก้ว และคณะ, 2562) ซึ่งสอดคล้องกับสมรรถนะผู้ทำบัญชีตามแนวมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ (International Education Standards: IES) ฉบับที่ 2 3 และ 4 ดังนี้ ประเด็นแรก คือ สมรรถนะผู้ทำบัญชีตามแนวมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ ฉบับที่ 2 ได้กำหนดให้นักบัญชีมืออาชีพต้องมีความรู้ในวิชาชีพบัญชี มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติตามบทบาทให้ได้ตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน รวมไปถึงความรู้เกี่ยวกับหลักการ มาตรฐาน แนวคิด ข้อเท็จจริงและกระบวนการความรู้ความสามารถทางวิชาชีพเป็นการบูรณาการ และการประยุกต์ของความรู้ความสามารถเชิงเทคนิค ทักษะทางวิชาชีพ และค่านิยม จริยธรรม และทัศนคติทางวิชาชีพ (นริศรา วัฒนศัพท์, 2563) ประเด็นที่สอง คือ สมรรถนะผู้ทำบัญชีตามแนว

มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ ฉบับที่ 3 กำหนดให้นักบัญชีมืออาชีพต้องมีทักษะทางวิชาชีพ โดยผู้ทำบัญชีต้องมีทักษะทางปัญญาในการแก้ไขปัญหา ตัดสินใจ และใช้ดุลยพินิจที่ดีแก้ไขสถานการณ์ที่ซับซ้อนขององค์กรได้ ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งานที่ดี เช่น การใช้คณิตศาสตร์และสถิติความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือความรู้ด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ข้อบังคับ เป็นต้น ทักษะคิดและพฤติกรรมที่ช่วยการเรียนรู้และการปรับคุณลักษณะเฉพาะบุคคลได้เป็นอย่างดี ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารร่วมกับคนอื่นในองค์กรได้ดี ทักษะการบริหารกิจการและการจัดการธุรกิจที่ดี เช่น การวางแผนเชิงกลยุทธ์ หรือการตัดสินใจอย่าง ผู้มีวิชาชีพ เป็นต้น (ธนวรรณ แฉ่งโถม, 2562) ประเด็นสุดท้าย คือ สมรรถนะผู้ทำบัญชีตามแนวมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ ฉบับที่ 4 กำหนดให้นักบัญชีมืออาชีพต้องเป็นผู้มีคุณค่าแห่งวิชาชีพ มีจริยธรรม มีทัศนคติที่ดี และเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ โดยผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส มีความอิสระ มีความเที่ยงธรรม หรือความซื่อสัตย์สุจริตต่อวิชาชีพบัญชีด้วยความรู้ ความสามารถ และตามมาตรฐานในการทำบัญชีที่ดี การรักษาความลับ หรืองดเว้นการกระทำที่นำมาสู่การเสื่อมเสียเกียรติแห่งวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย บุคคล หรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่อย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป (กมลรส จันทร์ตาคำ, 2562) โดยมาตรฐานทั้ง 3 ฉบับ คือ IES 2 IES 3 และ IES 4 เป็นมาตรฐานที่มีการปลูกฝังในเรื่องของความรู้ความสามารถ ทักษะความเป็นมืออาชีพ และจรรยาบรรณวิชาชีพในการประกอบวิชาชีพบัญชี จากการสังเคราะห์งานวิจัยในอดีต มีการกล่าวถึงสมรรถนะผู้ทำบัญชีหลายด้าน แต่มีสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีการกล่าวถึงมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านทัศนคติต่อวิชาชีพซึ่งสมรรถนะทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมานี้ ถือเป็นสมรรถนะที่สำคัญในการทำงานของนักบัญชี (Rufino, 2018) เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนให้ปรากฏในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2558) รวมไปถึงผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจำเป็นต้องใช้สมรรถนะเหล่านี้ เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน ทำให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (จารุวรรณ แซ่เต๋ และคณะ, 2564)

ประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน (Financial Reporting Efficiency) อ้างถึง การบันทึกข้อมูลทางการเงินที่มีความถูกต้องและครบถ้วน รวมถึงการนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และปราศจากความลำเอียง (สิริพรรณ โคมลรัตน์มงคล และคณะ, 2563) ตลอดจนความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ สุกรนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจเกี่ยวกับการประเมินฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของกิจการในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตได้ (เสาวลักษณ์ กิมสร้าง, 2562) ดังนั้น ผู้ทำบัญชีจึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนาสมรรถนะให้สามารถปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน โดยเฉพาะการปฏิบัติงานบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่มีกฎระเบียบและข้อบังคับที่เข้มงวด

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ จัดตั้งภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเป็นตลาดทางเลือกในการระดมทุนระยะยาวของธุรกิจ ทำหน้าที่เป็นตลาดทุนเพื่อให้บริษัทต่าง ๆ สามารถระดมเงินทุนเพิ่มเติมจากสาธารณะได้ (ธนศ อุ่นปรีชาวนิชย์ และคณะ, 2564) โดยบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) มีศักยภาพทางการแข่งขัน มีโอกาสและแนวโน้มการเติบโตได้ในระยะยาว รวมถึงมีความต้องการเงินทุนในการขยายกิจการเพื่อเติบโตต่อไป ดังนั้น การสร้างประสิทธิภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจ ถือเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุน ผู้ให้กู้ยืมเงิน และเจ้าหนี้อื่น โดยการนำรายงานทางการเงินมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อดำเนินการผลตอบแทนที่ได้รับและใช้ประกอบการตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เป็นประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ (อัฐพงษ์ วีระคานนท์ และคณะ, 2564)

จากสาเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ผลกระทบของสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานบัญชี ซึ่งช่วยให้เกิดความสามารถจัดทำรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

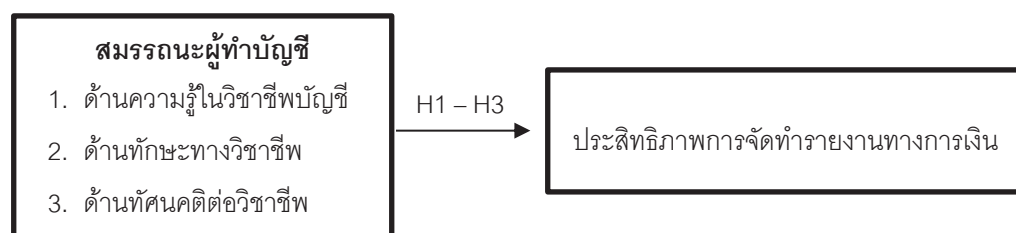
- 2.1 เพื่อศึกษาสมรรถนะผู้ทำบัญชีบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ
- 2.2 เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ
- 2.3 เพื่อศึกษาผลกระทบของสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

รูปภาพประกอบ 1

ผลกระทบของสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน
สำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ



3.1 สมรรถนะผู้ทำบัญชี (Accountant Competency)

สมรรถนะผู้ทำบัญชี หมายถึง ศักยภาพที่ซ่อนอยู่ภายในเชิงพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลมาจากทักษะ สติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์ ปฏิบัติงานด้านวิชาชีพบัญชีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายกำหนด และความรู้ความสามารถในด้านวิชาชีพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จได้ ผลงานที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม ประกอบไปด้วย ความรู้ในวิชาชีพบัญชี ทักษะทางด้านวิชาชีพ และ ทัศนคติต่อวิชาชีพ (ตามตาราง 1)

ตาราง 1 การสังเคราะห์สมรรถนะผู้ทำบัญชี

ตัวแปร ผู้วิจัย							
	ความรู้ในวิชาชีพ	ด้านการปฏิบัติงาน	ทักษะทางวิชาชีพ	การบริหารจัดการด้านการเงิน	ด้านการควบคุมคุณภาพ	คุณลักษณะของผู้ประกอบวิชาชีพ	ทัศนคติต่อวิชาชีพ
รุ่งระวี มั่งสิทธิ์ และคณะ, 2563	/	/					
นริศรา วัฒนศัพท์, 2563	/		/				/
จิตรเลขา ทาสี และคณะ, 2564	/		/				
ปราณี คำมา และคณะ, 2561	/			/	/		
ประภัสสร กิตติมนิรม, 2561	/		/			/	
กมลรส จันทร์ตาคำ, 2562	/		/				/
ณฐา ธรเจริญกุล, 2561	/		/				/
อารียา สรศักดิ์, 2562	/		/				/
เบญญาภา ยืนยง, 2560	/		/	/		/	
ธนวรรณ แฉ่งชำโถม, 2562	/		/			/	
อาทิตย์ อธิคม, 2562	/		/				/
รวม	11*	1	9*	2	1	3	5*

จากตาราง 1 แสดงถึง การศึกษาสมรรถนะผู้ทำบัญชีหลายด้าน แต่มีสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีการกล่าวถึงมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกประเด็นสำคัญ และเป็นประโยชน์มากที่สุด 3 อันดับแรก มาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ และทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ (ณฐางค์ พูนพล และคณะ, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับสมรรถนะตามแนวมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ (International Education Standards: IES) ฉบับที่ 2 ได้กำหนดให้นักบัญชี มีอาชีพต้องมีความรู้ทางวิชาชีพ (Content of Professional Accountant) ฉบับที่ 3 กำหนดให้นักบัญชีมีอาชีพต้องมีทักษะทางวิชาชีพ (Professional Skill) และ ฉบับที่ 4 กำหนดให้นักบัญชีมีอาชีพต้องเป็นผู้มีคุณค่าแห่งวิชาชีพมีจริยธรรม ทัศนคติ ที่ดีต่อวิชาชีพ (Professional Attitudes) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่มีการกล่าวถึงเป็นอย่างมากในการมุ่งจัดการศึกษาที่ปลูกฝังในเรื่องของความรู้ ความสามารถ ทักษะความเป็นมืออาชีพ และจรรยาบรรณวิชาชีพในการประกอบวิชาชีพ (นริศรา วัฒนศัพท์, 2563) จึงสามารถแข่งขันกับนักบัญชีทั้งในประเทศและต่างประเทศในกลุ่มภูมิภาคและระดับสากลได้ (ณฐา ธรเจริญกุล, 2561) ดังนี้

- 1) ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี (Professional Knowledge : PK) หมายถึง ความรอบรู้เกี่ยวกับการ

จัดทำบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี และนโยบายการบัญชีขององค์กร มีความรู้ด้านการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร สามารถปรับใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการจัดทำบัญชี สามารถยื่นภาษีผ่านระบบ e-filing, e-Tax หรือ e-Withholding มีการเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ให้สามารถปฏิบัติงานบัญชีให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ งานวิจัยของ Thywill (2017) ระบุว่า ความสัมพันธ์ของสมรรถนะการจัดทำบัญชีกับประสิทธิภาพในการจัดทำรายงานทางการเงินกับการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในเขตไฮ ประเทศกานา พบว่า สมรรถนะการจัดทำบัญชี ด้านความรู้ในวิชาชีพมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการจัดทำรายงานทางการเงิน ด้านความเข้าใจได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความเชื่อถือได้ (ณัฐวงศ์ พูนพล และคณะ, 2566)

H₁: สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

2) ด้านทักษะทางวิชาชีพ (Professional Skill : PS) หมายถึง ทักษะทางปัญญาในการแก้ไขปัญหา ในสถานการณ์ที่มีความซับซ้อนได้สำเร็จ มีทักษะการปฏิสัมพันธ์ในการทำงานทั้งกับบุคคลภายในและภายนอกองค์กร สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยของ จารุวรรณ แซ่เต๋ และคณะ, 2564 ระบุว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลกับความสำเร็จในการทำงานของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า การมีทักษะในการสื่อสารและการวิเคราะห์แก้ไขปัญหา รวมถึงการปรับตัวให้ทันต่อเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน ทำให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (ณัฐวงศ์ พูนพล และคณะ, 2566)

H₂: สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

3) ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ (Professional Attitudes : PA) หมายถึง ความโปร่งใส ความมีอิสระ เที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ทำบัญชีที่แสดงออกถึงการรักษาความลับ หรือดเว้นจากการกระทำที่นำมาสู่การเสื่อมเสียเกียรติแห่งวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ มีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานบัญชีที่ได้รับมอบหมายโดยปราศจากความลำเอียง ส่งผลให้ข้อมูลในรายงานทางการเงินมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และตรงต่อเวลา ซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กรในอนาคต งานวิจัยของ รุ่งรัศมี รัชสมบัติ และคณะ (2565) พบว่า ทัศนคติต่อวิชาชีพมีความสัมพันธ์ และผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน เนื่องจากผู้มีหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านบัญชี ต้องเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ซึ่งการมีทัศนคติที่ดีทำให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี มีความรู้ที่ติดกับงานที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี ส่งผลให้งานที่รับผิดชอบมีความถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ หากบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีมีทัศนคติที่ไม่ดีอาจส่งผลให้ข้อมูลในรายงานทางการเงินเกิดข้อผิดพลาด รายงานทางการเงินไม่มีความน่าเชื่อถือ ผู้บริหารได้รับข้อมูลรายงานทางการเงินที่ไม่ถูกต้องสมบูรณ์ ผู้บริหารไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที (ณัฐวงศ์ พูนพล และคณะ, 2566) ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ เพื่อประโยชน์สูงสุด และผลดีต่อองค์กรต่อไปในอนาคต

H₃: สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

3.2 ประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน (Financial Reporting Efficiency)

ประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน หมายถึง ผลสำเร็จที่เกิดจากการใช้ทักษะความรู้ในการปฏิบัติงานด้านบัญชีให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์เพื่อให้ได้รายงานทางการเงินที่ถูกต้องทันเวลา เชื่อถือได้ ตลอดจนสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจ เช่น การวางแผน การควบคุม การวัดผลการดำเนินงาน หรือการตัดสินใจลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ประกอบไปด้วย ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) ด้านความทันเวลา (Timeliness) และด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) เนื่องจาก ตัวแปรที่กล่าวมานั้น จัดอยู่ในลักษณะเชิงคุณภาพตามมาตรฐานรายงานทางการเงินที่สามารถส่งผลกระทบให้เกิดประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ หรืออีกนัยหนึ่ง คือ การมีรายงานทางการเงินที่ถูกต้องและเหมาะสมจะสามารถสร้างข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือ และนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผู้บริหารในการตัดสินใจได้ทันเวลา (นาถวีณา สิริชัยภาคเสรี, 2563)

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

4.1 ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) จำนวน 186 ราย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถาม จำนวน 186 ชุด โดยได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 50 ชุด คิดเป็นร้อยละ 26.88 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2001) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราการตอบกลับมาน้อย ร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล 166 วัน ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566

4.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

สมรรถนะผู้ทำบัญชีเป็นตัวแปรอิสระ สามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี วัดด้วยข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับนโยบายการบัญชี พระราชบัญญัติ พระราชกำหนด กฎกระทรวง ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร ภาษาต่างประเทศ ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ ๆ 2) ด้านทักษะทางวิชาชีพ วัดด้วยข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับทักษะในการแก้ปัญหา ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่าง ๆ และทักษะการสื่อสารร่วมกับบุคคลในองค์กร 3) ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ วัดด้วยข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

ประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินเป็นตัวแปรตาม วัดด้วยข้อคำถาม จำนวน 25 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้

โดยการสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะผู้ทำบัญชีและประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน โดยพิจารณาในเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมติฐานงานวิจัย เพื่อนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แล้วนำข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ด้วยค่า IOC (Item Objective Congruence Index : IOC) โดยแบบสอบถามทั้งหมดมีค่าดัชนีความสอดคล้อง

ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์อยู่ระหว่าง 0.67 ซึ่งพบว่าดัชนีสอดคล้องกับนิยามศัพท์ ซึ่งสอดคล้องกับสุมินทร เป้าธรรม (2558) ได้เสนอว่า ดัชนีความสอดคล้องมีค่า 0.05 ขึ้นไป เป็นค่าที่ยอมรับได้ ถือได้ว่าข้อคำถามดังกล่าวมีความเหมาะสม

4.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total-Correlation ซึ่งสมรรถนะผู้ทำบัญชี มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.411 – 0.941 และประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.401 – 0.864 (สอดคล้องกับ Field (2000) ได้นำเสนอว่า การทดสอบอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) ซึ่งสมรรถนะผู้ทำบัญชีมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.903 – 0.936 และประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.808 – 0.903 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair และคณะ (2006) ได้เสนอว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่มีค่าเกิน 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพนำมาใช้เก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัยได้

4.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

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

$$\text{สมการ } FRE = \beta_0 + \beta_1 PK + \beta_2 PS + \beta_3 PA + \varepsilon$$

โดยที่	FRE	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม
	PK	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ทำบัญชีด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี
	PS	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ทำบัญชีด้านทักษะทางวิชาชีพ
	PA	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ทำบัญชีด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ
	β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
	ε	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

5. ผลลัพธ์จากการวิจัย

ตาราง 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของสมรรถนะผู้ทำบัญชี และประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม (FRE) สำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

ตัวแปร	FRE	PK	PS	PA	VIFs
$\bar{X}$	4.251	4.212	4.398	4.144	
S.D.	0.413	0.471	0.428	0.482	
FRE	-	0.503*	0.574*	0.897*	
PK		-	0.687*	0.257*	1.920
PS			-	0.482*	2.336
PA				-	1.320

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ สมรรถนะผู้ทำบัญชี มีค่า ตั้งแต่ 1.320 – 2.336 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระสมรรถนะในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม (FRE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.503 – 0.897 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณได้ผลดังตาราง 3

ตาราง 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม (FRE) สำหรับผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

สมรรถนะผู้ทำบัญชี	ประสิทธิภาพการจัดทำ รายงานทางการเงินโดยรวม (FRE)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.298	0.238	1.254	0.216
1.ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี (PK)	0.285	0.061	4.706*	0.000
2.ด้านทักษะทางวิชาชีพ (PS)	-0.052	0.073	-0.713	0.479
3.ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ (PA)	0.720	0.049	14.661*	0.000
F = 118.801 p = 0.000 AdjR ² = 0.878				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ p<0.01

จากตาราง 3 พบว่า สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี และด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม ส่วนสมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านทักษะทาง วิชาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม (p<0.01)

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.1.1.1 ผู้ทำบัญชีควรมีการศึกษาสมรรถนะผู้ทำบัญชี โดยมีการเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ ผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิด ประโยชน์กับธุรกิจนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

6.1.1.2 ควรมีการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของสมรรถนะผู้ทำบัญชีในแต่ละด้าน โดยเฉพาะด้าน ทักษะทางวิชาชีพ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนากระบวนการและวิธีการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการบริหารงานด้านการจัดทำบัญชี เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ คือ ประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ รวมทั้งควรชี้แนะให้ผู้ทำบัญชีให้ความสำคัญใน

การพัฒนาสมรรถนะของตนเองในด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี ทักษะทางวิชาชีพ และทัศนคติต่อวิชาชีพ อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินในทุก ๆ ด้านมากยิ่งขึ้น ส่งผลดีให้กับองค์กรต่อไป

7. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาผลกระทบของสมรรถนะผู้ทำบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ จำนวน 50 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ทำบัญชีโดยรวมและรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก ผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้ อยู่ในระดับมาก และสมรรถนะผู้ทำบัญชีด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี และด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน ส่วนสมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน ดังนั้น บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ควรให้ความสำคัญต่อสมรรถนะผู้ทำบัญชี ครอบคลุมถึงการปฏิบัติหน้าที่ด้านบัญชีให้มีความรอบคอบตั้งแต่การบันทึกบัญชี จนถึงการสรุปรายงานทางการเงินและเมื่อเกิดข้อผิดพลาด มีการแก้ไขข้อผิดพลาดรายการทางบัญชีให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบอย่างเคร่งครัด นำไปสู่การจัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน สามารถนำเสนอข้อมูลทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

8. อภิปรายผล

8.1 ผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ทำบัญชีโดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากสมรรถนะผู้ทำบัญชีถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ทำบัญชีทุกคนควรมี อีกทั้งผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติงาน ด้านวิชาชีพบัญชีให้มีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถูกต้องตามที่กฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน ตลอดจนเกิดประสิทธิภาพในการจัดทำรายงานทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัศมี รัชสมบัติ และคณะ (2565) พบว่า สมรรถนะทางวิชาชีพบัญชีโดยรวม ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และด้านทัศนคติทางวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักวิชาการเงิน และบัญชีต้องมีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้และปฏิบัติบนพื้นฐาน ความถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ จึงทำให้นักวิชาการเงินและบัญชีแต่ละท่านต้องให้ความสำคัญและตระหนักถึงขั้นตอนและกระบวนการในการปฏิบัติงานด้านบัญชีเป็นอย่างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา วัฒนศัพท์ (2563) ได้กล่าวไว้ว่า คุณสมบัตินักวิชาชีพบัญชีตามข้อกำหนดของมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ (EIS) ฉบับที่ 2 ฉบับที่ 3 และฉบับที่ 4 ซึ่งเป็นมาตรฐานที่มีการกล่าวถึงเป็นอย่างมากในการมุ่งจัดการศึกษาที่จะปลูกฝังในเรื่องของความรู้ ความสามารถ ทักษะความเป็นมืออาชีพ และจรรยาบรรณวิชาชีพ ในการประกอบวิชาชีพ

8.2 ผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้ อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก รายงานทางการเงินเป็นข้อมูลสำหรับผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ต้องจัดทำเพื่อนำเสนอต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกได้รับทราบข้อมูลทางการเงิน โดยจะต้องอาศัยบุคลากรที่มีทักษะความรู้ในการปฏิบัติงานด้านบัญชีให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์ โดยสามารถปฏิบัติงานด้านการบัญชีที่ได้รับมอบหมายให้ถูกต้อง เข้าใจได้ง่าย ปราศจากความลำเอียง ใช้วิธีปฏิบัติทางบัญชีโดยใช้หลักความสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินเปรียบเทียบข้อมูลทางการเงินบัญชีและสามารถตรวจสอบความถูกต้องและแหล่งที่มาได้ ตลอดจนเพื่อให้ประกอบการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงินในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริพรรณ โกมลรัตนมงคล (2563) พบว่า ปัจจัยทักษะของนักบัญชีและปัจจัยระบบการควบคุมภายในส่งผลต่อลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐาน ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม และด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (2558) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะที่ทำให้ข้อมูลมีประโยชน์สูงสุดในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐาน 2 ประการ คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม และลักษณะเชิงคุณภาพเสริม 4 ประการ คือ ความสามารถเปรียบเทียบได้ ความพิสูจน์ยืนยันได้ ความทันเวลา และความสามารถเข้าใจได้

8.3 สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม ($p < 0.01$) เนื่องจาก ผู้ทำบัญชีต้องมีความรอบรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี โดยใช้หลักความสม่ำเสมอ สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายและประมาณการทางการเงินบัญชี หรือการแก้ไขข้อผิดพลาดได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีที่กำหนด โดยข้อมูลทางการเงินบัญชีสามารถตรวจสอบความถูกต้องและแหล่งที่มาได้ เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินเปรียบเทียบข้อมูลทางการเงินบัญชีในปีก่อน ๆ หรือเปรียบเทียบงบการเงินกับธุรกิจอื่น ๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ พลแก้ว (2566) พบว่า ด้านความรู้ทางวิชาชีพบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานการเงิน ซึ่งได้ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ จึงควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของนักวิชาการการเงินและบัญชีให้เป็นผู้จัดทำบัญชีที่ตระหนักถึงผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน เพื่อให้สามารถจัดทำรายงานการเงินได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ เป็นไปตามมาตรฐานและนโยบายการบัญชีสำหรับหน่วยงานภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผกาวัต นิลสุวรรณ และคณะ (2563) พบว่า คุณสมบัติของนักบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพของการจัดทำงบการเงิน คือ ด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพของการจัดทำงบการเงิน ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานของสำนักงานบัญชีประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายของสำนักงานบัญชี ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thywill (2017) พบว่า สมรรถนะการจัดทำบัญชีด้านความรู้ในวิชาชีพบัญชี มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการจัดทำรายงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ดังนั้น ธุรกิจ SMEs ควรส่งเสริมการทำบัญชีอย่างถูกต้องเพื่อการเติบโตของเอสเอ็มอี โดยสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น ๆ ที่รับผิดชอบ SMEs ควรจัดโปรแกรมการฝึกอบรมสำหรับผู้ปฏิบัติงานที่ไม่มีความรู้ทางวิชาการด้านบัญชี และมาตรฐานสำหรับการจัดทำข้อมูลการบัญชีสำหรับผู้ประกอบการที่ใช้ประโยชน์ในอนาคต จึงยอมรับสมมติฐานที่ H_1

8.4 สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินโดยรวม เนื่องจากผู้ทำบัญชีสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เป็นผู้มี

ความรู้ ความสามารถทางด้านบัญชีเป็นอย่างดี มีการพัฒนาความรู้และทักษะอย่างสม่ำเสมอ หากผู้ทำบัญชีไม่มีความรู้ ความสามารถทางด้านบัญชี ไม่มีการพัฒนาตนเองด้านทักษะทางวิชาชีพ จะส่งผลให้รายงานทางการเงินนั้นขาดความ น่าเชื่อถือ ตลอดจนขาดประสิทธิภาพในการจัดทำรายงานทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัมย์ รัชสมบัติ และคณะ (2565) พบว่า สมรรถนะทางวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านคุณค่าแห่ง วิชาชีพไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวม เนื่องจากบุคลากรผู้ทำหน้าที่ใน การปฏิบัติงานด้านบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคามเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านบัญชีเป็นอย่างดีมีการพัฒนา ความรู้ รวมถึงการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพด้านบัญชีที่ดีเยี่ยม มีการพัฒนาคุณค่าทางวิชาชีพอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดถือ อุดมการณ์ทางวิชาชีพมีวินัยมารยาททางวิชาชีพรวมถึงการพัฒนาตนให้เกิดความเจริญก้าวหน้าหากบุคลากรที่ปฏิบัติ ด้านบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี ไม่มีการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพและคำนึงถึงคุณค่าแห่งวิชาชีพ จะส่งผลให้ไม่สามารถจัดทำรายงานทางการเงินได้ หรือรายงานทางการเงินที่จัดทำขึ้นไม่มีคุณภาพ ไม่มีความถูกต้องขาด ความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความผิดพลาดในการจัดทำรายงานทางการเงินขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรควรตระหนัก และให้ความสำคัญกับบุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชี ต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติที่เหมาะสม มีความรู้ทางด้านวิชาชีพบัญชีมี ทักษะทางวิชาชีพ และตระหนักถึงคุณค่าแห่งวิชาชีพบัญชี จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H₂

8.4 สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านทัศนคติต่อวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพ การจัดทำรายงานทางการเงิน ($p < 0.01$) เนื่องจากผู้ ทำบัญชีต้องเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ต้องมีความโปร่งใส ความมีอิสระเที่ยงธรรม หรือสุจริตต่อวิชาชีพ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงานด้านการบัญชี ตลอดจนเกิด ประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ พลแก้ว (2566) พบว่า ด้านทัศนคติ ต่อวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำรายงานการเงิน จากการวิจัยครั้งนี้ ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของนักวิชาการการเงินและบัญชีให้เป็นผู้จัดทำบัญชีที่ตระหนักถึงผู้ใช้ข้อมูลทาง การเงิน เพื่อให้สามารถจัดทำรายงานการเงินได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ เป็นไปตามมาตรฐานและนโยบายการ บัญชีสำหรับหน่วยงานภาครัฐ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Rufino (2018) พบว่า สมรรถนะผู้ทำบัญชี ด้านทัศนคติต่อ วิชาชีพ ถือเป็นความรู้ด้านบัญชีและการเงิน ที่สำคัญในการทำงานของนักบัญชี โดยมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการ จัดทำรายงานทางการเงิน จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₃

เอกสารอ้างอิง

- กมลรส จันทร์ตากำ. (2562). การพัฒนาสมรรถนะนักบัญชีของธุรกิจ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่เพื่อรองรับการ เปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงแรงงาน. (2560). โครงการเตรียมการรองรับการเคลื่อนย้ายของแรงงานสู่การเป็นประชาคมอาเซียน.
- ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2566, จาก <http://nlrc.mol.go.th/research/NGDK0N4/00NGDK0N4.pdf>.
- จารุวรรณ แซ่เต๋. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลกับความสำเร็จในการทำงานของผู้บริหาร ฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จิตรเลขา ทาสี สุวรรณ บุญมาก และ ปริญญากร สว่างศรี. (2564). การศึกษาศักยภาพในการปฏิบัติงานทางบัญชี ของผู้ทำบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในเขตนิคม และในเขตประกอบการอุตสาหกรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 11(1), 187-198.

- ณัฐา ธรเจริญกุล. (2561). สมรรถนะของพนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน กรณีศึกษาสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 24(1), 58 – 70.
- ณัฐวงศ์ พูนพล นาถนภา นิลนิยม และ อิงอร นาชัยฤทธิ์. (2566). ผลกระทบของการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 17(2), 463–479.
- ณัฐวงศ์ พูนพล วิฐา ทวีพร้อม นาถนภา นิลนิยม และ ปรียาณัฐ มรัตนไพโร. (2565). ผลกระทบของการพัฒนาทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่องที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของผู้ทำบัญชีสหกรณ์การเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 14(3), 1–17.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). ข้อมูลการจัดโครงสร้างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ. ค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2565. จาก <https://www.set.or.th/th/market/index/mai/profile>.
- ธนวรรณ แห่งโคม. (2562). ตัวแบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. คุชฎินพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธเนศ อุ่นปรีชาวนิชย์ และ นภาพร อุ่นปรีชาวนิชย์. (2566). ปัจจัยความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของนักลงทุน. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 11 สมาคมครุฑนคร (ประเทศไทย) ร่วมกับ สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, (4)2, 1-10.
- นริศรา วัฒนศัพท์. (2563). สมรรถนะของนักบัญชีที่มีอิทธิพลต่อปัญญาประดิษฐ์และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นาถวีณา สีนุชชัยภาคเสรี และคณะ. (2563). ผลกระทบของคุณภาพการรายงานทางการเงินและบุพบัจจัยต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของบุคลากรบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เบญญาภา ยืนยง. (2560). สมรรถนะของนักบัญชีและมาตรฐานการจัดทำบัญชีที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในราชการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชียมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปราณี คำมา ณัฐวุฒิ ตันติเศรษฐ และ วราพร เปรมพาดิษฐ์กุล. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาสมรรถนะด้านวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 5(2), 53 – 62.
- ประภัสสร กิตติมนม. (2561). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้ทำบัญชีธุรกิจ SMEs ตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ. วารสารจันทร์เกษมสาร, 24(47), 79 – 94.
- ผกาดี นิลสุวรรณ วราพร รุ่งเรือง วนิดา แพงศรี ประไพศรี สุภาจันทร์ และศศิกร เครือผือ. (2563). คุณสมบัตินักบัญชีที่พึงประสงค์ที่ส่งผลต่อคุณภาพของการจัดทำงบการเงินของสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี. งานวิจัยบัญชียบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

- พิมพ์ผกา วงศ์ทองแก้ว รุ่งนภา สีดา มัทนา ฤทธิแก้ว เกศณี อินสา และนิตยา ทิยานัน. (2562). สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีต่อการปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6, 236 – 245. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- รุ่งระวี รัชสมบัติ และ กัญญาณัฐ รัตนประภาธรรม. (2565). สมรรถนะทางวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 4(1), 13 – 27.
- รุ่งระวี มังสิงห์ และ ชุมพล รอดแจ่ม. (2564). สมรรถนะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคดิจิทัลตามมาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี. วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 6(1), 100-119.
- ศิริวรรณ พลแก้ว. (2566). ผลกระทบของความรู้ด้านบัญชีภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำรายงานทางการเงินของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สิริพรรณ โกมลรัตนมงคล และ พิเชษฐ์ ไสภพงษ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 26(2), 46-60.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2560). มาตรฐานการศึกษา. ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2566, จาก <https://acprostd.tf.ac.or.th/standard/5/%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%90%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A8%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%B2>
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2558). มาตรฐานรายงานทางการเงิน. ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2566, จาก <https://acprostd.tf.ac.or.th/standard/1/%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%90%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%87%E0%B8%B4%E0%B8%99>
- เสาวลักษณ์ กิมสร้าง. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม. สุรินทร์ เบ้าธรรม. (2558). วิจัยทางการบัญชี. กรุงเทพฯ : ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- อาทิตย์ อธิคม. (2562). สมรรถนะของนักบัญชีที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารระบบ การเงินและบัญชีของกองทัพบก. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อารียา สรศักดิ์. (2562). สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี. สารนิพนธ์ปริญญาบัตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อัฐพงษ์ ธีระคานนท์ กิ่งกาญจน์ มูลเมือง และเสียง บัวไหล. (2564). การเปรียบเทียบการเปิดเผย นโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(1), 48-62.

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

- Black, K. (2006). *Business Statistics : for Contemporary Decision Making*. New York : John Wiley and Sons.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics Using SPSS for Windows*. New York : Sage Publication.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. *Multivariate data Analysis*. 6th ed. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Rufino, H. D. (2018). Competency requirements for professional accountants: Basis for accounting curriculum enhancement. *Review of Integrative Business and Economics Research* 7.
- Thywill, C. (2017). The Improving of Accounting Competency in Islamic Finance of People Affected by Covid-19. *JURNAL PENELITIAN*. 2021, 155-164.

Effectiveness of Futures Contracts as Hedging Instruments for Rubber Price Risk: Evidence from Thailand

Kuntonrat Davivongs*

Received : December 14, 2023 Revised : March 21, 2024 Accepted : April 2, 2024

Abstract

This study investigates whether the Thailand Futures Exchange (TFEX) listed futures contracts can be effectively used to transfer rubber price risks. Using auction price data of natural rubber ribbed smoke sheet no. 3 (RSS3) and daily settlement prices of highly liquid TFEX-listed futures contracts from 2007 to 2019, the results from the two different methods used to estimate static and dynamic optimal hedge ratios are consistent. The most effective futures contract for hedging RSS3 price risk is the RSS3 futures contract, which can reduce RSS3 price volatility by approximately 4-6%. Single-stock futures are more effective than SET50 index futures as hedging instruments. Specifically, the single stock futures contract of a company with a rubber-related business, STA, is the most effective futures contract, reducing 1-2% of RSS3 price volatility.

Keywords : Rubber Price Risk; TFEX; Futures Contract; SET50 Index Futures, Single Stock Futures, Hedging, Cross Hedge

* Lecturer, Faculty of Economics, Kasetsart University

Corresponding author E-mail: kuntonrat.d@ku.th

1. Introduction

High price volatilities are commonly found in the agricultural sector. The rubber industry is no exception to this trend. There is a high fluctuation in the prices of natural rubber ribbed smoke sheet no. 3 (RSS3) in the rubber spot or cash market in Songkhla, which is one of the most important rubber markets in Thailand. For instance, the average price of RSS3 decreased from 103.94 baht per kilogram in July 2008 to 38.83 baht per kilogram in December 2008. In February 2011, the average price was 180.18 baht per kilogram, the highest level since 2006, and declined almost 50% to 93.69 baht per kilogram by November of the same year (Rubber Authority of Thailand, 2019). This price volatility directly affects either revenues or costs of agricultural businesses, and hence operating performance, which consequently impacts income and the standard of living of stakeholders. The need to stabilize price volatility makes risk management crucial. Among the existing instruments, futures contracts are a simple way to manage price risk. It is a straightforward instrument. If the underlying asset of a futures contract is the same as an asset in a cash position, and their prices are closely related to each other, taking the opposite position in both spot and futures markets can reduce the overall price risk (Hull, 2015).

The Thailand Futures Exchange (TFEX) is the only futures exchange in Thailand. The overall market liquidity is relatively low with a variety of asset classes. The most actively traded contracts are the SET50 index and single stock futures, accounting for almost 95% of the total volume traded. RSS3 is the only agricultural product available on TFEX. With choices of either cash settlement (RSS3) or physical delivery (RSS3D), none of them are actively traded. However, RSS3D contracts are more active than RSS3 contracts (Thailand Futures Exchange, 2019). This may reflect the need for risk management in cash positions in the rubber market.

For hedging purposes, liquid contracts with highly correlated price are desirable (Cuny, 1993; Tashjian, 1995). As RSS3 and RSS3D futures contracts are illiquid, this study investigates whether SET50 Index futures, single stock futures, US dollar futures, and gold futures traded on the TFEX can be as effective as RSS3 futures contracts in hedging against rubber price fluctuations. It focuses on the price fluctuations of RSS3 in the Songkhla Rubber Market, Thailand, and the prices of futures contracts listed on the TFEX in a normal situation. The underlying assets of interest are the SET50 Index, single stock, US dollar, gold, and RSS3. To ensure that futures prices accurately reflect information and that hedgers can enter or close their positions as needed, only actively traded contracts were considered in the analysis. The study period is from 2007 to 2019 to represent normal situation in financial market. The period of COVID-19 crisis is excluded because of its significant impact on global financial markets, including Thailand (Akhtaruzzaman et al., 2021; He et al., 2020; Jindal and Gupta, 2022; Okorie and Lin, 2021; Tiwari et al., 2022; Topcu and Gulal, 2020; Vo et al., 2022; Zaremba et al., 2021; Zhao et al., 2023).

This study complements previous literature, such as Ali et al. (2020), Belousova and Dorfleitner (2012), Bessler and Wolff (2015), Chunhachinda et al. (2019), Mensi et al. (2021), Nguyen et al. (2020), and

Satyanarayan and Varangis (1996), who investigate the hedging effectiveness of adding commodities into equity portfolios as a diversification tool. The results of this study provide valuable insights for agricultural hedgers, including businesses, cooperatives, and farmers, operating in emerging markets with underdeveloped futures exchanges and a limited range of available futures contracts. This study sheds light on the efficacy of employing alternative futures contracts as hedging instruments in such contexts.

Daily spot price data were collected from 2007 to 2019, while daily futures prices have been collected since the introduction of contracts to the market. Using the Ordinary Least Squares (OLS) estimation of the Simple Linear Regression and the Dynamic Conditional Correlation-Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity (DCC-GARCH) model to estimate the hedge ratio, consistent results were found. The most effective futures contracts for hedging RSS3 price volatility are RSS3D and STA (Sri Trang Agro-Industry) stock futures, respectively. The hedged portfolios exhibit enhanced performance characterized by both risk reduction and an increase in average returns. These findings align with the recommendation of Hull (2015) that utilizing the same or highly correlated underlying asset is advisable when employing hedging strategies. In addition, the results are consistent with prior research findings (Ali et al., 2020; Belousova and Dorfleitner, 2012; Bessler and Wolff, 2015; Chunhachinda et al., 2019; Mensi et al., 2021; Nguyen et al., 2020; Satyanarayan and Varangis, 1996) suggesting that incorporating equities and other diverse assets can enhance the performance of investment portfolios. Inconsistent with the result of Chotinuchittrakul and Boonvorachote (2013) regarding the efficacy of the models used to estimate hedge ratios, the findings of this study were inconclusive. Specifically, the OLS estimated hedge ratio proves to be more effective in reducing the risk of an unhedged position for STA stock futures compared to the GARCH (1,1) estimated hedge ratio. The opposite is found for RSS3D futures, in that the GARCH (1,1) estimated hedge ratio leads to more effective risk reduction than the OLS estimated hedge ratio.

The remainder of this paper is organized as follows. Section 2 describes the hedging transactions, optimal hedge ratios, and hedging effectiveness. Section 3 describes the data and methodology used in this study. Section 4 presents the empirical results. Finally, Section 5 presents the conclusions of this study.

2. Hedging, Optimal Hedge Ratio, and Hedging Effectiveness

2.1 Hedging

Hedging, an investment transaction that attempts to reduce the price volatility or price risk of an asset, is always performed at the cost of profit reduction by taking an offsetting position in the related asset or instrument (Howard & D'Antonio, 1984). The potential profit from a hedging transaction compensates for the potential loss from the asset position, and vice versa.

A perfect hedge occurs when the price risk of the asset position is eliminated completely. With futures contracts, this is done by taking the opposite position in the futures and spot markets. Identical assets are required in both markets to ensure perfect correlation and convergence of prices at the expiration date of the futures contract. However, executing a perfect hedge is difficult, for several reasons. First, not all types of

assets are offered as underlying assets in the futures markets. Second, futures markets may not provide hedgers with the desired expiration dates. Third, hedgers must accurately predict the future timing of spot positions. If these conditions do not hold, hedgers cannot control the basis risk—the time variation of the difference between the spot and futures prices of the asset (Hull, 2015).

Given these challenges, a more common practice is cross-hedging, in which the underlying asset of futures contracts differs from the asset being hedged. In a cross-hedge, the prices of the assets in both positions are not perfectly correlated, and they may not necessarily converge at expiration. This can lead to a higher level of risk compared with an unhedged position. Consequently, a cross-hedge is generally considered less effective than a perfect hedge in terms of risk reduction (Eaker & Grant, 1987). However, in more recent work, i.e. Felix et al. (2023), shows that gold futures are more effective than oil futures in hedging airline stock price. Therefore, cross-hedging strategy can be used to enhance stock investment portfolio returns.

2.2 Optimal Hedge Ratio

Identifying the appropriate or optimal number of futures contracts for hedging positions is the primary task for hedgers to meet their risk management objectives. An optimal hedge ratio is defined as the proportion of positions in futures contracts to positions in the asset to be hedged to meet the hedger's investment objective. Based on the previous theoretical literature, see Chen et al. (2003) for a review, various objective functions have been used to determine the optimal hedge ratio.

The simplest and most widely used objective is to minimize the variance of change in the value of a hedged portfolio, a combination of positions in asset and futures contracts (Ederington, 1979; Myers & Thompson, 1989). This optimal hedge ratio is called the minimum-variance hedge ratio. It is based on the relationship between changes in the spot prices of the hedged asset and changes in the futures prices of the underlying asset. Unfortunately, the minimum variance hedge ratio ignores the consideration of the expected return of the hedged portfolio and expected utility function of hedgers. This is inconsistent with either the mean–variance framework or the maximization of hedgers' utility. (Cecchetti et al., 1988; Howard & D'Antonio, 1984; 1987)

By incorporating both the expected return and variance into the objective function, the optimal hedge ratio is derived by maximizing the expected return for a given level of variance of a hedged portfolio. Howard and D'Antonio (1984, 1987) derive the optimal hedge ratio by maximizing the Sharpe ratio, assuming that hedgers are risk averse. Hsin et al. (1994) estimated the optimal hedge ratio by maximizing the utility function that incorporates risk and returns into the hedger's utility function. Similarly, Cecchetti et al. (1988) determine the optimal hedge ratio by maximizing the expected utility function represented by the logarithm of the terminal wealth. The difficulty arises in identifying the hedge ratio, as the level of risk aversion and the utility function must be known.

Under specific conditions, especially when hedgers exhibit infinite risk aversion and the expected return on the hedged portfolio is zero, the optimum mean-variance hedge ratio aligns with the minimum variance hedge ratio (Chen et al., 2003).

2.3 Estimation Methods of Minimum Variance Hedge Ratio

The econometric models used to identify the minimum variance hedge ratio can be broadly categorized into static and dynamic estimation approaches. Among the methodologies used for estimating the static minimum variance hedge ratio, the Ordinary Least Squares (OLS) method is the simplest and easiest to estimate and understand. The Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity (GARCH) method is widely adopted for the estimation of the dynamic minimum variance hedge ratio (see Chen et al., 2003; Yao & Wu, 2012).

The OLS method is a conventional approach first introduced by Ederington (1979) to estimate the minimum variance hedge ratio. This method involves a simple linear regression between the changes in spot and futures prices. The OLS method relies on several assumptions regarding error terms: the errors have a zero mean, the variance of errors is constant and finite across all values of independent variables, the errors are linearly independent of one another, there is no relationship between errors and independent variables, and errors are normally distributed (Brooks, 2014). Previous empirical studies have provided evidence that violates these assumptions. For example, Herbst et al. (1989) and Herbst et al. (1993) show that spot and futures prices are cointegrated, indicating an autocorrelation problem. Additionally, there is evidence of heteroskedasticity, in which the variance of the error terms varies across times. While the presence of serial correlation and heteroskedasticity is acknowledged, it is not a major concern in this study because OLS estimators remain linearly unbiased, consistent, and asymptotically normally distributed (Stock and Watson, 2020).

In general, time-series data on asset prices are nonstationary and time varying. Transforming it to a return series eliminates the non-stationary problem, but does not resolve the issue of time-varying volatility. The use of the slope of an ordinary least squares regression as an optimal hedge ratio is inefficient because of the presence of heteroskedasticity (Andersen et al., 2009). Many studies, such as Buyukkara et al. (2022), Chunchinda et al. (2019), Kroner and Sultan (1993), Lien and Luo (1994), and Moschini and Myers (2002), adopt a bivariate generalized autoregressive conditional heteroskedasticity (GARCH) model to capture time-varying correlation features and solve the heteroskedasticity problem in OLS estimations.

The GARCH model facilitates the conditional variance and covariance of spot and futures prices to estimate the conditional hedge ratios. Allowing the conditional correlation matrix to be time-varying, Engle (2002) introduced dynamic conditional correlation (DCC) as a two-step approach to estimate the conditional variance and covariance between two time-series data. The first step involved estimating the condition variance from the univariate GARCH (1,1) model. In the second step, the conditional correlation matrix of the standardized disturbance was estimated. The conditional variance and conditional correlation matrix are then used to construct the DCC conditional variance and covariance matrix, which is later used to estimate the optimal hedge ratio.

2.4 Hedging Effectiveness

Hedging effectiveness is defined as the proportion of risk measured by variance, which is mitigated through hedging. Prior studies have proposed various hedging effectiveness measures. For instance, Ederington (1979) uses R^2 from a regression model of changes in spot prices against changes in futures prices as a measure of hedging effectiveness. However, the presence of a serial correlation problem can lead to an overestimation of the R^2 of the OLS regression model. A more reliable measure of hedging effectiveness is the reduction in variance of the hedged position. Herbst et al. (1989) used the variance of residuals, as it is inversely related to the reduction in the variance of a hedged position. The smaller the variance of residuals, the larger the reduction in the variance of the portfolio return.

Many empirical studies, such as those conducted by Butterworth and Holmes (2001), Chunhachinda et al. (2019), In and Kim (2006), Koulis et al. (2018), and Sanders and Manfredo (2004), use straightforward measures of overall risk reduction. In these studies, overall risk is measured as either the standard deviation or variance of portfolio returns.

3. Data and Methodology

3.1 Data

The data used in this study were the daily prices of natural rubber ribbed smoke sheet no. 3 from 2007 to 2019. Spot price data are auction prices from the centered rubber market in Songkhla, collected manually from the official website of the Rubber Authority of Thailand. Futures price data are daily settlement prices of closet-to-delivery contracts retrieved from the Thailand Futures Exchange (TFEX) database.

Only futures contracts with acceptable liquidity are included in this study to prevent the potential illiquidity problems faced by traders. Trading volume was used in the data screening process. To be included, each contract must be traded on at least 80% of the yearly trading days, on average, with at least one contract per day. Additionally, the contract must be available in the market for at least one full year, until the end of 2019.

From the six categories of underlying assets, namely equity, precious metals, interest rate, energy, currency, and agriculture, the futures contracts considered in this study are the SET 50 index, 13 single stocks in agribusiness, food, petrochemicals, and energy sectors, gold, US dollar, and natural rubber ribbed smoke sheet no. 3, as shown in Table 1.

In Table 1, Panel A shows equity futures, including SET 50 and selected single stock futures contracts. Panel B shows the gold, USD, and RSS3D futures contracts. The sample period for each contract is from the first trading day to the end of 2019. % of Trading Day is the number of days the contract is being traded as proportion to its total trading days. The trading Volume is the average number of contracts traded daily across the sample period.

Table 1 List of selected futures contracts traded on TFEX

Panel A: Equity Contracts				
Underlying Asset		Beginning Period	% of Trading Day	Trading Volume
INDEX	SET 50	3/1/2007	100.00%	64,689.02
AGRO: AGRI	STA	21/3/2011	75.91%	47.50
AGRO: FOOD	CBG	5/10/2015	84.67%	49.69
AGRO: FOOD	CPF	21/3/2011	93.80%	48.77
INDUS: PETRO	IVL	21/3/2011	97.02%	77.92
INDUS: PETRO	PTTGC	18/3/2013	95.05%	39.78
RESOURC: ENERG	BANPU	22/6/2009	87.99%	157.06
RESOURC: ENERG	CKP	5/10/2015	90.16%	188.97
RESOURC: ENERG	GUNKUL	16/1/2017	80.00%	54.46
RESOURC: ENERG	IRPC	21/3/2011	99.39%	368.17
RESOURC: ENERG	PTG	16/1/2017	97.52%	131.02
RESOURC: ENERG	PTT	24/11/2008	98.19%	41.88
RESOURC: ENERG	PTTEP	24/11/2008	99.93%	86.59
RESOURC: ENERG	TOP	21/3/2011	81.73%	19.26
Panel B: Other Contracts				
Underlying Asset		Beginning Period	% of Trading Day	Trading Volume
GOLD	GF10	2/8/2010	100%	9,950.62
CURRENCY	USD	5/6/2012	100%	1,621.32
AGRICULTURE	RSS3D	16/5/2016	73.71%	112.20

Source: Thailand Futures Exchange (2019) and from calculation by author

Among these, the SET50 index futures are the most active, followed by gold and USD futures. The average daily trading volume are 64,689, 9,950, and 1,621 contracts, respectively. For single-stock futures, stocks in the energy sector are more active than those in other sectors. Note that STA and RSS3D futures are included in this study because their prices may be closely related to the RSS3 spot price.

3.2 Methodology

To determine the effectiveness of the selected futures contracts in reducing the price risk of natural rubber in the spot market and to identify the best instrument for this purpose, this study considers both static and dynamic relationships between spot and futures prices when estimating a minimum-variance hedge ratio.

The minimum-variance hedge ratio is the ratio of the size of the futures position to the size of the cash market position that minimizes the variance of the hedged or combined position. The ratio was calculated using Equation (1).

$$h^* = -\rho_{S,F} \frac{\sigma_S}{\sigma_F} \quad (1)$$

where h^* is the minimum variance hedge ratio, σ_S is the standard deviation of the spot price, σ_F is the standard deviation of the futures price, and $\rho_{S,F}$ is the correlation coefficient between these two prices. A negative sign indicates a short position in futures contracts required for hedging when the correlation coefficient between the two prices is positive.

As it is commonly known that price series are non-stationary, return series are used. The return is a percentage change in price, which is defined as the difference in the natural logarithms of daily price, as shown in equation (2).

$$R_t = \ln(P_t) - \ln(P_{t-1}) \text{ or } R_t = \ln\left(\frac{P_t}{P_{t-1}}\right) \quad (2)$$

where R_t is the return at any time t , and P_t and P_{t-1} are the prices at time t and the previous time, respectively.

Estimate Static Minimum-Variance Hedge Ratio

The static minimum variance hedge ratio is commonly estimated as the beta coefficient from the regression model of spot returns against futures returns, as shown in equation (3).

$$R_{S,t} = \alpha + \beta R_{F,t} + \varepsilon_t \quad (3)$$

where $R_{S,t}$ and $R_{F,t}$ are spot and futures returns, respectively, at time t calculated using equation (2). α is the intercept, β is the slope or beta coefficient, and ε is the error term of the regression line.

Estimate Dynamic Minimum-Variance Hedge Ratio

The dynamic minimum-variance hedge ratio, h_t^* , defined in Equation (1), is calculated using Equation (4).

$$h_t^* = \frac{\sigma_{SF,t}}{\sigma_{FF,t}} \quad (4)$$

where h_t^* is the time – varying hedge ratio; $\sigma_{SF,t}$ is the conditional covariance between spot and futures returns at time t ; and $\sigma_{FF,t}$ is the conditional variance of futures returns at time t .

To determine the time-varying variance-covariance matrix, Engle's (2002) two-step estimation approach was adopted. First, I estimate the condition variance from the univariate GARCH (1,1) model, as shown in equations (5) and (6).

$$\sigma_{SS,t} = c_{SS} + \alpha_{SS}\varepsilon_{S,t-1}^2 + \beta_{SS,t-1}\sigma_{SS,t-1} \quad (5)$$

$$\sigma_{FF,t} = c_{FF} + \alpha_{FF}\varepsilon_{F,t-1}^2 + \beta_{FF,t-1}\sigma_{FF,t-1} \quad (6)$$

where $\sigma_{SS,t}$ and $\sigma_{SS,t-1}$ are the conditional variance of the errors $\varepsilon_{S,t}$ at time t and one lag period, respectively. $\sigma_{FF,t}$ and $\sigma_{FF,t-1}$ are the conditional variances of the errors $\varepsilon_{F,t}$ at time t and one previous period, respectively. $\varepsilon_{S,t-1}^2$ and $\varepsilon_{F,t-1}^2$ are the squared values of $\varepsilon_{S,t-1}$ and $\varepsilon_{F,t-1}$, respectively.

In the second step, the conditional correlation matrix of the standardized disturbance is the estimation of, as shown in equation (7).

$$\rho_{SF,t} = \bar{\rho}(1 - \alpha - \beta) + \alpha\epsilon_{S,t-1}\epsilon_{F,t-1} + \beta\rho_{SF,t-1} \quad (7)$$

where $\rho_{SF,t}$ and $\rho_{SF,t-1}$ are the conditional correlations of the standardized disturbances at time t and one previous period, respectively. $\bar{\rho}$ is the unconditional correlation coefficient; $\epsilon_{S,t-1}$ and $\epsilon_{F,t-1}$ are the one lag values of the standardized error terms for asset's return s and F , respectively. The standardized error terms, $\epsilon_{S,t}$, is calculated as $\epsilon_{S,t}/\sigma_{S,t}$, and $\epsilon_{F,t}$, is calculated as $\epsilon_{F,t}/\sigma_{F,t}$. α and β are scalars.

The DCC conditional variance-covariance matrix can be represented as a matrix multiplication in equation (8).

$$M_t = D_t R_t D_t \quad (8)$$

where M_t is the conditional variance and covariance matrix; D_t is the diagonal matrix of time – varying standard deviation estimated from the GARCH (1,1) model; and R_t is the conditional correlation matrix of the standardized disturbances.

Measure the Effectiveness of Futures Contract as Hedging Instrument

Similar to previous empirical studies, such as Butterworth and Holmes (2001), Chunchachinda et al. (2019), In and Kim (2006), Koullis et al. (2018), Sanders and Manfredo (2004), the measure of hedging effectiveness used in this study is defined as the proportion of overall risk eliminated by hedging. Overall risk is measured as the variance in the portfolio return. For the unhedged portfolio, the return is the daily change in spot price calculated using equation (2). The overall risk of the unhedged portfolio is simply the variance of the daily spot return $\sigma_{S,t}^2$ over the sample period. For the hedged portfolio, the return of the combined position in the spot and futures markets is calculated as the weighted average of the difference in the natural logarithms of daily spot prices and daily futures prices, as given in equation (9).

$$R_{H,t} = \ln\left(\frac{S_t}{S_{t-1}}\right) - h_t^* \ln\left(\frac{F_t}{F_{t-1}}\right) \quad (9)$$

where $R_{H,t}$ is the hedged portfolio's return at time t . $\ln\left(\frac{S_t}{S_{t-1}}\right)$ and $\ln\left(\frac{F_t}{F_{t-1}}\right)$ are the returns of the spot asset and futures contracts, respectively, at time t . h_t^* is the optimal hedge ratio at time t .

The overall risk or variance of return for the hedged portfolio is calculated using Equation (10).

$$\sigma_{H,t}^2 = \sigma_{S,t}^2 + (h_t^*)^2 \sigma_{F,t}^2 + 2h_t^* \sigma_{SF,t} \quad (10)$$

where $\sigma_{H,t}^2$ is the conditional variance of the hedged portfolio's return at time t , $\sigma_{S,t}^2$ and $\sigma_{F,t}^2$ are the conditional variances of an asset's return at time t for spot and futures returns, respectively. $\sigma_{SF,t}$ is the conditional covariance between spot and futures returns at time t , and h_t^* is the optimal hedge ratio at time t .

The overall risk reduction is calculated as the proportion of the standard deviation of the unhedged portfolio return, which can be reduced by taking a hedged position, as shown in Equation (11).

$$HE = \left(\frac{\sigma_U - \sigma_H}{\sigma_U} \right) \times 100 \quad (11)$$

where HE measure of hedging effectiveness and σ_U and σ_H are the standard deviations of the returns for the unhedged and hedged portfolios, respectively.

4. Empirical Results

4.1 Descriptive Statistics

The distribution of returns for each sample asset, given by descriptive statistics, is presented in Table 2. The table shows that the returns on each asset are highly volatile during the sample period. The median daily returns are zero, except for the RSS3 spot returns and SET50 index futures returns. The average returns are close to zero, ranging from -0.238% to 0.075%. Standard deviations, representing the volatility of daily mean returns, vary from 0.30% to 2.91%. Among the assets, USD futures exhibit the least volatility, whereas CBG stock futures display the highest volatility.

Return distributions are symmetric for most sample assets, with a skewness of -0.5 to 0.5. Five assets—spot RSS3, RSS3 futures, gold futures, GUNKUL stock futures, and STA stock futures—have a left-skewed distribution. In addition, the kurtosis of each asset's return is greater than three, indicating a leptokurtic distribution, a distribution with fatter tails than a normal distribution.

The last column of Table 2, the correlation coefficients between spot RSS3 and each futures contract. A consistently low positive correlation was observed, ranging from 0.0003 to 0.2914, indicating that their prices move in the same direction to each other. As expected, RSS3 futures and STA stock futures show the highest correlations with RSS3 spot returns. Only three contracts have low negative correlation with spot RSS3, namely USD, CBG and GUNKUL.

The Table 2 shows the distributions of sample daily return, calculated as $\ln(P_t) - \ln(P_{t-1})$, from January 1, 2007, to December 31, 2019. The number presented are maximum, minimum, median, mean, standard deviation, skewness, and kurtosis of sample returns, all expressed in percentage term. The total number of observations is provided, along with the correlation coefficient between spot RSS3 and each futures contract.

Table 2 Descriptive Statistics

	# Obs	Max	Min	Median	Mean	SD	Skew	Kurt	Corr
<u>Spot Asset:</u>									
S-RSS3	3718	19.67	-22.59	0.081	-0.015	1.83	-1.40	24.72	1.0000
<u>Futures Contracts:</u>									
RSS3	889	9.82	-21.87	0	-0.013	2.24	-1.64	19.26	0.2914
GOLD	2302	4.33	-11.75	0	0.008	0.86	-1.45	24.32	0.0418
USD	1853	1.65	-2.43	0	-0.003	0.30	-0.36	7.88	-0.0238
SET50	3718	11.46	-14.19	0.045	0.027	1.51	-0.27	11.08	0.0715
STA	2145	18.41	-36.89	0	-0.045	2.54	-1.47	28.86	0.1726
CBG	1036	30.81	-30.79	0	0.075	2.91	-0.11	28.48	-0.0105
CPF	2145	9.37	-10.86	0	0.005	1.90	0.17	5.94	0.0517
IVL	2145	12.34	-13.12	0	-0.019	2.46	0.02	5.47	0.0875
PTTGC	1657	9.57	-9.07	0	-0.016	1.76	0.05	5.44	0.0524
BANPU	2573	20.23	-23.02	0	-0.039	2.18	-0.38	17.91	0.0502
CKP	1036	8.41	-8.07	0	0.068	1.91	0.02	5.44	0.0044
GUNKUL	724	6.32	-16.56	0	-0.103	1.97	-1.75	15.70	-0.0013
IRPC	2145	9.50	-12.30	0	-0.238	1.95	-0.11	6.40	0.1000
PTG	724	9.44	-12.53	0	-0.092	2.66	-0.58	5.80	0.0003
PTT	2710	9.66	-9.77	0	0.043	1.72	0.16	6.65	0.0734
PTTEP	2710	12.88	-11.76	0	0.016	1.95	0.16	7.08	0.0632
TOP	2145	10.64	-9.52	0	-0.008	1.93	0.14	5.59	0.0822

4.2 Static Hedge Ratio

Using the OLS estimation of the minimum – variance hedge ratio, the findings in Table 3 indicate that RSS3D is the most effective instrument for hedging RSS3 spot price volatility. This aligns with the general suggestion that an appropriated hedging instrument is the one where the underlying asset exactly matches the asset being hedged (Hull, 2015). Using RSS3D futures as a hedging instrument, with an estimated hedge ratio of 0.2377, reduces the overall risk by 4.3413%. The standard deviation of returns decreases from 1.8287% to 1.7493% around the average returns, and the average returns improve. The average negative daily return decreases from -0.0460% to -0.0429%. However, this result is far from what is meant by a perfect hedge, as shown in Table 2 that RSS3 spot and futures prices are not perfectly correlated,

The Table 3 presents the results of the OLS estimation of the minimum - variance hedge ratio using data from the full sample period. The optimal hedge ratio is defined as the beta coefficient of the simple linear regression between spot and futures returns, $R_{S,t} = \alpha + \beta R_{F,t} + \varepsilon_t$. The average return and standard deviation of both the unhedged and hedged portfolios, as well as risk reduction, are expressed as

daily percentages. For an unhedged portfolio, the average return and standard deviation are calculated for the corresponding period, with futures contracts used for hedging. For a hedged portfolio, the average return is calculated as $R_{H,t} = \ln\left(\frac{S_t}{S_{t-1}}\right) - h_t^* \ln\left(\frac{F_t}{F_{t-1}}\right)$, and the standard deviation is calculated as the square root of variance, where $\sigma_{H,t}^2 = \sigma_{S,t}^2 + (h_t^*)^2 \sigma_{F,t}^2 + 2h_t^* \sigma_{SF,t}$. Finally, risk reduction is calculated as the percentage change in the standard deviation from the unhedged portfolio: $HE = \left(\frac{\sigma_U - \sigma_H}{\sigma_U}\right) \times 100$. Statistical significance at the 1% (***), 5% (**), and 10% (*) levels is reported for estimated hedged ratios.

Table 3 OLS Estimated Hedge Ratio and Hedging Effectiveness

Futures Contracts	Hedge Ratio	Unhedged Portfolio		Hedged Portfolio		Risk
		RSS3 Spot		RSS3 Spot + Futures		Reduction
		Avg Return (%)	SD	Avg Return (%)	SD	(%)
RSS3D	0.2377***	-0.0460	1.8287	-0.0429	1.7493	4.3413
GOLD	0.0886**	-0.0396	1.8205	-0.0403	1.8190	0.0875
USD	-0.1313*	-0.0471	1.6692	-0.0475	1.6687	0.0283
SET50	0.0867***	-0.0148	1.8319	-0.0171	1.8272	0.2556
STA	0.1153***	-0.0626	1.6969	-0.0575	1.6715	1.5001
CBG	-0.0066	-0.0052	1.8081	-0.0047	1.8080	0.0056
CPF	0.0460**	-0.0626	1.6969	-0.0629	1.6947	0.1335
IVL	0.0604***	-0.0626	1.6969	-0.0615	1.6904	0.3836
PTTGC	0.0505**	-0.0413	1.6924	-0.0405	1.6901	0.1376
BANPU	0.0411**	-0.0090	1.7838	-0.0074	1.7816	0.1260
CKP	0.0042	-0.0052	1.8081	-0.0055	1.8081	0.0010
GUNKUL	-0.0012	-0.1042	1.8348	-0.1043	1.8348	0.0001
IRPC	0.0870***	-0.0626	1.6969	-0.0606	1.6684	0.5012
PTG	0.0002	-0.1042	1.8348	-0.1042	1.8348	0.0000
PTT	0.0785***	-0.0034	1.8401	-0.0067	1.8352	0.2696
PTTEP	0.0595***	-0.0034	1.8401	-0.0043	1.8365	0.2000
TOP	0.0723***	-0.0626	1.6969	-0.0620	1.6912	0.3382

The STA stock futures contract is the second-best instrument for hedging the RSS3 spot price volatility. With an estimated hedge ratio of 0.1153, the overall risk is reduced by 1.5001%. The standard deviation of the return decreases from 1.6969% to 1.6715%, and the average return also improves, with the average negative daily return decreasing from -0.0626% to -0.0575%. The remaining contracts slightly decrease the volatility of the RSS3 spot price. Some of these, such as gold, USD, SET50, BANPU, CPF, IRPC, IVL, PTT, PTTEP, PTTGC, and TOP, can reduce the risk by less than 1%. Others, including CBG, CKP,

GUNKUL, and PTG, provided minimal help in risk reduction. Hedging with CBG, IVL, PTTGC, BANPU, IRPC, and TOP results in improved average returns.

4.3 Dynamic Hedge Ratio

Using the DCC-GARCH (1,1), the minimum – variance hedge ratio is allowed to change daily. The results in Table 4 are quite consistent with the results in the static case. RSS3D futures and STA stock futures are the first and second most effective instruments, respectively, for hedging RSS3 price risk. The overall risk can be reduced by 4.7750% and 1.3388% using RSS3D and STA futures contracts, respectively. Specifically, with RSS3D futures, the standard deviation decreases from 1.8287% for the unhedged portfolio to 1.7413% for the hedged portfolio. With STA stock futures, the standard deviation decreases from 1.6969% for the unhedged portfolio to .6742% for the hedged portfolio. Other contracts that help in reducing the overall price risk of RSS3, though only slightly by less than 1%, include CBG, CKP, GUNKUL, IRPC, IVL, PTG, PTT, PTTEP, PTTGC, TOP, gold, USD, and SET50 futures. However, CPF and BANPU futures slightly increase the volatility and returns of the hedged portfolio. For most of these contracts, that is, CBG, GUNKUL, IRPC, IVL, PTG, PTTEP, PTTGC, RSS3D, STA, not only is the risk decreased, but the average return also increases.

The Table 4 presents the results of the DCC-GARCH (1,1) estimation of the minimum – variance hedge ratio. The dynamic conditional variance – covariance matrix is estimated using the DCC-GARCH (1,1) model. The optimal hedge ratio is then calculated as the ratio of covariance between spot and futures returns to the variance of futures returns: $h_t^* = \frac{\sigma_{SF,t}}{\sigma_F^2}$. The reported hedge ratio is the average of daily estimated hedge ratios. The average return and standard deviation of the unhedged and hedged portfolios as well as risk reduction are expressed in daily percentage terms. For an unhedged portfolio, the average return and standard deviation are calculated for the corresponding period, with futures contracts used for hedging. For a hedged portfolio, the average return is calculated as $R_{H,t} = \ln\left(\frac{S_t}{S_{t-1}}\right) - h_t^* \ln\left(\frac{F_t}{F_{t-1}}\right)$, and the standard deviation is calculated as the square root of variance: $\sigma_{H,t}^2 = \sigma_{S,t}^2 + (h_t^*)^2 \sigma_{F,t}^2 + 2h_t^* \sigma_{SF,t}$. Finally, risk reduction is calculated as the percentage change in the standard deviation from the unhedged portfolio: $HE = \left(\frac{\sigma_U - \sigma_H}{\sigma_U}\right) \times 100$.

Table 4 DCC GARCH (1,1) Estimated Hedge Ratio and Hedging Effectiveness

Futures Contracts	Hedge Ratio	Unhedged Portfolio		Hedged Portfolio		Risk
		RSS3 Spot		RSS3 Spot + Futures		Reduction
		Avg Return (%)	SD	Avg Return (%)	SD	(%)
RSS3D	0.2250	-0.0460	1.8287	-0.0256	1.7413	4.7750
GOLD	0.0797	-0.0396	1.8205	-0.0408	1.8192	0.0750
USD	-0.1129	-0.0471	1.6692	-0.0477	1.6689	0.0135
SET50	0.0823	-0.0148	1.8319	-0.0148	1.8286	0.1830
STA	0.1176	-0.0626	1.6969	-0.0526	1.6742	1.3388
CBG	-0.0080	-0.0052	1.8081	-0.0051	1.8073	0.0444
CPF	0.0410	-0.0626	1.6969	-0.0623	1.6970	-0.0048
IVL	0.0522	-0.0626	1.6969	-0.0608	1.6929	0.2394
PTTGC	0.0417	-0.0413	1.6924	-0.0394	1.6909	0.0908
BANPU	0.0394	-0.0090	1.7838	-0.0063	1.7867	-0.1588
CKP	0.0030	-0.0052	1.8081	-0.0055	1.8080	0.0047
GUNKUL	0.0019	-0.1042	1.8348	-0.1040	1.8346	0.0076
IRPC	0.0805	-0.0626	1.6969	-0.0592	1.6901	0.4039
PTG	0.0037	-0.1042	1.8348	-0.1037	1.8347	0.0041
PTT	0.0674	-0.0034	1.8401	-0.0067	1.8385	0.0860
PTTEP	0.0521	-0.0034	1.8401	-0.0024	1.8370	0.1860
TOP	0.0617	-0.0626	1.6969	-0.0626	1.6913	0.3349

5. Conclusions

This study uses the daily settlement prices of highly liquid futures contracts traded on the TFEX from the establishment of the contract to 2019 to identify the most effective futures contracts for hedging fluctuations in RSS3 spot prices. The results for the static hedge ratio reveal that RSS3D and STA stock futures are the most effective tools for hedging RSS3 price volatility. They not only decrease volatility, but also increase the average return of the hedged position compared to the unhedged position. Consistent results were found in the case of the dynamic hedge ratio. RSS3D and STA stock futures are the most effective tools.

The results from both static and dynamic cases are consistent with (Hull, 2015), suggesting that, to minimize basis risk in hedging, the price of the asset underlying the futures contract should be closely related to the price of the asset that needs to be hedged. Additionally, they support findings in the literature, such as Ali et al. (2020), Belousova and Dorfleitner (2012), Bessler and Wolff (2015), Chunhachinda et al. (2019), Nguyen et al. (2020), and Satyanarayan and Varangis (1996), regarding the ability of equity futures contracts as a hedging instrument for commodity portfolios. This study provides evidence from emerging markets, in which futures exchanges are still in the developing stage, offering a limited variety of contract choices. Finally,

the results show that the effectiveness of a hedging instrument depends on the model used to estimate the hedge ratio. For RSS3D futures, the hedge ratio estimated from the DCC-GARCH (1,1) model leads to a higher risk reduction than the hedge ratio estimated from the OLS method. Conversely, for STA stock futures, the opposite result is found, where the hedge ratio estimated from the OLS method leads to a higher risk reduction than the hedge ratio estimated from the DCC-GARCH (1,1) model. This finding aligns with (Chotinuchittrakul & Boonvorachote, 2013), who find that OLS estimated hedge ratios can more effectively reduce the risk of an unhedged position than GARCH (1,1) estimated hedge ratios.

As the estimated optimal hedge ratio is very low, it might be difficult for hedgers with relatively small positions in the spot rubber market to hedge their positions using TFEX-listed futures contracts. Notably, the contract size of the RSS3D futures is 5,000 kg. With an average DCC-GARCH (1,1) estimated optimal hedge ratio of 0.2250, a hedger would need approximately 22,222 kg in the RSS3 cash position for each RSS3D futures contract. To promote liquidity and effective price discovery in the futures market, the TFEX might consider increasing participation from individuals or entities who need to hedge their small positions in the rubber cash market by introducing smaller RSS3D futures.

References

- Akhtaruzzaman, M., Boubaker, S., & Sensoy, A. (2021). Financial contagion during COVID-19 crisis. *Finance Research Letters*, 38(January), 101604.
- Ali, S., Bouri, E., Czudaj, R. L., & Shahzad, S. J. H. (2020). Revisiting the valuable roles of commodities for international stock markets. *Resources Policy*, 66(June), 101603.
- Andersen, T. G., Davis, R. A., Kreiß, J.-P., & Mikosch, T. V. (2009). *Handbook of Financial Time Series*. Berlin : Springer.
- Belousova, J., & Dorfleitner, G. (2012). On the Diversification Benefits of Commodities from the perspective of Euro Investors. *Journal of Banking & Finance*, 36(9), 2455-2472.
- Bessler, W., & Wolff, D. (2015). Do Commodities Add Value in Multi-Asset Portfolios? An Out-of-Sample Analysis for Different Investment Strategies. *Journal of Banking & Finance*, 60, 1-20.
- Brooks, C. (2014). *Introductory Econometrics for Finance* (3 ed.). Cambridge : Cambridge University Press.
- Butterworth, D., & Holmes, P. (2001). The Hedging Effectiveness of Stock Index Futures: Evidence for the FTSE-100 and FTSE-Mid250 Indexes Traded in the UK. *Applied Financial Economics*, 11(1), 57-68.
- Buyukkara, G., Kucukozmen, C. C., & Uysal, E. T. (2022). Optimal hedge ratios and hedging effectiveness: An analysis of the Turkish futures market. *Borsa Istanbul Review*, 22(1), 92-102.
- Cecchetti, S. G., Cumby, R. E., & Figlewski, S. (1988). Estimation of the Optimal Futures Hedge. *The Review of Economics and Statistics*, 70(4), 623 -630.
- Chen, S.-S., Lee, C.-f., & Shrestha, K. (2003). Futures hedge ratios: a review. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 43, 433-465.

- Chotinuchittrakul, V., & Boonvorachote, T. (2013). Optimal Hedge Ratio Estimations and Hedging Effectiveness: A Case Study of Thailand's Commodity Futures Exchange. *Thai Journal of Operations Research*, 1(1), 16 - 24.
- Chunhachinda, P., de Boyrie, M. E., & Pavlova, I. (2019). Measuring the hedging effectiveness of commodities. *Finance Research Letters*, 30, 201 - 207.
- Cuny, C. J. (1993). The Role of Liquidity in Futures Market Innovations. *The Review of Financial Studies*, 6(1), 57-78.
- Eaker, M. R., & Grant, D. M. (1987). Cross-Hedging Foreign Currency Risk. *Journal of International Money and Finance*, 6(1), 85-105.
- Ederington, L. H. (1979). The Hedging Performance of the New Futures Markets. *The Journal of Finance*, 34(1), 157-170.
- Engle, R. (2002). Dynamic Conditional Correlation: A Simple Class of Multivariate Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity Models. *Journal of Business & Economic Statistics*, 20(3), 339 - 350.
- Felix, S. B., Tuyon, J., Matahir, H., & Ghazali, M. F. (2023). Hedging the Oil Price Risk Factor on Airline Stock Returns in the Asia-Pacific: A Test of Effective Hedging Instruments. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 17(2), 122-146.
- He, Q., Liu, J., & Yu, J. (2020). The impact of COVID-19 on stock markets. *Economic and Political Studies*, 8(3), 275 - 288.
- Herbst, A. F., Kare, D. D., & Caples, S. C. (1989). Hedging Effectiveness and Minimum Risk Hedge Ratios in the Presence of Autocorrelation: Foreign Currency Futures. *Journal of Futures Markets*, 9(3), 185 - 197.
- Herbst, A. F., Kare, D. D., & Marshall, J. F. (1993). A Time Varying Convergence Adjusted Hedge Ratio Model. *Advance in Futures and Options Research*, 6, 137 - 155.
- Howard, C. T., & D'Antonio, L. J. (1984). A Risk-Return Measure of Hedging Effectiveness. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 19(1), 101-112.
- Howard, C. T., & D'Antonio, L. J. (1987). A Risk-Return Measure of Hedging Effectiveness: A Reply. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 22(3), 377-381.
- Hsin, C. W., Kuo, J., & Lee, C. F. (1994). A new measure to compare the hedging effectiveness of foreign currency futures versus options. *The Journal of Futures Markets*, 14(6), 685-707.
- Hull, J. C. (2015). *Options, Futures, and Other Derivatives* (9 ed.). London : Pearson Education, Inc.
- In, F., & Kim, S. (2006). The Hedge Ratio and the Empirical Relationship between the Stock and Futures Markets: A New Approach Using Wavelet Analysis. *Journal of Business*, 79(2), 799-820.
- Jindal, N., & Gupta, R. K. (2022). The Impact of COVID-19 on Stock Market Returns & Volatility: A Study of Thailand and Indian Bourses. *Thailand and the World Economy*, 40(2), 145-167.

- Koulis, A., Kaimakamis, G., & Beneki, C. (2018). Hedging Effectiveness for International Index Futures Markets. *Economics and Business*, 32(1), 149-159.
- Kroner, K. F., & Sultan, J. (1993). Time-Varying Distributions and Dynamic Hedging with Foreign Currency Futures. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 28(4), 535-551.
- Lien, D., & Luo, X. (1994). Multiperiod Hedging in the Presence of Conditional Heteroskedasticity. *The Journal of Futures Markets*, 14(8), 927-955.
- Mensi, W., Shafiullah, M., Vo, X. V., & Kang, S. H. (2021). Volatility spillovers between strategic commodity futures and stock markets and portfolio implications: Evidence from developed and emerging economies. *Resources Policy*, 71(June), 102002.
- Moschini, G. C., & Myers, R. J. (2002). Testing for Constant Hedge Ratios in Commodity Markets: a Multivariate GARCH Approach. *Journal of Empirical Finance*, 9(5), 589-603.
- Myers, R. J., & Thompson, S. R. (1989). Generalized Optimal Hedge Ratio Estimation. *American Journal of Agricultural Economics*, 71(4), 858 - 868.
- Nguyen, D. K., Sensoy, A., Sousa, R. M., & Uddin, G. S. (2020). U.S. equity and commodity futures markets: Hedging or financialization? *Energy Economics*, 86(February), 104660.
- Okorie, D. I., & Lin, B. (2021). Stock markets and the COVID-19 fractal contagion effects. *Finance Research Letters*, 38(January), 101640.
- Rubber Authority of Thailand. (2019). *Central Market Daily Rubber Price*. Ministry of Agriculture and Cooperatives.
- Sanders, D. R., & Manfredo, M. R. (2004). Comparing Hedging Effectiveness: An Application of the Encompassing Principle. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 29(1), 31-44.
- Satyanarayan, S., & Varangis, P. (1996). Diversification Benefits of Commodity Assets in Global Portfolios. *The Journal of Investing*, 5(1), 69-78.
- Stock, J. H., & Watson, M. W. (2020). *Introduction to Econometrics* (4 ed.). London : Pearson Education.
- Tashjian, E. (1995). Optimal Futures Contract Design. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 35(2), 153 - 162.
- Thailand Futures Exchange. (2019). *Historical Trading Statistics by Series*. Thailand Futures Exchange. Retrived from <https://www.tfex.co.th/tfex/historicalMarketReport.html>
- Tiwari, A. K., Abakah, E. J. A., Karikari, N. K., & Gil-Alana, L. A. (2022). The outbreak of COVID-19 and stock market liquidity: Evidence from emerging and developed equity markets. *The North American Journal of Economics and Finance*, 62(November), 101735.
- Topcu, M., & Gulal, O. S. (2020). The impact of COVID-19 on emerging stock markets. *Finance Research Letters*, 36(October), 101691.
- Vo, D. H., Chi Minh Ho, & Dang, T. H.-N. (2022). Stock market volatility from the Covid-19 pandemic: New evidence from the Asia-Pacific region. *Heliyon*, 8(9), e10763.

- Yao, Z., & Wu, H. (2012). Financial Engineering Estimation of Minimum Risk Hedge Ratio. *Systems Engineering Procedia*, 3, 187 - 193.
- Zaremba, A., Aharon, D. Y., Demir, E., Kizys, R., & Zawadka, D. (2021). COVID-19, government policy responses, and stock market liquidity around the world: A note. *Research in International Business and Finance*, 56(April), 101359.
- Zhao, L., Rasoulinezhad, E., Sarker, T., & Taghizadeh-Hesary, F. (2023). Effects of COVID-19 on Global Financial Markets: Evidence from Qualitative Research for Developed and Developing Economies. *The European Journal of Development Research*, 35(1), 148 - 166.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน
ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Causal Factors Influencing the Competitive Advantage that Affect the Operations
of the Wholesale Business in Northeastern

ชูพงษ์ พันธุ์แดง^{*} ธินิดา บัณฑวรรณ² และนิตยา ไหวดี³

Chupong Pundang^{*} Theenida Buntornwon² and Nitaya Waidee³

Received : January 19, 2024 Revised : March 2, 2024 Accepted : March 29, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประชากรคือผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 77,204 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 384 ราย ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และใช้สถิติโมเดลสมการโครงสร้างวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุ ผลการวิจัย พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการองค์กร 2) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ 4) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า Chi-square=79.430, df=100, p=0.951, CMIN/DF=0.985, GFI=0.941, AGFI=0.973, CFI=1.000, RMSEA=0.023 และ SRMR=0.031 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.83 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การบริหารจัดการองค์กร ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลทางตรงมากที่สุด และปัจจัยด้านการบริหารจัดการองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง และสามารถนำผลการวิจัยที่ได้เป็นข้อมูลในการพิจารณาวางแผนพัฒนาองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

คำสำคัญ : การบริหารจัดการองค์กร ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ

^{*} อาจารย์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{*} Lecturer, Faculty of Social Sciences and Humanities, Northeastern University

^{2,3} อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{2,3} Lecturer, Faculty of Business Administration, Northeastern University

Corresponding author E-mail: chupong.pun@neu.ac.th

Abstract

The objective of this research was to develop and to validate the consistency of a causal operations of the wholesale business in Northeastern and to study the causal factors influencing the competitive advantage that affect the operations of the wholesale business in Northeastern. The population consists of 77,204 business wholesale in the Northeastern. The sample consisted of 384 by using multi-stage sampling technique. The instrument used in this research was questionnaire and structural equation model was used to analyze causal relationships to find the path to the causal influence of the variables consisting of 4 components were 1) Organization Management 2) Marketing Mix 3) Competitive Advantage and 4) Business Performance. The results of the research showed that the causal relationship model was developed in accordance with empirical data and considered by Chi-square=79.430, df=100, p=0.951, CMIN/DF=0.985, GFI=0.941, AGFI=0.973, CFI=1.000, RMSEA=0.023 and SRMR=0.031 The final was predictive coefficient of 0.83 The results of hypothesis testing showed that the confirmatory factors of the organization management, marketing mix and competitive advantage had positive influences on the business performance of wholesale business. The marketing mix factor has the most direct influence and organization management has the most indirect influence on operations of the wholesale business. and to be able to use the research results as the basis for planning, developing the key elements that affect the operations of the wholesale business in order to obtain the competitive advantage.

Keywords : Organization Management, Marketing Mix, Competitive Advantage, Business Performance

1. บทนำ

ในช่วงปัจจุบันที่ผ่านมา ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจค้าส่งมีความท้าทายและมีแนวโน้มที่แตกต่างจากอดีต ด้วยเหตุผลจากการเปลี่ยนแปลงด้านการผลิต การค้าปลีก การจัดส่งที่เกิดปัญหา และต้องเผชิญกับการแข่งขันแรงกดดันจากผู้ผลิตที่พยายามเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้มีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตและตัวแทนจัดจำหน่ายโดยตรง ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าส่งในช่วงเวลาที่ผ่านมาต้องปรับโมเดลธุรกิจจากเดิมที่ผู้ค้าส่งเน้นขายไปยังธุรกิจด้วยกัน นอกจากนี้ธุรกิจค้าส่งต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงจากรูปแบบการค้าส่งและการค้าปลีกแบบใหม่ที่เกิดจากร้านค้าปลีกที่เน้นจำหน่ายสินค้าราคาถูก ทำให้ร้านค้าปลีกเหล่านี้มีแนวโน้มการเติบโตมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อร้านค้าส่งแบบเดิมลดจำนวนลงอย่างมากแต่ผู้ค้าส่งยังคงต้องมีการตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจเพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจค้าส่งให้เกิดความยั่งยืนในอนาคตผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งต้องใช้ความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการเพื่อใช้เป็นตัวชี้วัดถึงความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการจ้างงานทั้งพนักงานและเจ้าของธุรกิจ (สิริน พุทธิสม, 2564) การเผชิญสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ธุรกิจค้าปลีกได้รับผลกระทบในวงกว้างอีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคมีความตื่นตระหนกและระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้นจึงหันไปใช้วิธีสั่งซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่ใช้ช่องทางการขายผ่านหน้าร้านเพียงช่องทางเดียวอาจต้องปรับตัวผสมผสานการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคทั้งช่องทางการขายหน้าร้านและออนไลน์และหากต้องการให้ธุรกิจอยู่รอดและเพิ่มความยั่งยืนธุรกิจจำเป็นต้องเพิ่มความแข็งแกร่งในด้านอื่นไปด้วยโดยการสร้างแบรนด์ การพัฒนาสินค้าและบริการ การคำนึงถึงจุดคุ้มทุน และในขณะเดียวกันมาตรฐาน

กระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐยังคงมีความสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกด้วยดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจระยะยาว ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจำเป็นต้องเร่งปรับธุรกิจให้สอดคล้องกับกระแสโลกที่เปลี่ยนไปตามชีวิตวิถีใหม่ โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนไปสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัลที่นับวันจะมีบทบาทมากขึ้นทั้งด้านการผลิต การบริการ การขายและการชำระเงิน ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มใหม่และสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ (พรรณรัตน์ บุญกว้าง และคณะ, 2564)

ผู้ประกอบการรายใหม่อาจมีความสนใจในธุรกิจการค้าส่ง (Wholesale) ที่กำลังเติบโตในยุคดิจิทัล ซึ่งธุรกิจค้าส่งเป็นการดำเนินกิจการเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค รวมถึงบริการต่าง ๆ ให้แก่ผู้ค้าปลีก (Retailer) ที่มีจุดประสงค์เพื่อนำสินค้าไปขายต่อให้กับผู้บริโภค ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก ธุรกิจการค้าส่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) ผู้ค้าส่งอิสระ ซึ่งผู้ประกอบการทั่วไปที่ดำเนินธุรกิจค้าส่ง โดยอาจเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์หรือได้ผูกสัญญากับผู้ผลิตสินค้า สามารถต่อรองซื้อสินค้าโดยตรงจากโรงงานมาขายต่อให้กับผู้ประกอบการค้าปลีกได้ในราคาถูก โดยเน้นปริมาณการขายจำนวนมาก 2) ผู้ผลิตเป็นตัวแทนจำหน่าย โดยส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าบางรายที่มีกำลังและงบประมาณมากพอ อาจจะสร้างสาขาขายส่งของตนเอง เพื่อที่จะจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง ไม่จำเป็นต้องพึ่งธุรกิจค้าส่ง 3) ตัวแทนจำหน่ายร้านค้าส่ง คือ ตัวแทนจำหน่ายร้านค้าส่งจะทำหน้าที่นำลูกค้า (ผู้ค้าปลีก) และผู้ขาย (ธุรกิจค้าส่ง) มาพบกันหรือเป็นผู้เจรจาให้เกิดการซื้อขายสินค้า รวมถึงเป็นผู้ดำเนินการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ตามข้อตกลง ที่ และจากการสำรวจสำมะโนธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2566 และข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า จำนวนธุรกิจการค้าประเภทค้าส่ง ณ ปี พ.ศ. 2565 ในประเทศไทยอยู่ที่ 422,050 ราย เทียบกับปี พ.ศ. 2564 มีจำนวน 392,926 ราย โดยเพิ่มขึ้น 29,124 ราย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.41 และในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี พ.ศ. 2565 มีธุรกิจการค้าประเภทค้าส่ง จำนวน 77,204 ราย เทียบกับปี พ.ศ. 2564 มีจำนวน 73,405 ราย เพิ่มขึ้น 3,799 ราย หรือเพิ่มคิดร้อยละ 5.18 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) จากการเพิ่มขึ้นของธุรกิจค้าส่งทั้งในประเทศและในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจค้าส่งมีส่วนสำคัญในนำส่งสินค้าไปถึงกลุ่มผู้บริโภค และเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2567) จึงทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจสูง รูปแบบการประกอบธุรกิจค้าส่งที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า การมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้ (1) เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่ง สามารถนำผลการวิจัยที่ได้เป็นข้อมูลในการพิจารณาวางแผนพัฒนาองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง เพื่อนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การบริหารจัดการองค์กร ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนี้

1. ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร (Operation Efficiency) เป็นการบริหารจัดการภายในองค์กรธุรกิจ โดยมีการวัดประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจจากความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ผู้วิจัยใช้แนวคิดการบริหารจัดการภายในองค์กรของ 7s McKinsey (Ashu, 2013) ประกอบด้วย

1.1 กลยุทธ์ (Strategy) คือ หลักการในการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่เป็นกระบวนการ ซึ่งเป็นแนวทางเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรของธุรกิจ ที่กำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมและมีทรัพยากรเพียงพอ ย่อมทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

1.2 โครงสร้าง (Structure) คือ แนวทางที่ได้จัดตั้งขึ้นตามกระบวนการ โดยมีการจัดแบ่งการทำงานออกเป็นกลุ่มงานหรือฝ่ายงาน มีการกำหนดด้านความสัมพันธ์และอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานไว้อย่างชัดเจน องค์กรธุรกิจที่มีโครงสร้างไม่สลับซับซ้อน จะทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากบนลงล่างอย่างรวดเร็ว

1.3 ระบบการทำงาน (System) คือ การปฏิบัติงานตามแนวทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ นอกจากการจัดโครงสร้างที่เหมาะสมและมีแนวทางที่ดีแล้ว การดำเนินงานจะต้องที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมุ่งสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ด้วยกันอย่างเป็นระบบ จึงทำให้งานบรรลุเป้าหมายได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

1.4 บุคลากร (Staff) คือ ทรัพยากรมนุษย์ที่ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินงานของธุรกิจ จะบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ บุคลากรต้องมีความสามารถ และภักดีต่อธุรกิจ ดังนั้นระบบการบริหารจัดการบุคลากรต้องมีคุณภาพ รวมถึงการเอาใจใส่ต่อบุคลากรพร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญมากขึ้น

1.5 ทักษะ (Skill) คือ ทักษะในการปฏิบัติงานของทรัพยากรบุคคลในธุรกิจ สามารถแยกทักษะออกเป็นสองด้าน คือ ทักษะด้านงานอาชีพที่เป็นทักษะที่จะทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ได้ และทักษะความถนัดหรือความชำนาญเฉพาะ ธุรกิจที่มีทักษะด้านใดด้านหนึ่งเหนือกว่าผู้อื่นย่อมประสบความสำเร็จ

1.6 รูปแบบการบริหาร (Style) คือ พฤติกรรมของผู้บริหารในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และความน่าเชื่อถือของบุคลากร จะมีผลต่อขวัญกำลังใจของพนักงาน แบบแผนในการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นสิ่งที่สำคัญของสภาพแวดล้อมภายในธุรกิจและความเป็นผู้นำจะมีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ

1.7 ค่านิยมและบรรทัดฐาน (Shared Values) คือ ความรู้สึกร่วมหรือความต้องการของคนส่วนใหญ่ในองค์กรธุรกิจที่ยึดถือร่วมกัน โดยทุกคนในธุรกิจได้กลายเป็นรากฐานของระบบการบริหาร ซึ่งทัศนคติที่มีต่อองค์กรหรืออาจเรียกว่าวัฒนธรรมองค์กร คือ ความเชื่อที่สร้างฐานทางปรัชญาเพื่อทิศทางขององค์กรธุรกิจ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาการบริหารจัดการองค์กร โดยวัดจากประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์ทางธุรกิจ โครงสร้างของธุรกิจ ระบบในการทำงาน พนักงานหรือบุคลากร ทักษะในการปฏิบัติงาน รูปแบบการบริหารจัดการ และค่านิยมและบรรทัดฐาน

2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาด ธุรกิจที่สร้างส่วนประสมทางการตลาดบริการได้อย่างเหมาะสมจะทำให้ได้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิด ของ Kotler และ Keller (2016) ประกอบด้วย

2.1 ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (Product) คือ สิ่งที่น่าเสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าและทำให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนออาจจะมีตัวตนหรือไม่มิตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล โดยพิจารณาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

2.2 ราคา (Price) คือ การกำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูง การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ โดยปกติธุรกิจไม่ควรตั้งราคาตามชอบใจ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสภาวะของการมีคู่แข่งกัน หากตั้งราคาไว้สูงกว่าคู่แข่งมากแต่คุณภาพไม่ได้สูงกว่าคู่แข่งย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป

2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ผู้ผลิตจะต้องผลิตสินค้าประเภทที่ดีเพียงใดก็ตาม สินค้าชิ้นคงใช้ประโยชน์ได้ในกลุ่มผู้บริโภคจำนวนน้อยเท่านั้น ถ้าเป็นผู้ผลิตแล้วไม่ทราบว่าสินค้าที่ผลิตขึ้นมาแล้วจะนำไปขายที่ไหน การจัดจำหน่ายจึงเป็นการศึกษาถึงกิจกรรมที่สร้างอรรถประโยชน์เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายได้

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ กระบวนการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติที่ดีและเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย หรือเครื่องมือการติดต่อสื่อสารแบบประสมประสานตามความเหมาะสม

2.5 พนักงาน (People) คือ บุคลากรทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการ ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่ เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ เจ้าของและผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบาย อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับ

2.6 กระบวนการให้บริการ (Process) คือ ขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้ารวดเร็วและประทับใจ ในการผลิตต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติงานในเรื่องกระบวนการให้บริการต้องการประสานงานระหว่างงานของตลาดกับงานของการผลิตและนำเสนอบริการ

2.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) หมายถึง สิ่งที่ทำให้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจับต้องได้อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติการและส่งมอบบริการ เช่น เครื่องแบบของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ให้บริการหรือสิ่งที่มีผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้งานทางกายภาพ

ดังนั้นผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีส่วนสำคัญในต่อธุรกิจค้าส่ง ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานหรือบุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพของธุรกิจ

3. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง การสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ต้องอาศัยกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิด ของ Porter (1980) ประกอบด้วย

3.1 กลยุทธ์ความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน หมายถึง การใช้ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการต่ำกว่าคู่แข่ง สร้างความได้เปรียบโดยจากการขายสินค้าและบริการในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง และมีมาตรฐานเทียบกับคู่แข่ง ด้วยปัจจัยการบริหารจัดการ ได้แก่ การประหยัดจากขนาด ประสิทธิภาพจากความเชี่ยวชาญในการผลิต และปัจจัยในการผลิตที่มีราคาถูกต้นทุนต่ำ เป็นต้น

3.2 กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง หมายถึง การทำให้สินค้าและบริการไม่เหมือนคู่แข่ง มีความพิเศษ มีคุณค่า ด้วยการทำวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค และต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองต่อสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการได้ ได้แก่ รูปลักษณ์ของสินค้า ภาพลักษณ์ที่ดี บริการหลังการขาย การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีสินค้าหลายชนิดในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ เป็นต้น

3.3 กลยุทธ์ที่เน้นกลุ่มลูกค้า หมายถึง การผลิตสินค้าและบริการเพื่อมุ่งเน้นการสนองตอบความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยการแบ่งส่วนการตลาดตามพื้นที่ ได้แก่ รายได้ อายุ ความชอบ รสนิยม รวมถึงความต้องการ

พิเศษ โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าต้องมีขนาดใหญ่ ตลาดมีศักยภาพสามารถเติบโตได้ บริษัทมีทรัพยากรและสมรรถนะที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นต้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษากลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ประกอบด้วย เป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้า

4. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Kaplan และ Norton (1996) เป็นการวัดดัชนีความสำเร็จแบบสมดุล (Balance Scorecard : BSC) ในการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ ประกอบด้วย

4.1 มุมมองการดำเนินงานด้านการเงิน หมายถึง ตัวชี้วัดด้านการเงิน เช่น การเติบโตของรายได้ ความสามารถในการทำกำไร การลดลงของต้นทุนต่อหน่วยผลิต และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

4.2 มุมมองการดำเนินงานด้านลูกค้า หมายถึง ตัวชี้วัดด้านลูกค้า เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การเพิ่มลูกค้า การรักษาลูกค้า ส่วนแบ่งการตลาด และความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้า เป็นต้น

4.3 มุมมองการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน หมายถึง กระบวนการที่สำคัญจะส่งมอบคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และสนองความพึงพอใจของลูกค้า ตัวชี้วัดด้านกระบวนการภายใน เช่น คุณภาพ การผลิต การจัดส่ง การบริการ และต้นทุน เป็นต้น

4.4 มุมมองการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต หมายถึง การเรียนรู้และพัฒนาของพนักงานในองค์กร ส่งผลต่อกระบวนการทำงานภายในองค์กร ทำให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ มีการพัฒนาขีดความสามารถของการเรียนรู้ ทำให้การทำงานในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยการวัดดัชนีความสำเร็จแบบสมดุล ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้ และการเจริญเติบโตของธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Shelke, Sjdhu และ Parab (2018) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการและพัฒนาองค์กร ของ McKinsey 7-S Framework พบว่า โครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบ ทักษะ สไตล์ พนักงาน และค่านิยมที่ใช้ร่วมกัน จะให้องค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องสอดคล้องและเสริมกำลังซึ่งกันและกัน และต้องคำนึงถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในแต่ละด้าน

ชลิดา ลิ้นจี่ (2563) ได้ศึกษา การจัดการที่มีผลกระทบต่อกระบวนการบริหารงานที่มีคุณภาพของธุรกิจ SME พบว่า กลยุทธ์การจัดการโดยใช้ 7s McKinsey ส่งผลต่อการบริหารงานของธุรกิจ และมีความสัมพันธ์สอดคล้องกันจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาธุรกิจ องค์กรจะมีรายได้ และลูกค้าเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

กรณิการ์ สิทธิชัย (2561) ได้ศึกษา การจัดการองค์กรตามแนวคิด 7s ของ McKinsey ที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม พบว่า การจัดการองค์กรตามแนวคิด 7s ของ McKinsey ที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมของบริษัทเอกชน มีการจัดการในด้านกลยุทธ์ที่เน้นให้ทุกคนในองค์กรตระหนักว่านวัตกรรมเป็นสิ่งที่จับต้องได้และเกิดขึ้นได้จริง และขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม จะทำให้บริษัทมีความโดดเด่นในการดำเนินงาน ด้วยการนำระบบเทคโนโลยีและใช้ระบบสารสนเทศมาเพิ่มประสิทธิภาพ จะทำให้องค์กรเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

Aboelmaged (2018) ได้ศึกษา กลยุทธ์ทางการตลาดสามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดและมีอำนาจในการแข่งขัน จากการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจในปัจจุบันที่มีมากขึ้น พบว่า ผู้ประกอบการที่นำส่วนประสมทางการตลาดบริการมาตอบสนองลูกค้า ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา การส่งเสริมการขาย ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า คน และกระบวนการในการให้บริการลูกค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ส่งผลต่อองค์กรและความสำเร็จ จึงจำเป็นต้องปรับกระบวนการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกันผ่านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

Setiawan et al. (2022) ได้ศึกษา การแข่งขันทางการตลาดในยุคที่มีการระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดปัญหาและความซับซ้อนในการบริหารจัดการการตลาดของธุรกิจ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่นำมาใช้จะมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูง บริษัทควรกำหนดเป้าหมายตามพฤติกรรมหรือการกำหนดเป้าหมายแบบเจาะจง ซึ่งจะเน้นความสำคัญกับกิจกรรมที่ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย โดยการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการจะสามารถตรวจสอบการแข่งขันของธุรกิจในตลาดได้

ชนิษฐา เศษคิมบง และคณะ (2565) ได้ศึกษา รูปแบบความสำเร็จการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs อยู่ในระดับสูง ศักยภาพผู้ประกอบการและความสามารถในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs

นิตยา สุภาภรณ์ (2564) ได้ศึกษา ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ในด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ด้านการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและการให้บริการ รวมถึงด้านการมุ่งตลาดที่เน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะส่วน ซึ่งเป็นการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากขึ้น และสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

ปิยะดา ทองศรี และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2566) ได้ศึกษา การรักษาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ พบว่า กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายให้ชัดเจนและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และควรสร้างบรรยากาศให้เกิดความประทับใจในการมาใช้บริการ มีความแตกต่างและโดดเด่น

ฐิตินันท์ ชาริบุตร และ ธัญนันท์ บุญอยู่ (2564) ได้ศึกษา ตัวแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ พบว่า การที่ผู้ประกอบการที่กล้าเผชิญกับความเสี่ยงและมีการดำเนินธุรกิจเชิงรุก จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่างของธุรกิจและความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า จะทำให้ธุรกิจได้เปรียบทางการแข่งขัน และยังมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 (H1) : การบริหารจัดการองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

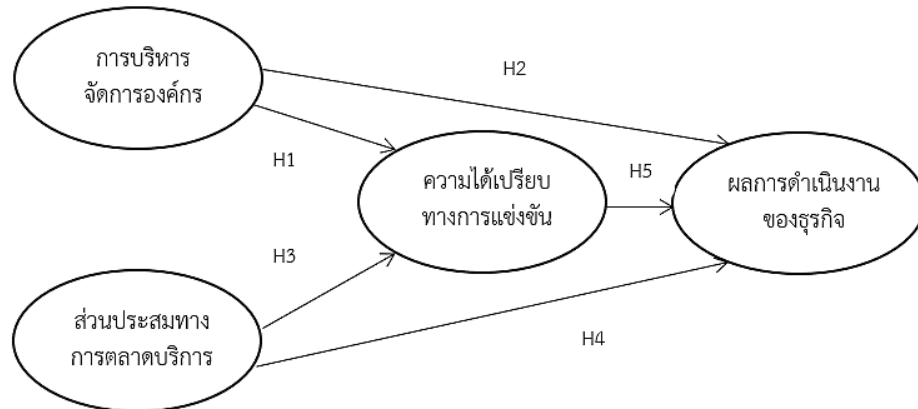
สมมติฐานที่ 2 (H2) : การบริหารจัดการองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมติฐานที่ 3 (H3) : ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สมมติฐานที่ 4 (H4) : ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมติฐานที่ 5 (H5) : ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

รูปภาพประกอบ 1
โมเดลสมมติฐานปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 77,204 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้ให้ข้อมูลที่ดี ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแทนของธุรกิจค้าส่งที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การกำหนดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ พิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปร และทดสอบความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร ควรกำหนดตัวอย่างประมาณ 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2562) ได้มาด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การกำหนดจำนวนประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขั้นที่ 2 การเลือกตัวแทนของธุรกิจค้าส่ง ที่มีการแบ่งขนาดตามหลักการการแบ่งกลุ่มของธุรกิจ SMEs ตามการจำแนกกิจการของธุรกิจการค้า ประกอบด้วย ค้าส่งและค้าปลีก ผู้วิจัยจึงเลือกตัวแทนกลุ่มตัวอย่างจากธุรกิจการค้า ประเภทค้าส่ง ขั้นที่ 3 การแบ่งกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจค้าส่ง ตามการจัดสรรแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) ของแต่ละจังหวัด โดยแสดงใน ตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเชิงเหินือ แบ่งตามการจัดสรรแบบสัดส่วน (Proportional Allocation)

จังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
1. กาฬสินธุ์	4,259	22	5.52
2. ขอนแก่น	7,876	40	10.21
3. ชัยภูมิ	4,365	22	5.66
4. นครพนม	2,152	11	2.79
5. นครราชสีมา	7,535	38	9.77
6. บึงกาฬ	1,438	7	1.86
7. บุรีรัมย์	4,677	24	6.06
8. มหาสารคาม	3,624	18	4.70
9. มุกดาหาร	1,731	9	2.24
10. ยโสธร	2,038	10	2.64
11. ร้อยเอ็ด	5,221	26	6.77
12. เลย	2,098	11	2.72
13. สกลนคร	3,395	17	4.40
14. สุรินทร์	4,905	25	6.36
15. ศรีสะเกษ	4,152	21	5.38
16. หนองคาย	1,930	10	2.50
17. หนองบัวลำภู	1,586	8	2.06
18. อุตรธานี	5,888	30	7.63
19. อุบลราชธานี	6,907	35	8.95
20. อำนาจเจริญ	1,4,27	7	1.85
รวม	77,204	384	100.00

และขั้นที่ 4 เป็นการเลือกตัวแทนของธุรกิจค้าส่ง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และทำการเลือกตัวอย่างแต่ละหน่วยในประชากรที่มีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน เป็นแบบช่วง ๆ ช่วงละ 5 ตัวอย่าง จากผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่ง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

3.2 การวัดคุณภาพลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 สถานภาพปัจจุบันในการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง เป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 Rating Scales)

ประกอบด้วย 1) การบริหารจัดการองค์กร จำนวน 25 ข้อ 2) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำนวน 25 ข้อ 3) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 14 ข้อ และ 4) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ จำนวน 17 ข้อ

3.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพของเครื่องมือวัด

การหาคุณภาพเครื่องมือโดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ แล้วนำคะแนนไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องรวมทั้งฉบับเป็น 0.92 ซึ่งมีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ($IOC > 0.50$) แสดงว่า ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามมีความสอดคล้องตรงตามเนื้อหา และมีความเหมาะสม (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2555) จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ข้อคำถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.955 และเมื่อจำแนกเป็นรายตัวแปรแฝง พบว่า การบริหารจัดการองค์กร 0.96 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 0.97 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน 0.96 และผลการดำเนินงานของธุรกิจ 0.96 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความน่าเชื่อถือ 0.80 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออก เฉียงเหนือ โดยการลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ในช่วงเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 384 คน และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอข้อมูลเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สถิติเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทาง อิทธิพลของตัวแปร และขนาดของอิทธิพล โดยผู้วิจัยอ้างอิงจากแนวคิดและทฤษฎีเพื่อการทดสอบความสอดคล้อง กลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติ CMIN/DF มีค่าน้อยกว่า 3.00 ค่า GFI, AGFI, CFI มีค่ามากกว่า 0.90 และค่า RMSEA และ SRMR มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลสมการโครงสร้าง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

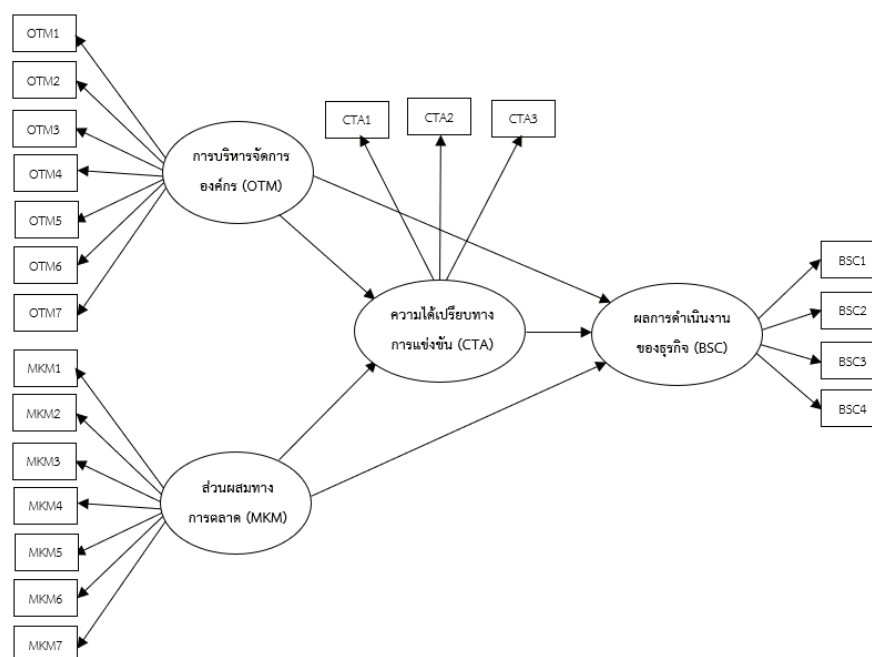
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 384 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 89.83 อายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 55.21 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.53 ประสบการณ์ในการทำงานอยู่ในช่วง 11-15 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.26 เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.17 สถานภาพปัจจุบันในการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งมี ลักษณะธุรกิจค้าส่งประเภทพ่อค้าส่ง จำนวน 245 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 63.02 จำนวนเงินทุนจดทะเบียนอยู่ในช่วง 10,000,001 – 50,000,000 บาท จำนวน 179 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.61 จำนวนพนักงานอยู่ในช่วง 26-50 คน จำนวน 175 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 45.57 มีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในช่วง 2,001 – 5,000 ราย จำนวน 186 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 48.44 และระยะเวลาการดำเนินธุรกิจนับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งอยู่ในช่วง 11-15 ปี จำนวน 152 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.58

4.2 ผลการพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.2.1 ผลการพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 ตัวแปร จำแนกเป็นตัวแปรแฝงภายนอก 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการองค์กร และ 2) ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ และจำแนกตัวแปรแฝงภายใน 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ 2) ด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นหลักการในการสร้างและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังรูปภาพประกอบ 2

รูปภาพประกอบ 2
โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



4.2.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องและกลมกลืนของโมเดลสัมพัทธ์เชิงสาเหตุการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
Chi-square	$P \geq 0.05$	0.951	ผ่านเกณฑ์
CMIN/DF	≤ 3.00	0.985	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.941	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.973	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	1.000	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.023	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	0.031	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 2 โดยการใช้แนวคิดและทฤษฎีเพื่อการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติ CMIN/DF มีค่าน้อยกว่า 3.00 ค่า GFI, AGFI, CFI มีค่ามากกว่า 0.90 และค่า RMSEA และ SRMR มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลสมการโครงสร้าง (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2562) พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.951$; ≥ 0.05) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และเมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัวได้แก่ GFI = 0.941, AGFI = 0.973, CFI = 1.000 ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี RMSEA = 0.023 และ SRMR = 0.031 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ดัชนี CMIN/DF มีค่าเท่ากับ 0.985 ซึ่งเข้าใกล้ 1 และมีค่าน้อยกว่า 3.00 ด้วย จึงสรุปได้ว่า โมเดลสัมพัทธ์เชิงสาเหตุการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.3 ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.3.1 ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า การบริหารจัดการองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.15 ประกอบด้วย ด้านกลยุทธ์องค์กรอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.18 ด้านโครงสร้างองค์กรอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านระบบปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.20 ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านทักษะความรู้ความสามารถอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านรูปแบบการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.14 และด้านค่านิยมร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.20

ส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.18 ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.20 ด้านราคาในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านพนักงานอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.13 ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.25

ความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.17 ประกอบด้วย ด้านผู้นำด้านต้นทุนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านการสร้าง ความแตกต่างอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.19 และด้านการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.15

และผลการดำเนินงานของธุรกิจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.13 ประกอบด้วย ด้านผลการดำเนินงานด้านการเงินอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายในอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.17 และด้านผลการดำเนินงานด้านเรียนรู้และการเจริญเติบโตอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08

แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องสมมติฐานที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตาราง 3

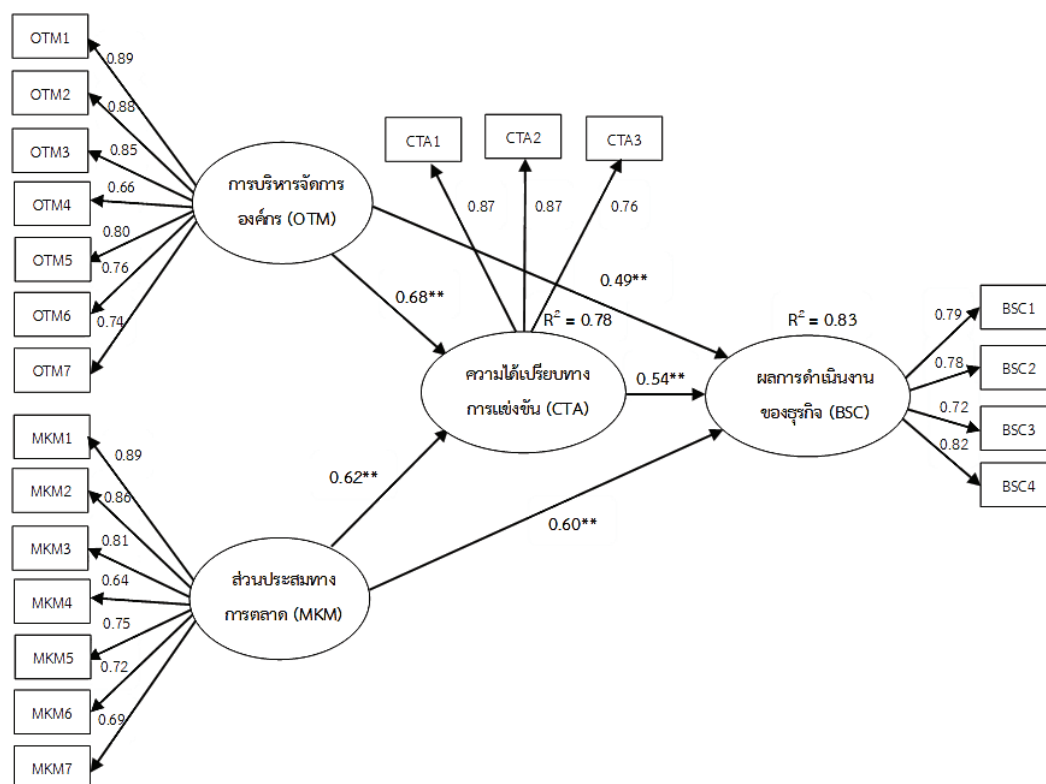
ตาราง 3 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องสมมติฐานที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	(H1): การบริหารจัดการองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2	(H2): การบริหารจัดการองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3	(H3): ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
4	(H4): ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5	(H5): ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ	สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากตาราง 3 พบว่า สมมติฐานที่ 1,2,3,4 และ 5 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังรูปภาพประกอบ 3

รูปภาพประกอบ 3

ค่าสถิติจากโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ



Chi-square=79.430, df=100, p=.951

CMIN/DF=.985, GFI=.941, AGFI=.973, CFI=1.000, RMSEA=.023, SRMR=.031

หมายเหตุ: ** $p \leq 0.05$

จากรูปภาพประกอบ 3 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉิยงเหนือได้รับอิทธิพลทางบวกจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการองค์กร ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ขนาดของอิทธิพลเท่ากับ 0.49, 0.60 และ 0.54 ตามลำดับ ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้รับอิทธิพลทางบวกจากปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.68 และ 0.62 ตามลำดับ

4.3.2 ผลค่าอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ในโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง ในภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ ดังตาราง 4

ตาราง 4 แสดงค่าอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ในโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปรแฝงภายนอก	ตัวแปรแฝงภายใน					
	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน			ผลการดำเนินงานของธุรกิจ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การบริหารจัดการองค์กร	0.68**	-	0.68**	0.49**	0.33**	0.82**
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	0.62**	-	0.62**	0.60**	0.37**	0.97**
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	-	-	-	0.54**	-	0.54**
ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R ²)	0.78			0.83		

หมายเหตุ: **p ≤ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ เท่ากับ 0.60 รองลงมาด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน เท่ากับ 0.54 และด้านการบริหารจัดการองค์กร เท่ากับ 0.49 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านส่วนประสมทางการตลาด เท่ากับ 0.37 รองลงมาด้านการบริหารจัดการองค์กร เท่ากับ 0.33 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านการบริหารจัดการองค์กร เท่ากับ 0.68 รองลงมาด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ เท่ากับ 0.62 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และประสิทธิภาพในการพยากรณ์ พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความเที่ยงตรง (Validity) เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) เท่ากับ 0.826 หรือคิดเป็นร้อยละ 82.6 (0.826 × 100) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ร้อยละ 40 ขึ้นไป ถือได้ว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นนี้มีความสามารถในการทำนายอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุได้ดีและยอมรับได้ (Joreskog & Sorbom, 1993)

4.4 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญได้ ดังนี้ ด้านการบริหารจัดการองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจค้าส่ง เนื่องจากธุรกิจค้าส่งที่มีเป้าหมายและพันธกิจที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ มีการจัดโครงสร้างขององค์กรที่ลดความซ้ำซ้อนและขัดแย้งในการทำงาน ซึ่งการทำงานที่มีระบบเข้ามาช่วยสนับสนุน ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงการเพิ่มทักษะความเชี่ยวชาญของพนักงานในการเข้าอบรมและพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอจะทำให้การบริหารจัดการองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shelke, Sjdhu และ Parab (2018) ที่พบว่า โครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบ ทักษะ สไตล์ พนักงาน และค่านิยมที่ใช้ร่วมกัน จะให้องค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องสอดคล้องและเสริมกำลังซึ่งกันและกัน และต้องคำนึงถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในแต่ละด้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิดา ลั่นจี (2563) ที่พบว่า กลยุทธ์การจัดการโดยใช้ 7s McKinsey ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร สไตล์ ระบบงาน บุคลากร ทักษะ ค่านิยมร่วมกัน ส่งผลต่อการบริหารงานของธุรกิจ และมีความสัมพันธ์สอดคล้องกันจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาธุรกิจ องค์กรจะมีรายได้ และลูกค้าเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ สิทธิชัย (2561) ที่พบว่า การจัดการองค์กรตามแนวคิด 7s ของ McKinsey ที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมของบริษัทเอกชน มีการจัดการในด้านกลยุทธ์ที่เน้นให้ทุกคนในองค์กรตระหนักว่านวัตกรรมเป็นสิ่ง

จับต้องได้และเกิดขึ้นได้จริง และขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม โดยการบริหารด้านโครงสร้างกลยุทธ์ ระบบ ทักษะ สไตล์ พนักงาน และค่านิยม จะทำให้บริษัทมีความโดดเด่นในการดำเนินงาน

ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจาก ส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบไปด้วย 7Ps ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ เป็นสิ่งที่เสนอขายโดย ธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ 2) ราคา ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการศึกษาถึงกิจกรรมที่สร้างอรรถประโยชน์ทางด้านเวลา สถานที่ และความเป็นเจ้าของเพื่อสนองตอบ ความต้องการของผู้บริโภค 4) การส่งเสริมการตลาด เป็นการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อสินค้าหรือบริการกับผู้ขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจ 5) พนักงาน เพื่อเป็นการกำหนดนโยบายการให้บริการ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรในทุกระดับ 6) กระบวนการให้บริการ เป็นขั้นตอนสำหรับการให้บริการกับ ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า และ 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือสิ่งแวดล้อมที่ซึ่งมีการ ให้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติการและส่งเสริมบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aboelmaged (2018) ที่พบว่า ผู้ประกอบการที่นำส่วนประสมทางการตลาดบริการมาตอบสนองลูกค้า ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา การส่งเสริมการขาย ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า คน และกระบวนการในการให้บริการลูกค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการแข่งขันมากขึ้น ส่งผลต่อองค์กรและความสำเร็จ จึงจำเป็นต้องปรับกระบวนการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกันผ่าน การวางแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน และด้านส่วนประสมทางการตลาด บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Setiawan et al. (2022) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่นำมาใช้จะมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูง บริษัทควรกำหนดเป้าหมาย ตามพฤติกรรมหรือการกำหนดเป้าหมายแบบเจาะจง ซึ่งจะเน้นความสำคัญกับกิจกรรมที่ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็น เป้าหมาย โดยการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการจะสามารถตรวจสอบการแข่งขันของธุรกิจในตลาดได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา เศษคิมบง และคณะ (2565) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการเพิ่ม ศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs อยู่ในระดับสูง โดยเรียงตามลำดับ คือ กลยุทธ์ทาง การตลาด รองลงมาคือ ความสามารถในการแข่งขัน ส่วนศักยภาพผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง และกลยุทธ์ ทางการตลาด ศักยภาพผู้ประกอบการและความสามารถในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการเพิ่มศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs

ด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง เนื่องจาก การสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ต้องอาศัยกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่จะส่งผลถึงความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร โดยความได้เปรียบในการแข่งขันสามารถ แบ่งออกได้เป็น 1) กลยุทธ์ความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน คือ การใช้ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการต่ำกว่า คู่แข่ง บริษัทจึงมีความได้เปรียบโดยสามารถขายสินค้าและบริการได้ในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง 2) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง คือการทำให้สินค้าและบริการไม่เหมือนคู่แข่ง มีความพิเศษ มีคุณค่า เช่น รูปลักษณ์ของสินค้า ภาพลักษณ์ที่ดี บริการ หลังการขาย การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการมีสินค้าหลายชนิดในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ 3) กลยุทธ์ที่เน้นกลุ่มลูกค้า คือการผลิตสินค้าและบริการเพื่อมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา สุภาภรณ์ (2564) ที่พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ในด้าน การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ด้านการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและการให้บริการ รวมถึงด้านการมุ่งตลาดที่เน้น กลุ่มลูกค้าเฉพาะส่วน ซึ่งเป็นการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากขึ้น และสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ปิยะดา ทองศรี และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2566) ที่พบว่า กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบด้านการมุ่งตลาดเฉพาะ ส่วน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายให้ชัดเจนและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และควรสร้างบรรยากาศให้เกิดความประทับใจในการมาใช้บริการ มีความแตกต่างและโดดเด่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฑิตินันท์ ชาริบุตร และ ธีรณันท์ บุญอยู่ (2564) ที่พบว่า การที่ผู้ประกอบการที่กล้าเผชิญกับความเสี่ยงและมีการดำเนินธุรกิจเชิงรุก จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่างของธุรกิจและความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า จะทำให้ธุรกิจได้เปรียบทางการแข่งขัน และยังมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

5.1.1 จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบในด้านการบริหารจัดการองค์กร ส่วนประสมทางการตลาด บริการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาข้อมูลในเชิงลึก โดยอาจจะมีการศึกษาขององค์ประกอบอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งเพิ่มเติม

5.1.2 ควรมีการนำรูปแบบโมเดลและองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการองค์กร ส่วนประสมทางการตลาด และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปทำการวิจัยซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างอื่นเพื่อตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป และอาจจะนำตัวแปรที่ได้ในการวิจัยครั้งนี้ ไปทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจอื่นภายในประเทศและต่างประเทศต่อไป

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นการสร้างความคุ้มค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และต้องคำนึงถึงต้นทุนที่ต่ำ การสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งและการตอบสนองที่รวดเร็ว การทราบถึงข้อจำกัดขององค์กร จุดแข็งและจุดอ่อน สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลดีในการดำเนินงานของธุรกิจในระยะยาว

5.2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่ง ควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญเกี่ยวกับบริหารจัดการองค์กร ซึ่งการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันที่สำคัญภายในองค์กร โดยการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กรธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งและมีส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์กรธุรกิจแบบยั่งยืน และปรับการวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับกับการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจในยุคปัจจุบัน

5.2.3 ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด บริการที่เหมาะสมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจที่มีความแตกต่างกันในด้านสินค้าและบริการที่ต้องนำเสนอแก่ลูกค้าหรือตลาดการบริโภค โดยการกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีคุณค่าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการองค์กร 2) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ 4) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และพบว่า การบริหารจัดการองค์กร ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่ง และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลทางตรงมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการบริหารจัดการองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งควรมุ่งเน้นในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์และใช้ทรัพยากรที่สอดคล้องกันในการบริหารจัดการองค์กร ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจค้าส่งเพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2567). คู่มือปฏิบัติงานธุรกิจค้าส่งค้าปลีก. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2567, จาก https://www.dbd.go.th/download/article/article_20190704131227.pdf
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2562). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : หุ่นส่วนจำกัดสามลดา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 31). กรุงเทพฯ : หุ่นส่วนจำกัดสามลดา.
- กรรณิการ์ สิทธิชัย. (2561). การจัดการองค์กรตามแนวคิด 7s ของMcKinsey ที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม กรณีศึกษาองค์กรที่ได้รางวัลองค์กรนวัตกรรมยอดเยี่ยม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(3), 1419-1435.
- ชนิษฐา เศษคิมบง ธนสุวิทย์ ทับทิมรักษ์ และ สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2565). รูปแบบความสำเร็จการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ประเภทอาหารในประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 15(1), 31-48.
- ชลิดา ลิ่นจี. (2563). การจัดการที่มีผลกระทบต่อกระบวนการบริหารงานที่มีคุณภาพของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปการจัดการ*, 4(3), 594-604.
- ฐิตินันท์ ชาริบุตร และ ธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). ตัวแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(1), 37-48.
- ปิยะดา ทองศรี และ กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2566). การศึกษาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารประเภทอาหารพื้นบ้านขนาดกลางในอำเภอเมืองนครราชสีมาในบริบทของการปรับตัวทางธุรกิจ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(4), 16-33.
- นิตยา สุภาภรณ์. (2564). ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(2), 43-52.

- พรรณรัตน์ บุญกว้าง ธนกร สิริสุคันธา และ รวมพร มาลา. (2564). โอกาสและความท้าทายเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในยุคหลังโควิด-19. *วารสาร มจร อุบลราชธานี*, 8(2), 87-98.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2555). *สถิติประยุกต์สำหรับนักวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุบิน พุทโธม. (2564). คุณลักษณะของตลาดค้าส่ง ความสามารถของผู้ค้าส่ง คุณลักษณะของผู้ค้าส่ง และส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนของผู้ประกอบการค้าส่ง. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 15(2), 286-300.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *สถิติการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ*. ค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2566, จาก <https://www.smebigdata.com/home>
- Aboelmaged, M. (2018). The drivers of sustainable manufacturing practices in Egyptian SMEs and their impact on competitive capabilities: A PLS-SEM model. *Journal of Cleaner Production*, 175, 207-221.
- Ashu, S. (2013). A Study of Role of McKinsey's 7S Framework in Achieving Organizational Excellence. *Organization Development Journal*, 31(3), 39-50.
- Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1993). *Lisrel 8: Structural Equation Model with the Simples command language*. Chicago : Software International.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Linking the balanced scorecard to strategy. *California Management Review*, 39(1), 53-79.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Global ed)*. Edinburgh : Pearson Education.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 608-610.
- Polyanska, A., Zapukhliak, I., & Oksana, D. (2019). Culture of organization in conditions of changes as an ability of efficient transformations: the case of gas transportation companies in Ukraine. *Oeconomia Copernicana*, 10(3), 561-580.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York : Free Press.
- Setiawan, P., Hossain, B., Rahmawati, W., Susilo, B. W., & Lorant, D. D. (2022). Webinar among Indonesian academics during Covid-19, embracing the audiences. *PLOS One; San Francisco*, 17(3), (Mar 2022): e0265257.
- Shelke, T., Sjdhu, A.H., & Parab, V. (2018). McKinsey 7s Model Applicability and Relevance in Educational Sector. *International Conference on Ongoing Research in Management & IT*, 204-244.

ทักษะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

Digital Accounting Skills Affecting the Success of Professional Accountant

เสาวลักษณ์ จันทร์ประสิทธิ์*

Saowalak Chanprasit*

Received : December 12, 2023 Revised : February 20, 2024 Accepted : March 22, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะเชิงวิชาการและทักษะทางสังคมของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีที่ทำงานในสำนักงานบัญชีในเขตภาคใต้ตอนล่าง (สงขลา, ตรัง, นราธิวาส, ปัตตานี, พัทลุง, ยะลา, สตูล) จำนวน 88 ราย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอย พบว่า นักบัญชีมีทักษะเชิงวิชาการและทักษะทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในส่วนของทักษะเชิงวิชาการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (2) ทักษะด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (3) ทักษะด้านการจัดการองค์กร ทักษะทางสังคมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ทักษะด้านการบริหารเวลา (2) ทักษะด้านการปรับตัว (3) ทักษะด้านการเป็นผู้นำ ทักษะเชิงวิชาการของนักบัญชีในยุคดิจิทัลด้านการวิเคราะห์ และด้านการจัดการองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกกับความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชีโดยรวม ในส่วนของทักษะทางสังคมของนักบัญชีในยุคดิจิทัลด้านการสื่อสาร ด้านการแก้ปัญหา และด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตมีอิทธิพลเชิงบวกกับความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชีโดยรวม โดยสรุปแล้วจะเห็นว่านักบัญชีในยุคดิจิทัลจะประสบความสำเร็จในวิชาชีพได้นั้นต้องมีพร้อมทั้งทักษะเชิงวิชาการและทักษะทางสังคม ดังนั้นผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีจะต้องให้ความสำคัญและนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาความรู้และทักษะวิชาชีพอย่างสม่ำเสมอเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพ นำไปสู่ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชีอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : ทักษะนักบัญชียุคดิจิทัล ความสำเร็จในวิชาชีพ วิชาชีพบัญชี

* อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

* Lecturer, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

Corresponding author E-mail: csaowalak@tsu.ac.th

Abstract

The objective of this research is to investigate the impact of both hard and soft skills on the success of accountants within the digital era. A total of 88 accountants employed in accounting firms located in the southern region of Thailand (specifically, Songkhla, Trang, Narathiwat, Pattani, Phatthalung, Yala, and Satun) participated in this study, with data collected through questionnaires. The data analysis involved a range of statistical methods, including the calculation of means, percentages, standard deviations and multiple regression analysis. The findings indicated that accountants demonstrated a commendable proficiency in both hard and soft skills, with high overall competence. In terms of hard skills, the three most prominent areas of expertise were digital technology proficiency, adherence to operational standards, and adeptness in organizational management. Among soft skills, the three with the highest average ratings included exceptional time management capabilities, adaptability, and strong leadership qualities. Accountants' hard skills in the digital age, analytical and organizational, positively influenced the overall success of the accounting profession. In terms of soft skills of accountants in the digital era, problem solving communication and the aspect of lifelong learning had a positive influence on the overall success of the accounting profession. In summary, it becomes evident that accountants thriving in the digital era can achieve professional success by possessing a harmonious blend of both technical and interpersonal skills. Hence, it is imperative for accounting professionals to prioritize the utilization of research findings as a foundational framework for continuously cultivating their professional expertise and competencies. This practice is essential for augmenting their effectiveness in delivering high-quality work, ultimately paving the path to enduring success within the realm of accounting.

Keywords : Digital Accounting Skills, Success of Professional, Accounting Professionals

1. บทนำ

ปัจจุบันเศรษฐกิจและสังคมมีการแข่งขันกันอย่างมาก ซึ่งกิจการต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีมาเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจอยู่เสมอ และอาศัยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบัญชีมาช่วยในการจัดการกับข้อมูลทางบัญชี เพื่อให้ได้สารสนเทศทางการบัญชีที่มีความน่าเชื่อถือ ครบถ้วน และทันต่อการใช้ประโยชน์ (ชลิดา ลิ่นจี และคณะ, 2563) นักบัญชีเป็นตำแหน่งสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินกิจการของทุกบริษัท เพราะเป็นผู้ที่เห็นภาพรวมผลประกอบการของบริษัทได้ดีที่สุดทั้งยอดขายกำไรและขาดทุน เพราะฉะนั้นสิ่งที่นักบัญชีเห็นจึงไม่ใช่แค่ตัวเลข แต่ยังสามารถวิเคราะห์ความเสี่ยง และช่วยปรับกลยุทธ์ในการจัดการการเงิน และรู้ถึงการจัดสรรงบประมาณที่จะทำให้ธุรกิจได้กำไรมากขึ้น ในยุคที่โลกกำลังเข้าสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในบางอุตสาหกรรมเลือกใช้หุ่นยนต์แทนแรงงานคนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน (พิชัย ชุณหวิธร, 2561) จึงทำให้หลายอาชีพจะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดได้ โดยเฉพาะ

วิชาชีพบัญชีที่ต้องจะต้องปรับแนวคิดและเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ทำบัญชี จัดเตรียมรายงานทางการเงิน วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจของผู้บริหาร มาเป็นคู่คิดผู้บริหาร(Business Partner) หากได้ลงข้อพิจารณา ดูแล้วจะพบว่านักบัญชีใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการจัดเตรียมข้อมูล และรายงานต่าง ๆ และเน้นการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในอดีต (Backward-Looking) แต่สำหรับการเป็นคู่คิดธุรกิจในยุคดิจิทัลนั้น บทบาทของ นักบัญชีจะเริ่มต้น หลังจากที่ยารงานและการวิเคราะห์แบบมาตรฐานได้ถูกสร้างออกมาแล้วโดยระบบอัตโนมัติ และจะเน้นการวิเคราะห์ และหาข้อมูลเชิงลึกทางธุรกิจ (Business Insight) แบบมองไปข้างหน้า (Forward-Looking) รวมทั้งตั้งคำถามและ วิเคราะห์ด้วยวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้ได้มุมมองที่แตกต่าง โดยนักบัญชีจะต้องทำงานควบคู่ไปกับ หน้าที่องค์การธุรกิจ (Business Function) อื่น ๆ เพื่อตอบโต้และขับเคลื่อนธุรกิจให้มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นนั่นเอง (วัทยา พรพิพัฒน์กุล, 2563)

ปัจจุบันทักษะและจุดเด่นของการเป็นนักบัญชีในยุคดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงไปนับตั้งแต่การเข้ามาของ AI ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สามารถคิด เรียนรู้ ทำงานด้วยความเฉียบแหลมและเลียนแบบสติปัญญาของมนุษย์ แสดงให้เห็น ถึงความสามารถของระบบในการตีความข้อมูลที่รับอย่างถูกต้อง เรียนรู้จากข้อมูลดังกล่าว และใช้การเรียนรู้ เหล่านั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเฉพาะ เหมาะสมสำหรับการปฏิบัติงานด้านความรู้ความเข้าใจในด้านบัญชี แนวคิด ของ AI ไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่มีการนำมาใช้ในการจัดการเกี่ยวกับเอกสารทางบัญชีและกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมี ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณมหาศาลแบบเรียลไทม์ (Sestino & de Mauro, 2022) จะเห็นว่าเทคโนโลยี ถูกนำมาใช้กับงานบัญชีและการสอบบัญชีเบื้องต้น โดยงานดังกล่าวจะเปลี่ยนไปใช้ระบบอัตโนมัติในการจัดการแทน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชีระดับปฏิบัติการ (Kokina & Davenport, 2017) การจะเป็นนักบัญชี ยุคใหม่จึงไม่ใช่เรื่องง่าย การก้าวออกจากบทบาทนักบัญชีแบบดั้งเดิมมาสู่การเป็นคู่คิดนักธุรกิจนับเป็นความท้าทายที่ สำคัญ การปรับตัวไม่ยึดติดการทำงานแบบเดิม และเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะของตนเองอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ก้าวทัน การเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ปัจจุบันนักบัญชีจึงเป็นมากกว่าผู้รับผิดชอบการจัดทำบัญชีและการจัดทำรายงานต่าง ๆ ไปสู่ การเป็นเพื่อนคู่คิดนักธุรกิจมีบทบาทสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรมากขึ้น เนื่องจากนักบัญชีถือเป็นบุคลากรที่มี ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจและการดำเนินงานต่าง ๆ การจัดทำบัญชีให้สอดคล้องกับสภาพที่แท้จริงของกิจการจึง มีความสำคัญ ในโลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่และธุรกิจเก่าที่หายไป จนเป็นเรื่อง ปกติวิถีใหม่ (New Normal) นักบัญชียกจากต้องปรับตัวในด้านเทคนิคและทักษะเชิงวิชาการ(Hard Skills) แล้ว นัก บัญชีต้องฝึกฝนพัฒนาตนเองในด้าน Soft Skills เพื่อเป็นนักบัญชีในอนาคตที่มีคุณภาพและสามารถปรับตัวสอดคล้อง กับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากการทำวิจัยด้านการสรรหาบุคลากรของ Randstad Financial & Professional ซึ่งเป็นบริษัทให้คำปรึกษาด้านบุคลากรในยุโรปที่มีอายุมากกว่า 60 ปี พบว่า บริษัทในตลาดงานต้องการสรรหาบุคลากร ที่มีความสามารถด้าน Soft Skill (ร้อยละ 76) ความสามารถด้านการสื่อสารและมีทักษะด้านการฟัง (ร้อยละ48) และ ทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนายจ้าง (ร้อยละ44) ในขณะเดียวกัน บุคลากรระดับผู้บริหารควรมีความสามารถ ในการทำงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่กดดัน รวมถึงมีมุมมองด้านธุรกิจที่เฉียบแหลม (ร้อยละ24) และมีความสามารถ ในการประสานงานและทำงานเป็นทีมกับผู้อื่นได้อีกด้วย จากผลการวิจัยเรื่องทักษะของลูกจ้างในอนาคตซึ่งจัดทำโดย World Economic Forum (WEF) และจากการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานวิชาชีพในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับ นักบัญชี เช่น สมาคมผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยสหรัฐอเมริกา (American Institute of Certified Public Accountants หรือ AICPA) สถาบันนักบัญชีบริหาร (Chartered Institute of Management Accountants หรือ CIMA) สถาบันผู้ตรวจสอบภายใน (The Institute of Internal Auditors หรือ IIA) โดยสามารถสรุปทักษะด้าน Soft

Skill 5 ด้าน ที่นักบัญชีในอนาคตควรมีได้ดังนี้ ทักษะการแก้ปัญหา (Problem Solving Skill) ทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) ทักษะการปรับตัว (Adaptability) ทักษะด้านธุรกิจที่เฉียบแหลม (Business Acumen) และทักษะความเป็นผู้นำ (Leadership Skill) (สุกิจ วงศ์ดาวราวัฒน์, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทักษะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลทั้งในส่วนที่เป็นทักษะเชิงวิชาการ (Hard Skills) และทักษะทางสังคม (Soft Skills) ที่ช่วยให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ทักษะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชีหรือไม่ อย่างไร ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะวิชาชีพในยุคดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี การพัฒนาความรู้และทักษะวิชาชีพอย่างสม่ำเสมอจะสามารถเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพ ถูกต้องและส่งเสริมให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีตระหนักถึงความสำคัญของทักษะในด้านต่าง ๆ นอกเหนือจากความรู้ความสามารถด้านบัญชี นำไปสู่ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชีอย่างยั่งยืน

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะนักบัญชียุคดิจิทัล

ทักษะนักบัญชียุคดิจิทัล หมายถึง การมีความรู้ความสามารถทางวิชาชีพและความรู้ด้านอื่น ๆ อย่างรอบด้าน เพื่อให้มีคุณสมบัติเป็นนักบัญชีมืออาชีพ มีการฝึกฝนและพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล มีทักษะในการตั้งคำถามและการใช้เครื่องมือใหม่ ๆ เพื่อการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงรู้จักนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการบริหารองค์กรประกอบไปด้วย

1) ทักษะด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Operation Standards Skills) 2) ทักษะด้านการนำเสนองาน (Presentation Skills) 3) ทักษะด้านจริยธรรม (Ethics Skills) 4) ทักษะด้านการปรับตัว (Adaptable Skills) 5) ทักษะด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Technology Apply Skills) 6) ทักษะด้านความหลากหลายทางภาษา (Language Diversity Skills) 7) ทักษะด้านการวิเคราะห์ (Analytic Skill) 8) ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ (Business knowledge) 9) ทักษะด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continued Learning Skills) (ประสณฑ์ เชื้อพานิช, 2560)

1. ทักษะด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Operational Standards Skills) หมายถึง การปฏิบัติงานที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในวิชาชีพและเป็นเกณฑ์ในการประกอบวิชาชีพทางการบัญชี เช่น การปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพได้อย่างถูกต้อง แม่นยำที่สุด

2. ทักษะด้านการนำเสนองาน (Presentation Skills) หมายถึง ความสามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการนำเสนอข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญที่เกี่ยวกับการตัดสินใจได้เป็นอย่างดีประกอบไปด้วย ผู้บริหาร พนักงาน ผู้ถือหุ้น นักลงทุน หน่วยงานภาครัฐ เจ้าหน้าที่และธนาคารเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินและข้อมูลการดำเนินงานอื่น เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจและตอบสนองวัตถุประสงค์ในหน้าที่หลักของผู้บริหารได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563)

3. ทักษะด้านจริยธรรม (Ethics Skills) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพ โดยการแสดงออกทางพฤติกรรมทำให้ผู้ทำบัญชีปฏิบัติงานด้วยความมีคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพบัญชีอย่างเคร่งครัด โดยอย่างน้อยต้องไม่เปิดเผยความลับของกิจการให้ผู้อื่นทราบ มีความซื่อสัตย์สุจริตในการทำงาน มีความรับผิดชอบและอดทนต่อการทำงาน เป็นต้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินทั้งภายในภายนอกองค์กรให้มากที่สุด

4. ทักษะด้านการปรับตัว (Adaptable Skills) หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวของนักบัญชีให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเรียนรู้ที่จะประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ทักษะด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Technology Apply Skills) หมายถึง การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อให้ตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจที่ซับซ้อน และการส่งข้อมูลที่รวดเร็วและถูกต้องมากขึ้น ดังนั้น เมื่อนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับด้านบัญชีจะทำให้ผู้ทำบัญชีมีความสะดวกมากขึ้นในการจัดทำบัญชีในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นและนำเสนอรายงานทางการเงินให้กับผู้บริหาร อย่างถูกต้องและทันเวลา

6. ทักษะด้านความหลากหลายทางภาษา (Language Diversity Skills) หมายถึง ความสามารถด้านภาษาที่สามารถสื่อสารและเข้าใจได้เมื่อมีโอกาสติดต่อประสานงานกับลูกค้าต่างประเทศ

7. ทักษะด้านการวิเคราะห์ (Analytic Skills) หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์การวิเคราะห์รายการค้าการวัดมูลค่าการรับรู้หรือเกณฑ์องค์ประกอบของงบการเงินและการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชี

8. ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ (Business Knowledge) หมายถึง ความรอบรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ความรู้ด้านกฎหมาย ภาษีการตลาด และคอมพิวเตอร์การวางแผนเชิงกลยุทธ์และการตั้งใจเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

9. ทักษะด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continued Learning Skills) ความสามารถในการเรียนรู้จากการเรียนรู้ที่เกิดจากการที่ได้รับความรู้จากบุคคลอื่น จากประสบการณ์ตรง (Direct Experience) เกิดจากสิ่งที่เราได้สัมผัสได้พบเห็นมาโดยตรงด้วยตนเอง และสามารถเชื่อมโยงความรู้ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาได้

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในวิชาชีพ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งกำหนดโดยนักจิตวิทยา ชื่อ มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นทฤษฎีการจูงใจที่มีการกล่าวขวัญอย่างแพร่หลาย มาสโลว์มองว่า ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป (Maslow, 1954)

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น

2) ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security or Safety Needs) เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน

3) ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) (Affiliation or Acceptance Needs) เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการได้รับการยอมรับ การต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น

4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการการได้รับการยกย่อง นับถือและสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ ความต้องการมีความรู้ความสามารถ เป็นต้น

5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นงานวิจัยนี้จึงสรุป ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี คือ ผลการปฏิบัติงานของ ผู้ทำบัญชีที่บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างความพึงพอใจให้กับ บุคคลที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย มีความก้าวหน้าในการทำงาน ได้รับการยอมรับจากผู้ทำงานร่วมกัน เกิดความภาคภูมิใจ และมีความสุขในการทำงาน ตัวบ่งชี้ความสำเร็จในวิชาชีพ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความก้าวหน้า (Advancement) 2) ด้านการเป็นที่ยอมรับ (Recognition) 3) ด้านความพึงพอใจในงาน (Satisfaction) และ 4) ด้านผลสัมฤทธิ์ในงาน (Work Achievement)

ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ขึ้นอยู่กับบุคคลในการปฏิบัติงานของตนได้ดีตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งการที่บุคคลจะสามารถปฏิบัติงานหรือรับมอบหมายงานของตนได้นั้นจำเป็นต้องได้รับความรู้และทักษะใหม่ ๆ เข้ามา ช่วยในการทำงาน นักบัญชีนอกจากต้องปรับตัวในด้านเทคนิคและทักษะเชิงวิชาการ (Hard Skills) แล้ว นักบัญชีต้อง ฝึกฝนพัฒนาตนเองในด้านทักษะทางสังคม (Soft Skills) ด้วย ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมุติฐานของการวิจัย ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ทักษะเชิงวิชาการส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 1.1 ทักษะเชิงวิชาการด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อ ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 1.2 ทักษะเชิงวิชาการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อ ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 1.3 ทักษะเชิงวิชาการด้านการวิเคราะห์ของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จ ในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 1.4 ทักษะเชิงวิชาการด้านภาษาของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จใน วิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 1.5 ทักษะเชิงวิชาการด้านการนำเสนอของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จ ในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 1.6 ทักษะเชิงวิชาการด้านการจัดการองค์กรของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อ ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 1.7 ทักษะเชิงวิชาการด้านธุรกิจที่เฉียบแหลมของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อ ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 2 ทักษะทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 2.1 ทักษะทางสังคมด้านการสื่อสารของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จใน วิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 2.2 ทักษะทางสังคมด้านการปรับตัวของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จใน วิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 2.3 ทักษะทางสังคมด้านการบริหารเวลาของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จ ในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 2.4 ทักษะทางสังคมด้านการแก้ปัญหาของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

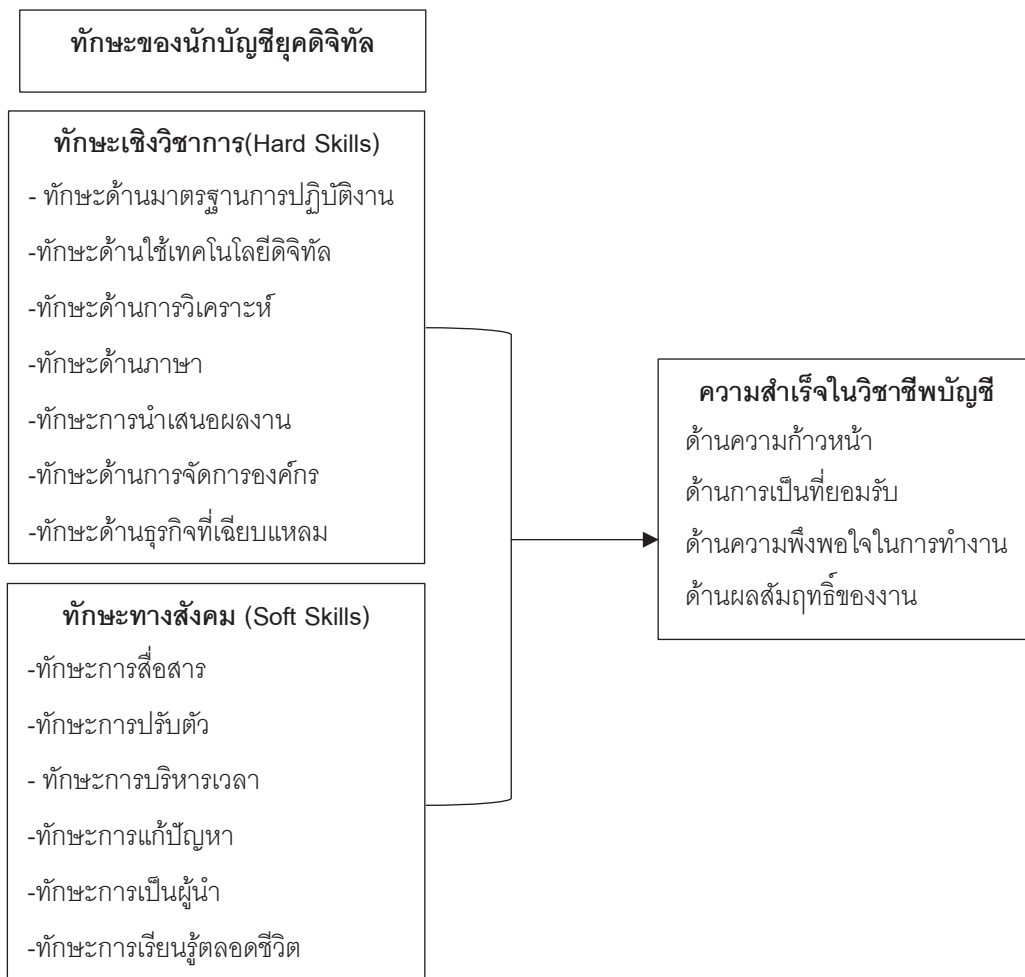
สมมุติฐานที่ 2.5 ทักษะทางสังคมด้านการเป็นผู้นำของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

สมมุติฐานที่ 2.6 ทักษะทางสังคมด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิด



3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทักษะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี โดยศึกษาจากนักบัญชีที่ทำงานในสำนักงานบัญชีในเขตภาคใต้ตอนล่าง (สงขลา ตรัง นราธิวาส ปัตตานี พัทลุง ยะลา และสตูล) ซึ่งจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 111 แห่ง (ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันที่ 21 มิถุนายน 2566) จำนวนตัวอย่างประชากรคำนวณโดยใช้สูตรของ Krejcie และ Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 0.5% จากการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 88 ราย โดยเก็บข้อมูลแยกตามจังหวัดดังนี้ (Krejcie & Morgan, 1970)

ตาราง 1 จำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน)
สงขลา	63	50
ตรัง	12	10
นราธิวาส	7	6
ปัตตานี	8	6
พัทลุง	9	7
ยะลา	11	8
สตูล	1	1
รวม	111	88

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ ทักษะเชิงวิชาการของนักบัญชียุคดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน ด้านใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการวิเคราะห์ ด้านภาษา ด้านการนำเสนอ ด้านการจัดการองค์กร และด้านธุรกิจที่เฉียบแหลม ทักษะทางสังคมของนักบัญชียุคดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านการสื่อสาร ด้านการปรับตัว ด้านการบริหารเวลา ด้านการแก้ปัญหา ด้านการเป็นผู้นำ และด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี ประกอบด้วย ด้านความก้าวหน้า ด้านการเป็นที่ยอมรับ ด้านความพึงพอใจในการทำงาน และด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน

3.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

ในการวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 บัณฑิตส่วนบุคคล ประกอบไปด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งงานในปัจจุบัน การเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง

ตอนที่ 2 ทักษะเชิงวิชาการ (Hard Skills) ของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ทักษะด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน ทักษะด้านใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะด้านการวิเคราะห์ ทักษะด้านภาษา ทักษะการนำเสนอผลงาน ทักษะด้านการจัดการ และทักษะด้านธุรกิจที่เฉียบแหลม

ตอนที่ 3 ทักษะทางสังคม (Soft Skills) ของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการปรับตัว ทักษะการบริหารเวลา ทักษะการแก้ปัญหา ทักษะการเป็นผู้นำ และทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ตอนที่ 4 ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ซึ่งประเมินจากด้านความก้าวหน้า ด้านการเป็นที่ยอมรับ ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย
2. จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนดโดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบความคิดความมุ่งหมายและสมมติฐานในการวิจัย

3. ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้การวัดค่าแบบ Content Validity ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมตามนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัยและให้มีเนื้อหาตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยนำแบบสอบถามไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตามวิธีการวัดค่า IOC (Index of Item Objective) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของกรวิจัย ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยแบบสอบถามทั้งหมดมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 เป็นค่าที่ยอมรับได้ถือได้ว่าข้อคำถามดังกล่าวมีความเหมาะสม(สุมินทร เบ้าธรรม, 2558)

4. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ตอบแล้วจากกลุ่มตัวอย่างทดลองนอกเขตพื้นที่ที่จะเก็บตัวอย่างเพื่อเป็นการทดสอบการใช้จริงมาหาความเชื่อมั่น โดยการวัดค่าความคงที่ภายใน (Internal Consistency) โดยการหา Cronbach's Alpha Coefficient ของมาตรวัดทักษะเชิงวิชาการ (Hard Skills) มาตรวัดทักษะทางสังคม (Soft Skills) และมาตรวัดความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี ซึ่งทักษะนักบัญชีในยุคดิจิทัล มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.795 – 0.953 และความสำเร็จในวิชาชีพมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.930 - 0.981 ซึ่งสอดคล้องกับ George และ Mallery (2011) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีค่า 0.70 ขึ้นไปเป็นค่าที่ยอมรับได้ แสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัยได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิธี Stepwise

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะเชิงวิชาการของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ทำงานในสำนักงานบัญชีในเขตภาคใต้ตอนล่าง

ทักษะเชิงวิชาการนักบัญชีในยุคดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน	4.25	0.62	มาก
ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	4.39	0.48	มาก
ด้านการวิเคราะห์	4.15	0.68	มาก
ด้านภาษา	3.30	0.83	ปานกลาง
ด้านการนำเสนอ	3.95	0.70	มาก
ด้านการจัดการองค์กร	4.16	0.64	มาก
ด้านธุรกิจที่เจียบแหลม	4.01	0.67	มาก
รวม	4.03	0.55	มาก

จากตาราง 2 พบว่า นักบัญชีมีทักษะเชิงวิชาการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะเชิงวิชาการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมา คือ ทักษะด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.25$) และทักษะด้านการจัดการองค์กร ($\bar{X} = 4.16$) ทั้งนี้ นักบัญชีมีทักษะเชิงวิชาการด้านภาษาน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.30$) เนื่องจาก ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว มีผลต่อการปรับเปลี่ยนวิธีการในการจัดทำบัญชีของทุกหน่วยงาน โดยเฉพาะสำนักงานบัญชี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับทำบัญชีและยื่นแบบภาษีประเภทต่าง ๆ ให้กับธุรกิจดังนั้น นักบัญชีที่ทำงานในองค์กรนี้จึงต้องมีทักษะด้านเทคโนโลยีสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลภู สันตะจักร และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนสินธิ์ (2562) พบว่า หัวหน้าฝ่ายการเงินและบัญชี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของนักบัญชียุคดิจิทัล ได้แก่ ด้านความรู้ทางวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพบัญชี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางสังคมของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ทำงานในสำนักงานบัญชีในเขตภาคใต้ตอนล่าง

ทักษะทางสังคมของนักบัญชีในยุคดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการสื่อสาร	4.21	0.60	มาก
ด้านการปรับตัว	4.34	0.56	มาก
ด้านการบริหารเวลา	4.37	0.56	มาก
ด้านการแก้ปัญหา	4.19	0.66	มาก
ด้านการเป็นผู้นำ	4.26	0.61	มาก
ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต	4.15	0.60	มาก
รวม	4.25	0.53	มาก

จากตาราง 3 พบว่า นักบัญชีมีทักษะทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะทางสังคมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ทักษะด้านการบริหารเวลา มากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมาคือทักษะด้านการปรับตัว ($\bar{X} = 4.34$) และทักษะด้านการเป็นผู้นำ ($\bar{X} = 4.26$) ทั้งนี้ นักบัญชีมีทักษะทางสังคมด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.15$) เนื่องจาก การทำงานของสำนักงานบัญชี ต้องทำงานแข่งกับเวลาโดยเฉพาะช่วงปิดบ ซึ่งพนักงานอาจต้องทำงานล่วงเวลา เพื่อให้ส่งบการเงินได้ตามเวลา ดังนั้น นักบัญชีจึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการบริหารเวลา โดยสามารถจัดสรรเวลาสำหรับการทำงานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม การทำงานร่วมกันในองค์กร ย่อมมีผู้ร่วมงานที่มีลักษณะแตกต่างกันทั้งคนรุ่นใหม่ และคนรุ่นเก่า ซึ่งอาจมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ไม่เหมือนกันนักบัญชีจึงต้องรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อมขององค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tan และ Laswad (2018) พบว่า ทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีเป็นสิ่งที่ผู้ว่าจ้างให้ความสำคัญอย่างมากในประเทศออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ โดยทักษะที่มีความจำเป็นมากที่สุด ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม ความสามารถในการนำเสนอ การมีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน และการมีทักษะด้านการสื่อสาร

ตาราง 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางวิชาชีพโดยรวมของนักบัญชีที่ทำงานในสำนักงานบัญชีในเขตภาคใต้ตอนล่าง

ความสำเร็จทางวิชาชีพของนักบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความก้าวหน้า	3.99	0.80	มาก
2. ด้านการเป็นที่ยอมรับ	4.14	0.68	มาก
3. ด้านความพึงพอใจในการทำงาน	4.23	0.74	มาก
4. ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน	4.30	0.61	มาก
รวม	4.16	0.66	มาก

จากตาราง 4 พบว่า นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางวิชาชีพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความสำเร็จทางวิชาชีพด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน มากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมา คือ ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ($\bar{X} = 4.23$) และด้านการเป็นที่ยอมรับ ($\bar{X} = 4.14$) เนื่องจากข้อมูลบัญชีมีความสำคัญทั้งในแง่ของการจัดทำเพื่อเป็นไปตามกฎหมาย และการนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนและตัดสินใจ ดังนั้นนักบัญชีที่สามารถจัดทำและนำเสนอข้อมูลให้ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงถือเป็นความสำเร็จทางวิชาชีพด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน และการได้ทำงานในองค์กรที่ดี มีเพื่อนร่วมงานที่สามารถช่วยกันผลักดันงานให้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ อีกทั้งมีผู้บังคับบัญชี่เอาใจใส่พร้อมสนับสนุนการทำงาน จะสร้างความพึงพอใจในการทำงาน และเกิดความภาคภูมิใจในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลภู สันตะจักร และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนสินธิ์ (2562) พบว่า หัวหน้าฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยงานราชการในประเทศไทยมีผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบไปด้วย ด้านความพึงพอใจของทุกฝ่าย ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ด้านการจัดสรรทรัพยากร และด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ

ตาราง 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเกี่ยวกับทักษะเชิงวิชาการของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่มีผลต่อความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี

ทักษะเชิงวิชาการ	ความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี (APA)		
	B	t-test	Sig.
Constant	0.634	2.154	0.034*
ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (PS)	-	-	-
ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (DT)	-	-	-
ด้านการวิเคราะห์ (AS)	0.521	5.376	0.000*
ด้านภาษา (LS)	-	-	-
ด้านการนำเสนอ (PAE)	-	-	-
ด้านการจัดการองค์กร (OM)	0.331	3.215	0.002*
ด้านธุรกิจที่เชื่อมโยง (BA)	-	-	-
$R^2 = 0.641$, Adjust $R^2 = 0.633$, F-test = 76.048			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 5 พบว่า ทักษะเชิงวิชาการด้านการวิเคราะห์ และด้านการจัดการองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกกับความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี โดยมีค่า R^2 เท่ากับ 0.641 แสดงว่า สมการนี้สามารถร่วมอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชีได้ ร้อยละ 63.30 โดยทักษะด้านการวิเคราะห์มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะด้านการจัดการองค์กรซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ แซ่เต๋ (2564) พบว่า ทักษะวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล ด้านการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงานด้านความก้าวหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลหทัย อนุตรโต (2563) พบว่า ทักษะวิชาชีพบัญชีด้านทักษะการจัดการองค์กร มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน สอดคล้องกับงานของ ศรีสุดา อินทมาศ (2563) ระบุว่านักบัญชีในยุคดิจิทัล เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้อง และทันเวลาภายใต้ข้อมูลที่มีจำนวนมากซึ่งจะช่วยให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การทำธุรกรรมต่าง ๆ ในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ ๆ มาใช้ทำให้การปฏิบัติงานต่าง ๆ ทางด้านบัญชีมีการเปลี่ยนแปลง นักบัญชีต้องเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ทำบัญชีมาเป็นผู้ให้คำแนะนำ และเป็นเพื่อนคู่คิดให้ผู้บริหาร ซึ่งนักบัญชีต้องมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สามารถนำเสนอข้อมูลให้ผู้บริหารนำไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะนักบัญชีที่อยู่ในตำแหน่งระดับสูงจะต้องมีทักษะด้านการจัดการองค์กร โดยสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ทักษะด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านภาษา ด้านการนำเสนอ และด้านธุรกิจที่เชื่อมโยง ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชีซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับงานของ วสันต์ ครองมี และคณะ (2563) พบว่า ทักษะด้านการนำเสนองาน ทักษะด้านจริยธรรม ทักษะด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ทักษะด้านความหลากหลายทางภาษา และทักษะด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ไม่มีผลกระทบต่อความสำเร็จในการทำงานด้านคุณภาพของงานและความก้าวหน้า เนื่องจากนักบัญชีทุกคนต้องมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเช่น คอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐานอยู่แล้วจึงไม่ใช่ทักษะที่จะส่งเสริมความสำเร็จทางวิชาชีพ

ตาราง 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเกี่ยวกับทักษะทางสังคมของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่มีผลต่อความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี

ทักษะทางสังคม	ความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี (APA)		
	B	t-test	Sig.
ด้านการสื่อสาร (CS)	0.194	2.682	0.009*
ด้านการปรับตัว (AD)	-	-	-
ด้านการบริหารเวลา (TM)	-	-	-
ด้านการแก้ปัญหา (PRO)	0.561	5.115	0.000*
ด้านการเป็นผู้นำ (LEA)	-	-	-
ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต (LLL)	0.241	2.310	0.023*
$R^2 = 0.994$, Adjust $R^2 = 0.994$, F-test = 4856.940			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 6 พบว่า ทักษะทางสังคม ด้านการสื่อสาร ด้านการแก้ปัญหา และด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตมีอิทธิพลเชิงบวกกับความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี โดยมีค่า R^2 เท่ากับ 0.994 แสดงว่า สมการนี้สามารถรวมอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชีได้ ร้อยละ 99.40 โดยทักษะด้านการแก้ปัญหามีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต และด้านการสื่อสาร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ในขณะที่ทักษะด้านการปรับตัว ด้านการบริหารเวลา และด้านการเป็นผู้นำไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชี ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยา สรศักดิ์ (2562) พบว่า สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี ได้แก่ ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ทางการบัญชี มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี สอดคล้องกับงานของ ศรีสุตา อินทมาศ (2563) พบว่า ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี อาทิ การมีความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสื่อสาร การใช้ความระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการดำเนินงานทางด้านการบัญชี สอดคล้องกับงานของอริยา สรศักดิ์ (2561) พบว่า สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลด้านทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินและบัญชีมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพสำนักงานบัญชีด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี อธิบายได้ว่า นักวิชาชีพจำเป็นต้องมีทักษะทางสังคมด้านการสื่อสาร เนื่องจากต้องติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร ต้องสามารถพูดโน้มน้าวให้ผู้เกี่ยวข้องยอมรับและปฏิบัติตามความคิดเห็นเพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร สามารถเจรจาต่อรองหาทางออกเพื่อลดข้อขัดแย้งหรือหาข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้ร่วมงานได้ มีทั้งต้องมีทักษะด้านการแก้ปัญหา โดยสามารถแก้ปัญหาได้อย่างเป็นระบบสามารถระบุปัญหาหรือข้อประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับผู้บริหารได้ หากนักวิชาชีพมีทักษะต่าง ๆ เหล่านี้จะนำไปสู่ความสำเร็จในการทำงานและความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชีได้

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 การวิจัยในครั้งนี้ศึกษานักบัญชีที่ทำงานในสำนักงานบัญชี เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของการเข้าถึงข้อมูล และระยะเวลาวิจัยที่จำกัด จึงได้ข้อมูลผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ไม่ครบถ้วนทุกกลุ่ม ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีกลุ่มอื่น ๆ ด้วย เช่น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ผู้สอบภาษีอากร นักบัญชีในองค์กรภาครัฐ และเอกชน เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.1.2 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาทักษะที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางวิชาชีพของนักบัญชี ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรเปลี่ยนจากการศึกษาความสำเร็จทางวิชาชีพของนักบัญชี เป็นศึกษาความสำเร็จขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปพิจารณาในการคัดเลือกพนักงานบัญชีและจัดอบรมพัฒนาทักษะที่จำเป็นและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร

5.1.3 ขอบเขตในการรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้กลุ่มประชากรอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ดังนั้นการทำงานวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการวิจัยเป็นทั้งประเทศจะทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

5.1.4 การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มเดียว คือ นักบัญชี ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปควรเพิ่มกลุ่มอื่น ๆ ด้วยเพื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของทักษะที่ส่งผลต่อความสำเร็จของแต่ละกลุ่ม

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการจัดหลักสูตรอบรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักบัญชี

5.2.2 เป็นแนวทางให้สถาบันการศึกษาปรับปรุงหลักสูตรบัญชีและพัฒนาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับทักษะนักบัญชีในยุคดิจิทัล

5.2.3 เป็นแนวทางให้สภาวิชาชีพบัญชีหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดคุณสมบัติผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีหรือทักษะที่จำเป็นให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปของเทคโนโลยีและรูปแบบของธุรกิจ

5.2.4 เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะวิชาชีพในยุคดิจิทัลให้กับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน นำไปสู่ความสำเร็จทางวิชาชีพที่ยั่งยืน

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะเชิงวิชาการและทักษะทางสังคมของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี จากผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีมีทักษะเชิงวิชาการและทักษะทางสังคมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ทักษะด้านภาษาซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นนักบัญชีต้องพัฒนาตนเองทางด้านภาษาให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มสมรรถนะสากล โดยทักษะเชิงวิชาการด้านการวิเคราะห์และด้านการจัดการองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกกับความความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชีโดยรวม และทักษะทางสังคมด้านการสื่อสาร ด้านการแก้ปัญหา และด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตมีอิทธิพลเชิงบวกกับความความสำเร็จทางวิชาชีพบัญชีโดยรวม จะเห็นว่านักบัญชีในยุคดิจิทัลจะประสบความสำเร็จในวิชาชีพได้นั้นต้องมีพร้อมทั้งทักษะเชิงวิชาการและทักษะทางสังคม ดังนั้นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องให้ความสำคัญ และนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาความรู้และทักษะวิชาชีพอย่างสม่ำเสมอเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพ นำไปสู่ความสำเร็จในวิชาชีพบัญชีอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กมลภู สันตะจักร์ และกนกศักดิ์ สุขวัฒนสินินท์. 2562. ปัจจัยของนักบัญชียุคดิจิทัลที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานราชการในประเทศไทย. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 17(1), 17-31.
- จรรุวรรณ แซ่เต๋อ. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลกับความสำเร็จในการทำงานของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชลิดา ลีนี่ กนกมณี หอมแก้ว และ สุภาพร บุญเยี่ยม. (2563). ความรู้และทักษะวิชาชีพของนักบัญชีสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. *วารสารศิลปะการจัดการ*, 4(1), 34-45.
- ดลหทัย อนุธโรโต. (2563). *ทักษะวิชาชีพบัญชีและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการเหล่าการเงิน มณฑลทหารบกที่ 12 ในค่ายจักรพงษ์ จังหวัดปราจีนบุรี*. ค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประสัณห์ เชื้อพานิช. (2560). บทบาทนักบัญชีในยุค Digital Transformation. *จดหมายข่าวสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์*, 72(2), 18.
- พิชัย ชุณหวิธร. (2561). *ก้าวสู่นักบัญชีแห่งโลกอนาคต. จดหมายข่าวสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์*, 71, 19.
- วิทย์ยา พรพัฒน์กุล. (2563). *นักบัญชีบริหารในยุคดิจิทัล*. ค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2565, จาก <https://www.tfai.or.th/Article/Detail/126283>.
- วสันต์ ครอบมี ปุณยวีร์ ยั่งดี และ พุฒิสรรค์ เกตุมรรค. (2563). ผลกระทบของทักษะนักบัญชียุคดิจิทัลที่มีผลต่อความสำเร็จในการทำงานของผู้ทำบัญชีในสำนักงานบริการด้านบัญชี จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 2(1), 67-86.
- สุกิจ วงศ์ดาววัฒน์. (2564). Soft Skills ที่นักบัญชีที่มีในอนาคต. *จดหมายข่าวสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์*, (98), 14 – 16.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2558). *มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 3*. ค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2565, จาก <http://www.tfai.or.th/Article /Detail/ 66980>.
- สุมินทร เบ้าธรรม. (2558). *วิจัยทางการบัญชี*. กรุงเทพฯ : ทริปปี้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- ศรีสุตา อินทมาศ. (2562). *โอกาสข้ามผ่านกรอบความคิดเดิมสู่โลกใหม่สายอาชีพนักบัญชียุคดิจิทัล*. ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2566. จาก <http://www.fap.or.th/upload/9414/zsBw8qK7fy.pdf>.
- อริยา สรศักดิ์ดา. (2562). *สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี*. สารนิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- George, D., & Mallery, P. (2011). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*, 18.0 update. 11th ed. United Kingdom : Pearson.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607 – 610.
- Kokina, J., Davenport, T. H. (2017). The Emergence of Artificial Intelligence: How Automation is Changing Auditing. *Journal of Emerging Technologies in Accounting* 14(1), 115-122.

- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York : Herper and Brother.
- Sestino, A., & de Mauro, A. (2022). *Leveraging artificial intelligence in business: implications, applications and methods*. *Technology Analysis and Strategic Management*, 34(1), 16-29.
- Tan, L. M., & Laswad, F. (2018). Professional skills required of accountants: what do job advertisements tell us?. *Accounting Education*, 27(4), 403-432.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ ในเกมออนไลน์ของประเทศไทย

Confirmatory Factor Analysis of Cyberbullying Behavior in Online Gaming in Thailand

ศุภกฤต ปิติพัฒน์¹ เสกศิริ² และกฤษฎา ณ หนองคาย³

Supagrit Pitiphat¹ Seksil Maneesri² and Krisda Na Nongkhai³

Received : December 31, 2023 Revised : March 12, 2024 Accepted : March 29, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ เป็นการตรวจสอบโมเดลการวัดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้เล่นที่เป็นสมาชิกในกลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook) เกมออนไลน์ จำนวน 800 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิจัย พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพฤติกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์จำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) การด่าทอ 2) การกีดกันผู้อื่นออกจากกลุ่ม 3) การหลอกหลวง 4) การแอบอ้างตัวตน และ 5) การก่อกวน โดยโมเดลมีความตรงและความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

คำสำคัญ : พฤติกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ เกมออนไลน์

^{1,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

^{1,3} Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Udon Thani Rajabhat University

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

² Lecturer, Faculty of Management Sciences, Udon Thani Rajabhat University

Corresponding author E-mail: seksil.ma@udru.ac.th

Abstract

The purpose of this study is to examine a model to measure the cyberbullying behavior in online gaming in Thailand using empirical data. A total of 800 questionnaires were conducted from a Facebook online gaming user for data collection. The data has been analyzed through the confirmatory factor analysis (CFA). Based on the results of the analysis, the model is in accordance with the empirical data. Cyberbullying behaviors in online games were categorized into five aspects as follows: 1) flaming, 2) exclusion, 3) trickery, 4) impersonation, and 5) harassment. The measurement model was accepted because both of the validity and reliability could be described by the model.

Keywords : Cyberbullying Behavior, Online Games

1. บทนำ

การเล่นเกมออนไลน์ เป็นกิจกรรมบันเทิงยามว่างที่ได้รับความนิยมมากที่สุดทั่วโลก โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (ศุภกฤต ปิติพัฒน์, 2565; Ballabio et al., 2017) จึงทำให้อุตสาหกรรมเกมขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการพัฒนาเทคโนโลยีที่เอื้อต่อกระบวนการผลิตเกมที่มีความรวดเร็วและสะดวกมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับความสนใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน (ศุภกฤต ปิติพัฒน์ และคณะ, 2564) อย่างไรก็ตาม ภายใต้การเติบโตของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์นี้ ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคมตามมาในภายหลัง มีการศึกษาจำนวนมากที่สะท้อนถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเล่นเกมออนไลน์ เช่น ปัญหาการติดเกมของเยาวชน (โกสินทร์ เตชะนิยม และคณะ, 2564; Griffiths, 2010) การแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวและใช้ความรุนแรงจากการเล่นเกมออนไลน์ (ปิลันลน์ ปุณณพระภา และ วรณวรณ ตั้งเจริญ, 2560; Ferguson, 2011; Ferguson & Kilburn, 2009; Sherry, 2007)

การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ เป็นการแสดงออกซึ่งความรุนแรงก้าวร้าวในรูปแบบใหม่ ผ่านการใช้เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร โดยมีเจตนาก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อผู้อื่นในลักษณะที่เป็นสาธารณะ (Nocentini et al., 2010) ซึ่งเป็นหนึ่งในปัญหาร้ายแรงที่เกิดขึ้นในสังคมไทย แต่หากพิจารณางานที่ศึกษาเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ผ่านสื่อบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างเกมออนไลน์ กลับพบว่าในประเทศไทยยังมิได้ศึกษาในประเด็นดังกล่าวอยู่น้อยมาก ซึ่งมีผลงานวิจัยต่างประเทศจำนวนมากระบุว่า พฤติกรรมดังกล่าวส่งผลเชิงลบต่อสุขภาพจิตของผู้เล่น (Chu et al., 2018; Kim et al., 2018; Fahy et al., 2016; Chang et al., 2013) โดยแนวโน้มของผู้ถูกกลั่นแกล้งมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการใช้งานของมนุษย์ Wolak et al. (2006) ระบุว่าช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2548 มีผู้ที่ตกเป็นเหยื่อของการคุกคามทางออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 50 Raskauskas และ Stoltz (2007) พบว่า มีเยาวชนร้อยละ 29 มีส่วนร่วมในการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมที่กล่าวมานั้นเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนในสังคม (Huang et al., 2019)

จากการทบทวนเอกสารที่ผ่านมาพบว่า เกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในหมู่นักเล่นเกม มักสอดแทรกเนื้อหาที่มีเนื้อหารุนแรงไว้เป็นส่วนหนึ่งของเกม ซึ่งอาจส่งผลต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้เล่น (ปิลันลน์ ปุณณพระภา และ วรณวรณ ตั้งเจริญ, 2560; Yang, 2012) เนื่องจาก เกมออนไลน์โดยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นเกมแบบมีผู้เล่นจำนวน

มาก (Massively Multiplayer Online Games : MMOGs) ซึ่งผู้เล่นหลายคนต้องเข้ามาเล่นในเวลาเดียวกัน และร่วมกันทำภารกิจตามข้อกำหนดของเกม เพื่อให้ได้รับไอเท็มเป็นของรางวัล จึงทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้เล่นเพื่อแย่งชิงรางวัลที่มีอยู่อย่างจำกัด ภายใต้การแข่งขันนี้นำมาซึ่งความขัดแย้งระหว่างผู้เล่นที่มีทักษะหรือประสบการณ์ในการเล่นที่แตกต่างกัน เช่น ผู้เล่นนักกีฬาอีสปอร์ตกับผู้เล่นหน้าใหม่ หรือ ผู้เล่นที่มีความคิดเห็นไม่ตรงกันในการใช้กลยุทธ์และการวางแผนการเล่น ซึ่งอาจนำไปสู่การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การใช้ถ้อยคำหยาบคายเพื่อให้เกิดความขัดแย้ง การล่อลวงละเมิด โดยการส่งข้อความที่น่ารังเกียจ การดูหมิ่น หรือการแบ่งปันข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นที่เป็นเรื่องละเอียดอ่อน เพื่อให้ได้รับความอับอาย เป็นต้น (ศุภกฤต ปิติพัฒน์, 2565; Huang et al., 2019)

จากความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ในประเทศไทยยังขาดแคลนเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในบริบทของเกมออนไลน์ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการระบุตัวผู้ก่อเหตุของพฤติกรรมดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อตรวจสอบทฤษฎี (Theory Testing) ว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยผลจากการศึกษาเป็นการเติมเต็มช่องว่างทางความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมดังกล่าวให้มีความลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น และนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อตรวจสอบโมเดลการวัดพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์

การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะรุนแรง ก้าวร้าว โดยมีเจตนาก่อให้เกิดความเป็นอันตราย สร้างความเสียหาย หรือความอับอายต่อผู้ตกเป็นเหยื่อที่ไม่สามารถปกป้องตนเองได้ (McLoughlin et al., 2022; Baldry et al., 2016) การกระทำดังกล่าว สามารถสร้างการรับรู้และเกิดผลกระทบเชิงลบต่อผู้ถูกกระทำได้อย่างต่อเนื่องในวงกว้าง ซึ่งสร้างความเสียหายได้มากกว่าการกลั่นแกล้งแบบดั้งเดิม เนื่องจากการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์เน้นการกระทำโดยไม่ระบุตัวตนผ่านช่องทางออนไลน์ (Nocentini et al., 2010) เพื่อลดโอกาสของการตรวจพบ ผู้กระทำผิดในภายหลัง (Hinduja & Patchin, 2010) นอกจากนี้ ความแตกต่างประการสำคัญระหว่างการกลั่นแกล้งทั้งสองรูปแบบ กล่าวคือ การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์สามารถกระทำได้อย่างทันทีทันใดผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Tokunaga, 2010) โดยปราศจากข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ (Li et al., 2012) โดยการคงอยู่ของพฤติกรรมอาจถูกบันทึกไว้อย่างถาวรในระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถแพร่กระจายและส่งต่อไปยังบุคคลอื่นในสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้ความเสียหายที่เกิดขึ้นมีความรุนแรงมากกว่าการกลั่นแกล้งแบบดั้งเดิม (Willard, 2007)

3.2 การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์

มีงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต เป็นการศึกษาพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ อาทิ Huang et al. (2019) พบว่า นักเล่นเกมวัยรุ่นในสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) มีลักษณะของการถูกกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่พบบ่อยที่สุด คือ การด่าทอด้วยถ้อยคำหยาบคาย รองลงมาคือ การก่อกวนให้เกิดความรำคาญ การพุดตู่หรือเหยียดหยามผู้อื่น และการหลอกลวงผู้อื่นให้ได้รับความเสียหาย ตามลำดับ Li และ Pustaka (2017) ศึกษาประสบการณ์

เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นขณะเล่นเกมของนักศึกษาชาวอเมริกัน จำนวน 357 คน พบว่า ผู้เล่นมากกว่าร้อยละ 57 ถูกกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ขณะเล่นเกม ซึ่งมีผู้เล่นร้อยละ 20 ถูกกลั่นแกล้งในระดับมาก นอกจากนี้ผลการวิจัยระบุว่า ประเภทเกมที่เอื้อต่อการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์มากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ เกมแอ็กชัน เกมเล่นตามบทบาทสมมติ เกมกีฬา และเกมวางแผนกลยุทธ์ ตามลำดับ งานวิจัยของ Leung และ McBride-Chang (2013) ศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาในเขตบริหารพิเศษฮ่องกง แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 626 คน พบว่า ร้อยละ 56 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้เล่นเกมออนไลน์แบบมีผู้เล่นจำนวนมาก ซึ่งเคยมีประสบการณ์ถูกกลั่นแกล้งผ่านเกมออนไลน์ ร้อยละ 47.3 Chang et al. (2014) รายงานว่า มีนักเรียน จำนวน 206 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 1,947 คน ในสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) เคยตกเป็นเหยื่อของการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ ได้แก่ การแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย การเผยแพร่ข่าวลือเชิงลบเกี่ยวกับบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นเชิงขู่ขู่เพื่อทำร้ายผู้อื่น และการโพสต์รูปถ่ายที่น่าอับอายของผู้อื่น ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า หากผู้เล่นหมกมุ่นกับการเล่นเกมออนไลน์มากเกินไป เป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญต่อการเกิดการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ จากงานวิจัยที่กล่าวมา เป็นหลักฐานแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการกลั่นแกล้งที่เกิดขึ้นผ่านสื่อบนเทงที่ได้รับความนิยมในยุคดิจิทัลอย่างเกมออนไลน์ โดยการศึกษาครั้งนี้ เป็นการตรวจสอบโมเดลการวัด (Measurement Model) ของพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นกับผู้เล่นเกมออนไลน์ในบริบทของประเทศไทย

3.3 พฤติกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Huang et al., 2019; Leung & McBride-Chang, 2013; Willard, 2007) เพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา สามารถจำแนกพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ได้ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) การด่าทอ (Flaming) เป็นการใช้ถ้อยคำหรือข้อความหยาบคาย ก้าวร้าว และรุนแรง เพื่อสร้างความขัดแย้งระหว่างบุคคล 2) การกีดกันผู้อื่นออกจากกลุ่ม (Exclusion) เป็นการลบหรือบล็อกผู้อื่นออกจากกลุ่มหรือชุมชนในโลกออนไลน์โดยเจตนา 3) การหลอกลวง (Trickery) เป็นการหลอกลวงให้ผู้อื่นแชร์ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อสร้างความเสียหาย 4) การแอบอ้างตัวตน (Impersonation) เป็นการแอบอ้างเป็นบุคคลอื่น เพื่อกระทำสิ่งที่สร้างความเสียหายให้กับบุคคลนั้น และ 5) การก่อกวน (Harassment) เป็นการใช้ถ้อยคำ ข้อความ และการกระทำใด ๆ ที่มีเจตนาสร้างความรำคาญใจให้กับผู้อื่นซ้ำแล้วซ้ำเล่า โดยการศึกษาครั้งนี้ ได้นำองค์ประกอบของพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ทั้ง 5 ด้าน มาใช้เป็นกรอบการศึกษา เพื่อประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model) ของพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นกับผู้เล่นเกมออนไลน์ในบริบทของประเทศไทย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นกลุ่มผู้เล่นที่เป็นสมาชิกในกลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook) สำหรับใช้ในการพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือซื้อขายแลกเปลี่ยนไอเท็มเกี่ยวกับเกมออนไลน์ในประเทศไทย จำแนกตามเกมออนไลน์ได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) GTA Online 2) Playerunknown's Battlegrounds 3) Arena of Valor และ 4) FIFA Online 4 โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ของ Kline (2005) ที่ระบุว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันจำเป็นต้องมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 400 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 800 คน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ สามารถจัดปัญหาการไม่ลู่เข้า (Non-convergence: NC) และคำตอบที่ไม่เหมาะสมจากการวิเคราะห์ข้อมูลได้ รวมทั้งเป็นการเพิ่มอำนาจทดสอบทางสถิติ (Power of Test) (Marsh, Hau, Balla, & Grayson, 1998) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยความสมัครใจ แสดงรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อเกมออนไลน์	ประเภทเกม	จำนวนตัวอย่าง
1	กลุ่ม GTA V Online Thailand	GTA Online	Action-adventure	200
2	PUBG[Thailand] - Playerunknown's Battlegrounds	Playerunknown's Battlegrounds	Battle Royale	200
3	Garena: ROV Thailand	Arena of Valor	Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)	200
4	FIFA Online 4 Thailand	FIFA Online 4	Sports	200

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามออนไลน์ โดยประยุกต์จากแบบสอบถามของ Huang et al. (2019) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีตัวเลือก 5 ระดับ โดยจำแนกพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) การด่าทอ 2) การกีดกันผู้อื่นออกจากกลุ่ม 3) การหลอกลวง 4) การแอบอ้างตัวตน และ 5) การก่อกวน มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยง (Reliability) โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน จากนั้น จึงนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try-out) กับผู้เล่นเกมออนไลน์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้เล่นเกม Free Fire จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient : α) ในการตรวจสอบความเที่ยงจากแบบสอบถามทั้งฉบับ ผลลัพธ์ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.852 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Blunch, 2008)

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ขออนุญาตจากผู้ดูแลกลุ่มสมาชิกในเฟซบุ๊กที่ใช้ในการสำรวจ และเมื่อได้รับอนุญาตจึงทำการติดประกาศ เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และแนบลิงค์แบบสอบถามสำหรับการใช้ในการตอบคำถาม โดยกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 15 วัน (ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม ถึง 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565) ซึ่งการวิจัยนี้ คำนึงถึงจริยธรรมการทำวิจัยในมนุษย์เป็นสำคัญ กล่าวคือ ในกรณีระหว่างตอบแบบสอบถาม หากผู้ให้ข้อมูลต้องการยกเลิกการตอบสามารถทำได้โดยทันที โดยไม่มีผลกระทบใด ๆ ทั้งสิ้นต่อผู้ให้ข้อมูลนั้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยเก็บรักษาไว้ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลในระบบคอมพิวเตอร์ จะไม่ปรากฏชื่อหลักฐานแสดงลักษณะเฉพาะของผู้ให้ข้อมูล รวมทั้งข้อมูลจะถูกลบทิ้งหลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัยแล้ว เป็นเวลา 6 เดือน

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา หลังจากนั้นใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบโมเดลการวัด ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยพิจารณาจากน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loadings : SFL) ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัด (An Average Variance Extracted : AVE) และความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability : CR) 2) ประเมินความเที่ยง โดยพิจารณาจาก ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค และ 3) วิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) โดยเปรียบเทียบระหว่างค่า AVE ของตัวแปรแฝง

หนึ่ง ๆ กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสองระหว่างตัวแปรแฝง

5. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

5.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของตัวอย่าง พบว่า เป็นชาย ร้อยละ 74.6 และหญิง ร้อยละ 25.4 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 44.6 มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.1 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 80.4 โดยผู้เล่นเกมออนไลน์มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 62.6 และมีประสบการณ์ในการเล่น 1 – 3 ปี ร้อยละ 40.1 ดังตาราง 2

ตาราง 2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและประสบการณ์เล่นเกมออนไลน์

ลักษณะทั่วไป		จำนวน (%)	
เพศ			
ชาย		597	(74.6%)
หญิง		203	(25.4%)
อายุ			
ต่ำกว่า 20 ปี		357	(44.6%)
20 – 25 ปี		310	(38.8%)
26 – 30 ปี		85	(10.6%)
มากกว่า 30 ปี		48	(6.0%)
ระดับการศึกษา			
ต่ำกว่าปริญญาตรี		529	(66.1%)
ปริญญาตรี		258	(32.3%)
สูงกว่าปริญญาตรี		13	(1.6%)
รายได้ต่อเดือน			
ไม่เกิน 15,000 บาท		643	(80.4%)
15,001 - 30,000 บาท		124	(15.5%)
มากกว่า 30,000 บาท		33	(4.1%)
อาชีพ			
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ		47	(5.9%)
พนักงานบริษัทเอกชน		112	(14.0%)
ธุรกิจส่วนตัว		95	(11.9%)
นักเรียน/นักศึกษา		501	(62.6%)
อื่น ๆ		45	(5.6%)

ตาราง 2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและประสบการณ์เล่นเกมออนไลน์ (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป	จำนวน (%)	
ประสบการณ์เล่นเกมออนไลน์		
ไม่เกิน 1 ปี	101	(12.6%)
1 – 3 ปี	321	(40.1%)
4 – 6 ปี	247	(30.9%)
7 – 9 ปี	56	(7.0%)
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	75	(9.4%)

5.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในเบื้องต้นพบว่า โมเดลไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงปรับโมเดลได้ผ่านคลายข้อตกลงเบื้องต้น โดยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนของตัวบ่งชี้ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยผลการวิเคราะห์หลังปรับโมเดลแล้วพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่าไคกำลังสองสัมพันธ์ (Relative Chi-square: χ^2/df) ควรมีค่าต่ำกว่า 3.00 (Hair et al., 2014; Hooper et al., 2008; Kline, 2005) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) และดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (Adjusted the Goodness of Fit Index : AGFI) มีค่าไม่น้อยกว่า 0.95 (Kelloway, 2015; Schumacker & Lomax, 2010; Hooper et al., 2008) ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual : SRMR) และค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) มีค่าต่ำกว่า 0.05 (Schumacker & Lomax, 2010; Fan & Sivo, 2005) และดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI) มีค่าตั้งแต่ 0.95 ขึ้นไป (Tabachnick & Fidell, 2019; Kline, 2011; Hox, 2010; Hu & Bentler, 1999) ผลการตรวจสอบพบว่า $\chi^2/df = 2.282$, GFI = 0.97, AGFI = 0.95, SRMR = 0.029, RMSEA = 0.040, CFI = 0.99 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

องค์ประกอบ/ตัวบ่งชี้	SFL	CR	AVE	α
FLA: การด่าทอ		0.754	0.507	0.728
FLA1: ท่านเคยถูกผู้อื่นใช้ถ้อยคำหรือข้อความหยาบคาย	0.72**			
FLA2: ท่านเคยถูกผู้อื่นใช้ถ้อยคำหรือข้อความในลักษณะนินทาว่าร้าย	0.64**			
FLA3: ท่านเคยถูกผู้อื่นใช้ถ้อยคำหรือข้อความในลักษณะดูหมิ่นเหยียดหยาม	0.77**			
EXC: การกีดกันออกจากกลุ่ม		0.751	0.503	0.784
EXC1: ท่านเคยถูกผู้อื่นกีดกันไม่ให้เข้าร่วมเล่นเกมประเภททีม	0.63**			
EXC2: ท่านเคยถูกผู้อื่นกีดกันไม่ให้เข้าร่วมชุมชนเกม	0.71**			
EXC3: ท่านเคยถูกผู้อื่นกดยางาน (report) จนบัญชีเกมถูกระงับการใช้งาน	0.78**			

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (ต่อ)

องค์ประกอบ/ตัวบ่งชี้	SFL	CR	AVE	α
TRI: การหลอกลวง		0.774	0.533	0.771
TRI1: ท่านเคยถูกผู้อื่นหลอกลวงเพื่อยืมไอเท็มในเกม แต่ไม่ยอมคืน	0.70**			
TRI2: ท่านเคยถูกผู้อื่นสัญญาว่าจะช่วยกันหาไอเท็ม แต่สุดท้ายถูกหักหลัง	0.75**			
TRI3: ท่านเคยถูกหลอกเข้ากลุ่มหรือชุมชนเกม เพื่อหวังเอาไอเท็มจากท่าน	0.74**			
IMP: การแอบอ้างตัวตน		0.819	0.532	0.852
IMP1: ท่านเคยถูกผู้อื่นนำภาพของท่านไปใช้เป็นรูปโปรไฟล์เล่นเกม	0.77**			
IMP2: ท่านเคยถูกผู้อื่นแกล้งทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นเพศตรงข้าม	0.63**			
IMP3: ท่านเคยถูกผู้อื่นนำบัญชีของท่านไปใช้กลั่นแกล้งผู้เล่นในเกม	0.75**			
IMP4: ท่านเคยถูกผู้อื่นนำชื่อไปใช้สนทนากับบุคคลที่ไม่รู้จัก	0.76**			
HAR: การก่อกวน		0.892	0.738	0.784
HAR1: ท่านเคยถูกผู้อื่นเรียกชื่อที่ไม่สุภาพซ้ำแล้วซ้ำเล่าระหว่างเล่นเกม	0.99**			
HAR2: ท่านเคยถูกผู้อื่นด่าทอด้วยคำหยาบคายซ้ำ ๆ ระหว่างเล่นเกม	0.65**			
HAR3: ท่านเคยถูกผู้อื่นส่งข้อความก่อกวนระหว่างเล่นเกม	0.90**			
$\chi^2 = 171.18$, $df = 75$, $\chi^2/df = 2.282$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.95$, $SRMR = 0.029$, $RMSEA = 0.040$, $CFI = 0.99$				

** p < 0.01

จากตาราง 3 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) พิจารณาจากน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loadings : SFL) ของตัวบ่งชี้มีค่าสูงกว่า 0.50 (Hair et al., 2014) ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัด (Average Variance Extracted : AVE) มีค่าสูงกว่า 0.50 (Hair et al., 2014; Fornell & Larcker, 1981) และความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability : CR) มีค่าสูงกว่า 0.70 (Hair et al., 2014) ผลการตรวจสอบ พบว่า องค์ประกอบการด่าทอ (FLA) มี SFL ระหว่าง 0.64 - 0.77 มีค่า AVE = 0.507 และ CR = 0.754 องค์ประกอบการกีดกันออกจากกลุ่ม (EXC) มี SFL ระหว่าง 0.63 - 0.78 ค่า AVE = 0.503 และ CR = 0.751 องค์ประกอบการหลอกลวง (TRI) มี SFL ระหว่าง 0.70 - 0.75 ค่า AVE = 0.533 และ CR = 0.774 องค์ประกอบการแอบอ้างตัวตน (IMP) มี SFL ระหว่าง 0.63 - 0.77 ค่า AVE = 0.532 และ CR = 0.819 องค์ประกอบการก่อกวน (HAR) มี SFL ระหว่าง 0.65 - 0.99 ค่า AVE = 0.738 และ CR = 0.892 แสดงว่า องค์ประกอบของโมเดล มีความตรงเชิงเหมือนผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ผลการประเมินความเที่ยง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ของแต่ละองค์ประกอบ พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.728 - 0.852 สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ DeVellis (2017) ที่เสนอว่า ควรมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่า องค์ประกอบของโมเดล มีความเที่ยงผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตาราง 4 ผลการประเมินความตรงเชิงจำแนก

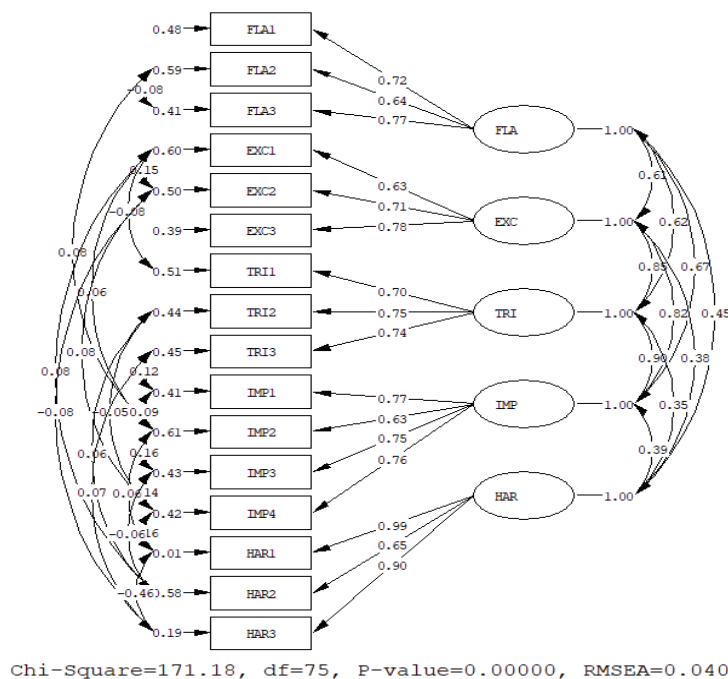
องค์ประกอบ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์				
	FLA	EXC	TRI	IMP	HAR
FLA	0.712				
EXC	0.462**	0.709			
TRI	0.462**	0.623**	0.730		
IMP	0.503**	0.620**	0.693**	0.729	
HAR	0.413**	0.336**	0.314**	0.391**	0.859

** p < 0.01; ค่าตัวเลขหนาตามแนวทแยง หมายถึง ค่า $\sqrt{AVE}$

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาความตรงเชิงจำแนก โดยเปรียบเทียบระหว่างค่า $\sqrt{AVE}$ ขององค์ประกอบกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ (Fornell & Larcker, 1981) พบว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การต่ำทอ (FLA) การกีดกันออกจากกลุ่ม (EXC) การหลอกลวง (TRI) การแอบอ้างตัวตน (IMP) การก่อกรวน (HAR) มีค่า $\sqrt{AVE}$ สูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ แสดงว่าองค์ประกอบของโมเดลมีความตรงเชิงจำแนกผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

รูปภาพประกอบ 1

น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ของประเทศไทย



ผลการตรวจสอบทฤษฎีจากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี พิจารณาได้

จากโมเดลมีความตรงและความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ โดยข้อค้นพบจากการศึกษานี้ มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ของ Willard (2007) ได้แก่ การด่าทอ เป็นการใช้อภัยคำหรือข้อความหยาบคาย ก้าวร้าว และรุนแรง เพื่อสร้างความขัดแย้งระหว่างบุคคล การกีดกันผู้อื่นออกจากกลุ่ม เป็นการลบหรือบล็อกผู้อื่นออกจากกลุ่มหรือชุมชนในโลกออนไลน์โดยเจตนา การหลอกหลวง เป็นการหลอกหลวงให้ผู้อื่นแชร์ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อสร้างความเสียหาย การแอบอ้างตัวตน เป็นการแอบอ้างเป็นบุคคลอื่นเพื่อกระทำการที่สร้างความเสียหายให้กับบุคคลนั้น และการก่อกวน เป็นการใช้อภัยคำ ข้อความ และการกระทำใด ๆ ที่มีเจตนาสร้างความรำคาญใจให้กับผู้อื่นซ้ำแล้วซ้ำเล่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang et al. (2019) พบว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์ ถูกการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ด้วยการด่าทอ การใช้อภัยคำหยาบคาย การก่อกวนให้ผู้เล่นอื่นเกิดความรำคาญ การพุดดูถูกความสามารถในการเล่น และการเล่นหลอกผู้เล่นให้ได้รับความเสียหาย และสอดคล้องกับการศึกษาของ Chang et al. (2014) พบว่า มีนักเรียนร้อยละ 10 เคยถูกคุกคามผ่านเกมออนไลน์ เช่น การแสดงความคิดเห็นหรือใช้คำพูดหยาบคาย การเผยแพร่ข่าวลือเชิงลบเกี่ยวกับบุคคลอื่น เป็นต้น

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษานี้เป็นการตรวจสอบทฤษฎี โดยมุ่งเน้นการประเมินคุณภาพของโมเดลการวัดในประเด็นที่ศึกษาดังนั้นการศึกษาในอนาคต สามารถขยายขอบเขตไปสู่การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อศึกษา ความสัมพันธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ ซึ่งจะช่วยการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมนี้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นในหมู่ผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย บ่งบอกถึงความสำคัญและเป็นประเด็นเร่งด่วนสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการแสวงหาหนทางเพื่อแก้ไขปัญหา เช่น การส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Media Literacy) วิธีการรับมือกับการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ หรือการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เป็นต้น เพื่อเป็นการป้องกันพฤติกรรมไม่เหมาะสมนี้ให้หมดไปจากสังคมไทย

7. สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้ แสดงให้เห็นถึงการมีอยู่จริงของพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในสื่อดิจิทัลอื่น โดยโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จำแนกพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ในเกมออนไลน์ได้ออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ การด่าทอ การกีดกันผู้อื่นออกจากกลุ่ม การหลอกหลวง การแอบอ้างตัวตน และการก่อกวน ซึ่งโมเดลที่ได้จากการศึกษามีความตรงและความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ทั้งภาครัฐและเอกชน ควรกำหนดกลไกหรือมาตรการป้องกันพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมเหล่านี้ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อผู้ถูกกระทำหรือผู้เล่นหน้าใหม่ในเกมออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

- โกสินทร์ เตชะนิยม เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และ พงกษาโนน พรหมจันทร์. (2564). ปัญหาการติดเกมออนไลน์ของเยาวชนไทย: ข้อมูลเชิงประจักษ์ การเปรียบเทียบนโยบายในต่างประเทศและข้อเสนอเชิงนโยบาย. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 2(1), 1-17.
- ปิลันธน์ ปุณณปุระภา และ วรณวรุณ ตั้งเจริญ. (2560). นวัตกรรมความก้าวร้าวจากเกมออนไลน์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 5(1), 140-147.
- ศุภกฤต ปิติพัฒน์ ปราการ พัฒนาสูงเนิน และ เสกศิลา มณีศรี. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อไอเท็มเสมือนในเกมออนไลน์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(6), 89-102.
- ศุภกฤต ปิติพัฒน์. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคเกมออนไลน์: กรณีศึกษา เกม PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG). *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 4(2), 93-110.
- Baldry, A. C., Farrington, D. P., & Sorrentino, A. (2016). Cyberbullying in youth: A pattern of disruptive behavior. *Psicología Educativa*, 22(1), 19-26.
- Ballabio, M., Griffiths, M. D., Urbán, R., Quartiroli, A., Demetrovics, Z., & Király, O. (2017). Do Gaming Motives Mediate between Psychiatric Symptoms and Problematic Gaming? An Empirical Survey Study. *Addiction Research and Theory*, 25(5), 397-408.
- Blunch, N. J. (2008). Introduction to structural equation modelling using SPSS and AMOS. California : SAGE.
- Chang, F. C., Lee, C. M., Chiu, C. H., His, W. Y., Huang, T. F., & Pan, Y. C. (2013). Relationships among cyberbullying, school bullying, and mental health in Taiwanese adolescents. *Journal of School Health*, 83(6), 454-462.
- Chang, F.-C., et al. (2014). Online gaming and risks predict cyberbullying perpetration and victimization in adolescents. *International Journal of Public Health*, 60(2), 257-266.
- Chu, X. W., Fan, C. Y., Liu, Q. Q., & Zhou, Z. K. (2018). Cyberbullying victimization and symptoms of depression and anxiety among Chinese adolescents: Examining hopelessness as a mediator and self-compassion as a moderator. *Computers in Human Behavior*, 86, 377-386.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications* (4th ed.). Thousand Oaks, CA : Sage.
- Fahy, A. E., Stansfeld, S. A., Smuk, M., Smith, N. R., Cummins, S., & Clark, C. (2016). Longitudinal associations between cyberbullying involvement and adolescent mental health. *Journal of Adolescent Health Official Publication of the Society for Adolescent Medicine*, 59(5), 502-509.
- Fan, X. & Sivo, S. (2005). Sensitivity of fit indexes to misspecified structural or measurement model components: Rationale of two-index strategy revisited. *Structural Equation Modeling*, 12(3), 343-367.

- Ferguson, C. J. (2011). Video Games and Youth Violence: A Prospective Analysis in Adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 40(4), 377–391.
- Ferguson, C., & J. Kilburn. (2009). The Public Health Risks of Media Violence: A Meta-analytic Review. *The Journal of Pediatrics*, 154(5), 759–763.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Griffiths, M. D. (2010). The role of context in online gaming excess and addiction: Some case study evidence. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 8(1), 119–125.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Harlow, United Kingdom : Pearson Education.
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2010). Bullying, Cyberbullying, and Suicide. *Archives of Suicide Research*, 14(3), 206–221.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53–60.
- Hox, J. J. (2010). *Multilevel analysis: Techniques and applications* (2nd ed.). New York : Routledge.
- Hu, L.-t., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55.
- Huang, C. L., Yang, S. C., & Hsieh, L. S. (2019). The cyberbullying behavior of Taiwanese adolescents in an online gaming environment. *Children and Youth Services Review*, 106, 104461.
- Kelloway, E. K. (2015). *Using Mplus for structural equation modeling; A researcher's guide* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA : Sage.
- Kim, S., Colwell, S. R., Kata, A., Boyle, M. H., & Georgiades, K. (2018). Cyberbullying victimization and adolescent mental health: Evidence of differential effects by sex and mental health problem type. *Journal of Youth & Adolescence*, 47(3), 661–972
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). New York : Guilford Press.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York : Guilford Press.
- Leung, A. N., & McBride-Chang, C. (2013). Game on? Online friendship, cyberbullying, and psychosocial adjustment in Hong Kong Chinese Children. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 32(2), 159–185.
- Li, Q., & Pustaka, A. (2017). When cyberbullies meet gamers: what do young adults think? *Educational Research*, 59(4), 426–443.
- Li, Q., Smith, P. K., & Cross, D. (2012). Research into cyberbullying: Context. In Q. Li, D. Cross, & P. K. Smith (Eds.). *Cyberbullying in the global playground. Research from international perspectives* (pp. 3–12). Chichester, UK : Wiley-Blackwell.

- McLoughlin, L.T., Simcock, G., Schwenn, P., Beaudequin, D., Driver, C., Kannis-Dymand, L., Lagopoulos, J., Hermens, D. F. (2022). Cyberbullying, metacognition, and quality of life: Preliminary findings from the Longitudinal Adolescent Brain Study (LABS). *Discover Psychology*, 2(5), 1-11.
- Nocentini, A., et al. (2010). Cyberbullying: Labels, Behaviours and Definition in Three European Countries. *Australian Journal of Guidance & Counselling*, 20(2), 129-142.
- Raskauskas, J., & Stoltz, A. D. (2007). Involvement in traditional and electronic bullying among adolescents. *Developmental Psychology*, 43, 564–575.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling* (3rd ed.). New Jersey : Lawrence Erlbaum.
- Sherry, J. (2007). Violent Video Games and Aggression: Why Can't We Find Effects? In *Mass Media Effects Research: Advances through Meta-analysis*, edited by R. W. Preiss, B. Gayle, N. Burrell, M. Allen and J. Bryant, pp.245–262. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed.). Boston : Pearson.
- Tokunaga, R. S. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 277–287.
- Willard, N. (2007). *Cyberbullying and cyberthreats: Responding to the challenge of online social cruelty, threats, and distress*. Champaign, IL : Research Press.
- Wolak, J., Mitchell, K., & Finkelhor, D. (2006). *Online victimization of youth: Five years later*. Alexandria : National Center for Missing & Exploited Children.
- Yang, S. C. (2012). Path to bullying in online gaming: The effects of gender, preference for playing violent games, hostility, and aggressive behavior on bullying. *Journal of Educational Computing Research*, 47(3), 235–249.

อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงาน
และบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่าน:
กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100
The Influence of Audit Committee Characteristics on Firm Performance and
the Mediation Effect of Tax Planning: Case Study of Listed Companies on
the Stock Exchange of Thailand's SET 100 Index

ศิวกรานต์ พันแจ้¹, จิราภา ชาลาธราวัฒน์², จิรัฐติกา วุฒิพันธุ์³, สุมินทร์ เบ้าธรรม⁴, กนกนภัส โสเชียว⁵
Siwakran Phanchaeng¹, Jirapa Chalatharawat², Jiradtikhan Wutipphan³, Sumintorn Baotham⁴, and Kanoknapat Sokhiaw⁵

Received : December 30, 2023 Revised : March 27, 2024 Accepted : March 29, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 ระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 317 ตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดให้คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบเป็นตัวแปรอิสระ การวางแผนภาษีเป็นตัวแปรส่งผ่าน และผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบวัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบและจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่ากิจการ และจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับการวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม และการศึกษานี้ยังพบว่า การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวมมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) และมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทน ต่อผู้ถือหุ้น สำหรับการวิเคราะห์การวางแผนภาษีเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน พบว่า การวางแผนภาษีไม่ถือว่าเป็นตัวแปรส่งผ่าน

คำสำคัญ : คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ การวางแผนภาษี ผลการดำเนินงาน

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น

² Master Student, Rajamangala University of Technology Isan Khonkaen Campus

^{2,3,5} อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น (ผู้ประสานงานหลัก)

^{2,3,5} Lecturer, Rajamangala University of Technology Isan Khonkaen Campus (Corresponding Author)

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร

⁴ Assistant Professor, Rajamangala University of Technology Isan Sakon Nakhon Campus

Corresponding author E-mail: jirapa.ch@rmu.ac.th

Abstract

The purpose of this research was to study the influence of audit committee characteristics on the firm performance through tax planning of listed companies on the Stock Exchange of Thailand's SET 100 during 2018 – 2022. The total sample was 317 companies. In this study, the audit committee characteristics were set as the independent variable, tax planning is a mediator variable, and firm performance were the dependent variables. The results of the multiple regression analysis found that the characteristics of the audit committee were measured by the number of audit committee members, and the number of audit committee meetings, having significantly negative influence to firm performance which measuring by firm value. The result of number of audit committee meetings that had a relationship in the same direction as tax planning, which was measured from effective tax rate (ETR). Moreover, the number of female audit committee members has an opposite influence on tax planning as measured by the ratio of the current tax cash to operating flow (TAX/CFO). In this study also found that the ratio of the current tax to total assets (TAX/ASSET) having a influence in the same direction as firm performance which were measured by the return on assets ratio (ROA), return on equity ratio (ROE) and firm value (Tobin's Q). In addition, tax planning, which was measured by the effective income tax rate, had an inverse influence with the firm performance as measured by the return on assets ratio (ROA) and return on equity ratio (ROE). For the analysis of tax planning as a mediator variable of the relationship between audit committee characteristics and the firm performance, it was found that tax planning was not considered a mediator variable

Keywords : Audit Committee Characteristics, Tax Planning, Firm Performance

1. บทนำ

ในปัจจุบันการวิจัยในตลาดทุนและนักลงทุนให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงาน เนื่องจากผลการดำเนินงานเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ทราบถึงความสามารถในการบริหารงานของผู้บริหาร และแสดงถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นผู้ถือหุ้นจึงใช้ข้อมูลผลการดำเนินงานในการพยากรณ์ถึงแนวโน้มการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต การศึกษาในอดีตได้กล่าวถึงความสำคัญของผลการดำเนินงาน เช่น แววดาว พรหมเสน (2563 : 85) กล่าวว่า “นักลงทุนจะนำข้อมูลจากงบการเงินมาพิจารณาแนวโน้มการทำกำไรในอนาคต และความสามารถในการดำเนินงานของผู้บริหารเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์” สอดคล้องกับแนวคิดของ สุชนันท์ ประพันธ์พัฒน์ (2564 : 28) และ วิฑิตภรณ์ สีนจัญญศักดิ์ (2566 : 295) ที่กล่าวว่า “ข้อมูลในรายงานประจำปีมีคุณค่าและมีความสำคัญในการตัดสินใจของนักลงทุนนำไปใช้ในการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์” ซึ่งผลการดำเนินงานจึงมีความสำคัญและเป็นตัวชี้วัดวัดความสามารถในการดำเนินงานของบริษัท การศึกษาของ สัตยา ตันจันทรพงศ์ และ พัทธยศ เดชสิริ (2561) ได้ศึกษาการวัดผลการดำเนินงานใน 2 มุมมอง ได้แก่ มุมมองทางบัญชี ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น และมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ มูลค่ากิจการ (Tobin's Q) และการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน พบว่ามีปัจจัยทั้งทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงินส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ เช่น มูลค่าของสินทรัพย์ ยอดขาย กำไร การกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และทุน

ทางปัญญา ดังการศึกษาของ จูิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์ (2566) พบว่า การกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน กล่าวคือ บริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีแสดงให้เห็นการมีระบบบริหารจัดการแบบมืออาชีพและมีมาตรฐานส่งผลให้รายงานทางการเงินมีความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อองค์กรซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เบญจพร โมกษะเวช และชาญชัย ปัญญาพัฒนศักดิ์ (2562)

ประเทศไทย โดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้ออกหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อประโยชน์ในการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน ตรงตามความมุ่งหวังของทั้งภาคธุรกิจ ผู้ลงทุน ตลอดจนตลาดทุน และสังคมโดยรวม หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีถือเป็นกลไกในการถ่วงดุลการบริหารของฝ่ายบริหารโดยกำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบกระบวนการรายงานทางการเงิน กำกับดูแลการควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงทำหน้าที่สอบทานการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีและการวางแผนภาษีที่เหมาะสมกับบริษัท และกำหนดคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ โดยจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทจดทะเบียนจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คนแต่ไม่เกิน 5 คน และต้องมีความรู้ความเข้าใจความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านบัญชี ด้านการเงินหรือด้านการตรวจสอบภายใน รวมถึงต้องจัดให้มีการประชุมร่วมกับผู้บริหาร ผู้สอบบัญชี ผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ [ก.ล.ต.], 2560) สอดคล้องกับแนวคิดการศึกษาในอดีตของสตัยา ตันจันทรพงศ์ และรัชเนีย บังเมฆ (2560) ที่กล่าวว่า กิจการที่มีการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบจะช่วยลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้น และเป็นไปตามทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) แนวคิดของ Jensen และ Meckling (1976) ที่กล่าวว่า หากผู้บริหารมีพฤติกรรมฉ้อโกงอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งคณะกรรมการตรวจสอบมีบทบาทสำคัญในการปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นว่าผู้บริหารจะปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ มีผลการศึกษาที่ยืนยันถึงบทบาทของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อการสร้างคุณค่าของกิจการ ได้แก่ การศึกษาของอาภรณ์ แก้ววงษ์ และ พิมพิศา พรหมมา (2565) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน โดยวัดคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ ความถี่ของการประชุม ประธานกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ด้านการบัญชีหรือการเงินและสัดส่วนของกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง และการศึกษาของภูติพิ ไชยผล และคณะ (2563) พบว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านบัญชีและการเงินมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน กล่าวคือ จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเชี่ยวชาญด้านบัญชีและการเงินเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก คณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจะสามารถชี้แนะจุดอ่อนของระบบการควบคุมภายในหรือประเด็นที่อาจเกิดการทุจริตภายในบริษัทได้ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน และนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น โดยเฉพาะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น และช่วยสอบทานการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีและการวางแผนภาษีที่เหมาะสม (สตัยา ตันจันทรพงศ์ และ รัชเนีย บังเมฆ, 2560) รวมถึงเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นว่าผู้บริหารสามารถปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น

นอกจากนี้ ในปัจจุบันการบริหารจัดการภาษีของธุรกิจหรือการวางแผนภาษี (Tax Planning) เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานและมูลค่ากิจการที่ผู้บริหารและนักลงทุนให้ความสนใจ เนื่องจากวางแผนภาษีมีผลต่อค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล การวางแผนภาษีสามารถทำได้ 2 วิธี ได้แก่ การทำให้กำไรทางภาษีลดลงแต่ไม่ส่งผลต่อกำไรทางบัญชีและการทำให้กำไรทางภาษีและกำไรทางบัญชีลดลงในทิศทางเดียวกัน การวางแผนภาษีถือได้ว่าเป็นการเตรียมการเพื่อการปฏิบัติในอนาคตเกี่ยวกับรายการทางการเงินที่เกี่ยวข้อง

กับประเด็นทางภาษีอากร ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้การเสียภาษีและการปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีของบริษัทเป็นไปด้วยความถูกต้องครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในกฎหมายภาษีอากรและต้องเสียภาษีเป็นจำนวนน้อยที่สุดหรือประหยัดที่สุด โดยมีใช้การทุจริตหลักเสียภาษี แต่เป็นการนำสิทธิประโยชน์ทางภาษีมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การศึกษาในอดีตได้มีการศึกษาถึงบทบาทของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าใช้จ่ายทางภาษีอากรและมูลค่ากิจการที่เพิ่มขึ้น เนื่องจาก คณะกรรมการตรวจสอบถือได้ว่าเป็นกลไกของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีหน้าที่สำคัญในการกำกับ ติดตาม ดูแลกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินให้โปร่งใส โดยคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วย การประชุม ความอิสระ ขนาด และความเชี่ยวชาญของคณะกรรมการตรวจสอบสามารถเสริมสร้างคุณภาพของการกำกับดูแลกิจการได้ ดังการศึกษาในอดีตของ Deslandes, Fortin, และ Landry (2020) ที่ศึกษา คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษีอากร ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษีของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งการศึกษาในอดีตเกี่ยวกับการวางแผนภาษี พบว่า การวางแผนภาษีมีการศึกษาในบทบาทฐานะตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม แต่ยังมีการศึกษาการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่านค่อนข้างน้อย โดยการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า ธุรกิจที่มีการวางแผนภาษีที่ดีจะทำให้ค่าใช้จ่ายภาษีของธุรกิจนั้นลดลง ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น เช่น การศึกษาของสัตยา ตันจันทรพงศ์ และ พัทธิยศ เดชศิริ (2561) และ กรรณิกา ศรีบุญเรือง และจิราพัชร สุทธิ (2564) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในอดีตยังไม่สอดคล้องหรือยังมีความขัดแย้งกัน เช่น การศึกษาของเกษศิริ ตั้งอัน (2565) พบว่า การวางแผนภาษีไม่มีผลกระทบต่อมูลค่ากิจการ อธิบายไว้ว่า อาจเกิดจากนักลงทุนไม่ได้สนใจอัตราภาษีที่แท้จริงที่กิจการจ่ายชำระ แต่นักลงทุนสนใจเพียงแค่กำไรขาดทุนหรือผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับเท่านั้น จากการทบทวนการศึกษาในอดีตเกี่ยวกับบทบาทของการวางแผนภาษีที่มีต่อผลการดำเนินงานหรือมูลค่ากิจการ ผลการศึกษาพบผลกระทบทั้งในทางบวก ทางลบ และไม่มีผลกระทบหรือไม่สามารถสรุปทิศทางของผลกระทบได้ ทั้งนี้ เป็นไปได้ว่าอาจเกิดจากการกำหนดบทบาทของการวางแผนภาษีที่ทำให้พบผลการศึกษาที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงนำไปสู่คำถามการวิจัยที่ว่า การวางแผนภาษีมีบทบาทฐานะเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความสัมพันธ์ของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดสูงและการซื้อขายมีสภาพคล่องสูงที่สุด 100 อันดับแรก และยังเป็นบริษัทที่มีความสำคัญกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงเป็นบริษัทขนาดใหญ่จะมีการวางแผนภาษีที่สูงขึ้น (สัตยา ตันจันทรพงศ์ และรัชนิยา บังเมฆ, 2560) และข้อสังเกตที่ได้จากการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินและผู้บริหารในการนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนและวางแผนการบริหารภาษีของกิจการต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงาน
- 2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อการวางแผนภาษี
- 2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการวางแผนภาษีที่มีต่อผลการดำเนินงาน
- 2.4 เพื่อศึกษาบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างความสัมพันธ์ของคุณลักษณะ

คณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 ทฤษฎีตัวแทน

แนวคิดทฤษฎีตัวแทนของ Jensen และ Meckling (1976) อธิบายถึง พฤติกรรมระหว่างบุคคลสองฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายผู้มอบอำนาจในการบริหาร หรือเรียกว่า ตัวการ (Principle) ซึ่งหมายถึง เจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรหรือเงินลงทุนที่แท้จริงแต่ไม่สามารถบริหารกิจการด้วยตนเองได้กับอีกฝ่ายผู้รับมอบอำนาจในการบริหารหรือเรียกว่า ตัวแทน (Agency) ซึ่งหมายถึง บุคคลซึ่งเป็นผู้ได้รับการแต่งตั้งจากตัวการเพื่อบริหารกิจการ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่เจ้าของกิจการ ทั้งนี้ ทฤษฎีตัวแทนอธิบายถึงปัญหาความขัดแย้งระหว่างตัวการและตัวแทนเมื่อวัตถุประสงค์ในการบริหารงานของตัวแทนหรือผู้บริหารกิจการไม่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของเจ้าของกิจการซึ่งทำให้เกิดปัญหาตัวแทน ดังนั้น ผู้บริหารจะเลือกใช้กลไกต่าง ๆ เพื่อช่วยป้องกันและลดปัญหาอันเกิดจากปัญหาตัวแทนที่เกิดขึ้น ซึ่งการวางแผนภาษีที่ดีก็เป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่แสดงถึงการบริหารกิจการที่ดีของตัวแทนที่จะช่วยป้องกันหรือลดปัญหาตัวแทนอันเกิดจากการเลือกกระทำการวางแผนภาษีของผู้บริหารที่ไม่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของเจ้าของกิจการและการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบที่มีคุณลักษณะหรือมีความสามารถในการกำกับดูแลตรวจสอบกระบวนการรายงานทางการเงิน การควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพที่จะช่วยให้กิจการมีความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นทำให้เกิดคุณค่าต่อกิจการในระยะยาว

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในปี พ.ศ. 2560 คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้ออกหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อเป็นหลักปฏิบัติให้กับคณะกรรมการบริษัทในการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืนตรงตามความมุ่งหวังของทั้งภาคธุรกิจ นักลงทุน ตลอดจนตลาดทุนและสังคมโดยรวม เวนิกา อ้ายเบ็ง (2557) กล่าวว่า การกำกับดูแลกิจการเป็นเครื่องมือที่ใช้ป้องกันและแก้ไขปัญหาความขัดแย้งระหว่างตัวการและตัวแทน รวมทั้งถือเป็นกลไกควบคุมการทำงานของฝ่ายบริหารของบริษัท ทำให้บริษัทมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ยังถือเป็นการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเฉพาะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีบทบาทสำคัญในช่วยปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น และเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นว่าผู้บริหารสามารถปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น (Qamhan, Che Haat, Hashim, & Salleh, 2018) การศึกษาในอดีตจึงให้ความสนใจศึกษาคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบเนื่องจากเป็นปัจจัยสนับสนุนกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการศึกษาบทบาทของคณะกรรมการตรวจสอบกับการเลือกกลยุทธ์ในการบริหารจัดการด้านภาษีอากร การศึกษาในอดีตได้วัดคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ โดยพิจารณาจากความเป็นอิสระ ขนาด จำนวนการประชุม ความเชี่ยวชาญทางภาษีและการเงิน เป็นต้น การศึกษานี้ได้ให้ความหมายคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความสามารถในการตรวจสอบกระบวนการรายงานทางการเงินและกำกับดูแลการควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพ เช่น ความระมัดระวัง การยอมรับความเสี่ยง ความรู้ความชำนาญและการจัดสรรเวลาในการทำหน้าที่และวัดคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบและจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการเงินสอดคล้องกับการศึกษาของ สัตยา ตันจันท์พงศ์ และ รัชเนีย บังเมฆ (2560) และ Lim-u-sanno, Wiroonratch, และ Tripipat (2023)

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนภาษี

ค่าใช้จ่ายทางภาษีถือเป็นต้นทุนของธุรกิจซึ่งส่งผลให้กิจการมีกำไรทางบัญชีเพิ่มขึ้น การวางแผนภาษีไม่ใช่การหลีกเลี่ยงการชำระภาษี แต่เป็นการวางแผนตามกฎหมายทางภาษี สุเทพ พงษ์พิทักษ์ (2564) ได้ให้ความหมายการวางแผนภาษี คือ การกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม เพื่อการปฏิบัติในอนาคตเกี่ยวกับรายการทางการเงินกับประเด็นทางภาษี โดยมุ่งหมายให้การเสียภาษีและการปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีขององค์กรเป็นไปด้วยความถูกต้องและครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กฎหมายภาษีอากรหรือประมวลรัษฎากรกำหนดไว้ ส่งผลให้การเสียภาษีน้อยลงหรือประหยัดที่สุด ทั้งนี้ ไม่อาศัยการทุจริตหลีกเลี่ยงภาษี เช่นเดียวกับแนวความคิดของรสนา ไซติสุวรรณ (2561) การวางแผนภาษีสามารถทำได้ 2 วิธี ได้แก่ 1) การวางแผนภาษีส่งผลให้กำไรทางภาษีลดลง แต่ไม่ส่งผลต่อกำไรทางบัญชี คือ เมื่อค่าใช้จ่ายทางภาษีลดลงจะส่งผลให้กำไรทางภาษีลดลง แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิทางบัญชี สามารถวัดระดับการวางแผนภาษีโดยใช้อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง Effective Tax Rate (ETR) ซึ่งเป็นเครื่องมือวิเคราะห์การบริหารจัดการนโยบายทางภาษี (สตัยา ตันจันทรพงศ์ และ รัชเนีย บังเมฆ, 2560; เกษศิริ ตั้งอัน, 2565) 2) การวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางภาษีและกำไรทางบัญชีลดลงในทิศทางเดียวกัน วัดค่าจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) แสดงถึงประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้ของกิจการ และอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (TAX/CFO) แสดงถึง ผลการดำเนินงานที่แท้จริงของกิจการ คำนวณจากกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานที่จะไม่ได้รับผลกระทบจากการบริหารภาษีโดยใช้เกณฑ์คงค้าง (เกษศิริ ตั้งอัน, 2565; กรรณิกา ศรีบุญเรือง และ จิราพัชร สุทธิ, 2564) จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนภาษี การศึกษานี้ได้สรุปความหมายการวางแผนภาษี หมายถึง ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของกิจการภายใต้กรอบของกฎหมายที่ช่วยให้กิจการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การชำระภาษีเป็นไปอย่างถูกต้องครบถ้วน และจำนวนที่ต้องเสียภาษีน้น้อยที่สุด โดยวัดการวางแผนภาษีจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม และอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน

3.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

สตัยา ตันจันทรพงศ์ (2558) ได้ให้ความหมาย ผลการดำเนินงาน คือ การวัดผลการดำเนินงานซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรที่แสดงถึงความสามารถในการบริหารงานของผู้บริหารและผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น ซึ่งในการวัดผลการดำเนินงานจะครอบคลุมทั้ง 2 มุมมอง คือ 1) มุมมองทางด้านบัญชีจะใช้ผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และ 2) มุมมองด้านเศรษฐศาสตร์จะใช้การวัดมูลค่ากิจการด้วยวิธีวัดที่นิยม คือ Tobin's Q เช่นเดียวกับแนวความคิดของบดินทร์ มหาวงศ์ และไพบุลย์ ผงวงษ์ (2562)

3.5 ความเสี่ยงทางการเงิน

ความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) เป็นภาระหนี้สินของกิจการที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายและมูลค่ากิจการ การศึกษาในอดีตได้ศึกษาความเสี่ยงทางการเงินในฐานะตัวแปรควบคุม เพราะความเสี่ยงทางการเงินมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของมูลค่ากิจการและมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มขึ้นของรายได้ จึงถือได้ว่าความเสี่ยงทางการเงินเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญและเป็นแรงจูงใจให้นักลงทุนสนใจลงทุนในกิจการ ดังนั้น ผู้บริหารจึงให้ความสำคัญและตระหนักถึงความเสี่ยงทางการเงินเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและเกิดมูลค่าต่อกิจการ (ณัฐพัชร นวลมณีฐิติ, 2563) การศึกษานี้ได้ให้ความหมายความเสี่ยงทางการเงิน หมายถึง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนของบริษัทที่มาจากการก่อหนี้ โดยวัดค่าความเสี่ยงจากหนี้สินรวมหารสินทรัพย์รวม เช่นเดียวกับการศึกษาของ สตัยา ตันจันทรพงศ์ และรัชเนีย บังเมฆ (2560)

3.6 การพัฒนาสมมติฐาน

การศึกษาในอดีตของคุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบมีอิทธิพลกับผลการดำเนินงาน เช่น การศึกษาของ ประเสริฐ พิมศิริ และคณะ (2562) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่ากิจการ อธิบายได้ว่า ขนาดของคณะกรรมกรที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทลดลง เนื่องจากการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ความลังเล และไม่เด็ดขาดของกลุ่มคณะกรรมกรตรวจสอบขนาดใหญ่แต่อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ อาจารย์ ประจวบเหมาะ และคณะ (2561) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน อธิบายได้ว่า การไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน อาจมีสาเหตุมาจากตัวชี้วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นแหล่งข้อมูลที่มาจากการเงินเป็นข้อมูลในอดีตทั้งสิ้นและข้อมูลหลายส่วนมักถูกตกแต่งบิดเบือน โดยวิธีการบัญชีต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้บริหารวิเคราะห์ข้อมูลผิดพลาด ทำให้ไม่สามารถบ่งชี้ได้แน่ชัดว่ากำไรที่ได้นั้นคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ วันศิริ ประเสริฐทรัพย์ (2564) และ Sutarnin และ Andesto (2022) นำไปสู่สมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบมีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษี

การศึกษาในอดีตของคุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษี เช่น การศึกษาของ สัตยา ตันจันทร์พงศ์ และ รัชเนีย บังเมฆ (2560) พบว่า จำนวนคณะกรรมกรตรวจสอบมีอิทธิพลในเชิงลบกับการวางแผนภาษีที่ทำให้ทั้งกำไรทางบัญชีและกำไรทางภาษีลดลง อธิบายได้ว่า บริษัทที่มีจำนวนกรรมกรตรวจสอบเพิ่มขึ้น ทำให้การวางแผนภาษีลดลง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Dang และ Nguyen (2022) พบว่า ขนาดของคณะกรรมกรตรวจสอบเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การหลีกเลี่ยงภาษีหรือการวางแผนภาษีลดลง แต่ในขณะเดียวกันพบว่า จำนวนคณะกรรมกรตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการเงินและจำนวนคณะกรรมกรตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ อธิบายได้ว่า คุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบดังกล่าวสามารถลดความเสี่ยงและการหลีกเลี่ยงภาษีหรือการวางแผนภาษีได้สอดคล้องกับการศึกษาของ Lim-u-sanno, Wiroonratch, และ Tripipat (2023) พบว่า จำนวนคณะกรรมกรตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ อธิบายได้ว่า คณะกรรมกรตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงจะมีมุมมองที่แตกต่างและหลากหลายสามารถช่วยให้การวางแผนภาษีละเอียดยิ่งขึ้น ทำให้การวางแผนภาษีลดลง และการศึกษาของ Islam และ Hashim (2023) พบว่า จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมกรตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ อธิบายได้ว่า จำนวนครั้งในการประชุมอาจช่วยลดการปฏิบัติในหลีกเลี่ยงภาษีเงินได้นิติบุคคลและทำให้การวางแผนภาษีลดลง ทั้งนี้ ยังมีการศึกษาในอดีตที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบกับการวางแผนภาษี เช่น การศึกษาของ อาภรณ์ แก้วทองนงค์ นพพร แพทย์รัตน์ และ อาทิตย์ สุขเสน (2564) และ Harsono และ Yoren (2022) จากการศึกษาในอดีตนำไปสู่สมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะคณะกรรมกรตรวจสอบมีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษี

ทั้งนี้ การศึกษาในอดีตของการวางแผนภาษีมีอิทธิพลกับผลการดำเนินงาน เช่นการศึกษาของ สัตยา ตันจันทร์พงศ์ และ พัทธิศ เดชศิริ (2561) พบว่า การวางแผนภาษีมีผลกระทบในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท บ่งชี้ว่า บริษัทที่มีการวางแผนภาษีจะมีผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นเพราะการวางแผนภาษีจะทำให้ค่าใช้จ่ายภาษีลดลง ในทางตรงข้ามผลการศึกษาของ สัตยา ตันจันทร์พงศ์ (2561) พบว่า การวางแผนภาษีมีผลกระทบในเชิงลบกับมูลค่ากิจการ อธิบายได้ว่า การวางแผนภาษีจะมีผลกระทบต่อมูลค่ากิจการที่ลดลง ซึ่งภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็น

รายการที่เกิดขึ้นชั่วคราวและไม่มีความยั่งยืนและมีความเกี่ยวข้องกับต้นทุนอื่น ๆ จึงตอบสนองต่อมูลค่ากิจการในทางลดลง อีกทั้งการศึกษาของ เกษศิริณี ตั้งอัน (2565) พบว่า การวางแผนภาษีไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการ เพราะนักลงทุนไม่ได้ให้ความสนใจกับอัตราภาษีที่แท้จริงที่บริษัทจ่ายแต่สนใจเพียงแค่กำไรขาดทุนหรือผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับเท่านั้น จึงทำให้อัตราภาษีที่แท้จริงไม่ส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ จิตาพร กุลศิริวินิชย์ (2564) และ กนกอร แก้วประภา จิระพันธ์ ชูจันทร์ และ ชัยมงคล ผลแก้ว (2565) นำไปสู่สมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 การวางแผนภาษีมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

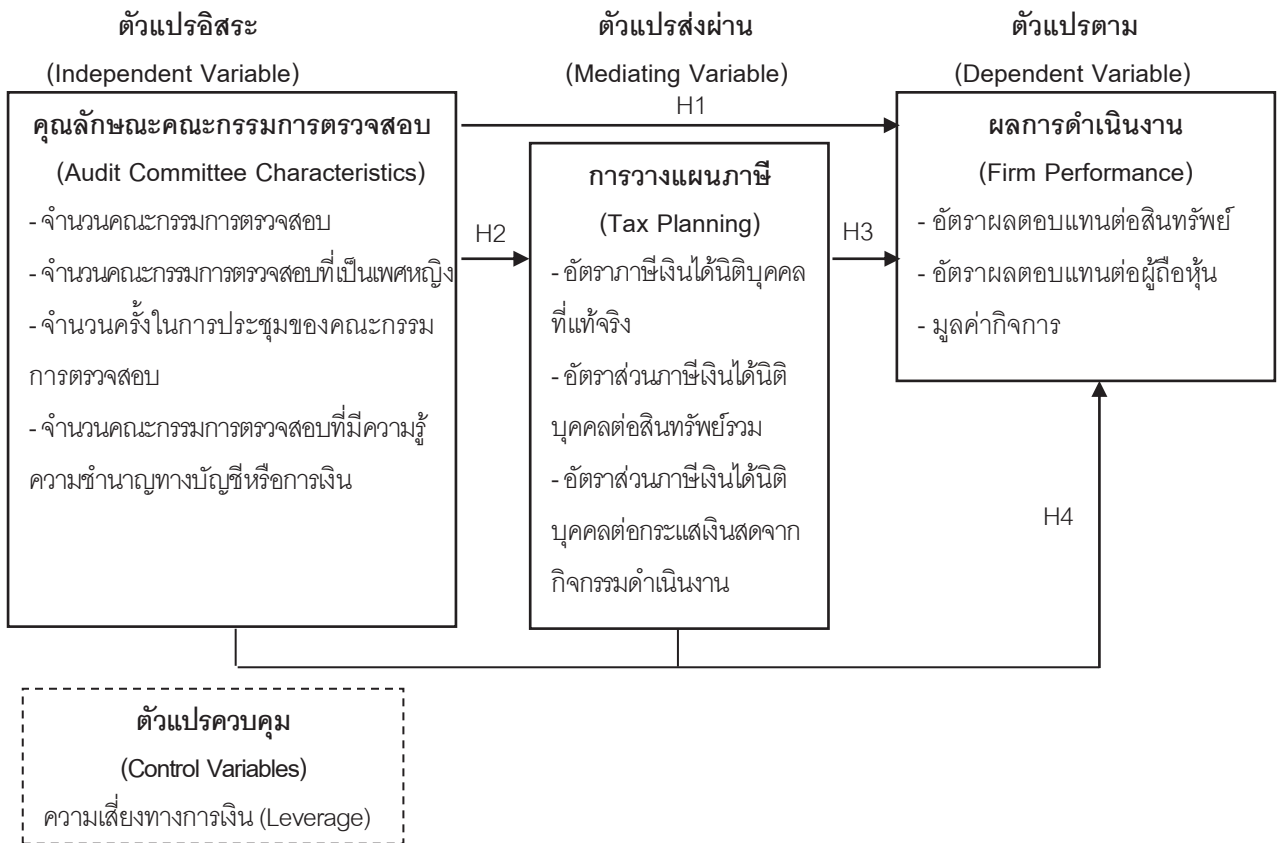
จากการทบทวนการศึกษายกย่องของการวางแผนภาษีที่มีต่อผลการดำเนินงานหรือมูลค่าของกิจการ การศึกษาพบผลกระทบทั้งในทางบวก ทางลบ และไม่มีผลกระทบ หรือไม่ สามารถสรุปทิศทางของผลกระทบได้ ดังการศึกษาของ สุวานนท์ คงสุข (2563) ได้ศึกษาอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการโดยผ่านการวางแผนภาษี ผลการศึกษาพบสัดส่วนการถือหุ้นของกรรมการบริหารมีอิทธิพลในทิศทางบวกกับการวางแผนภาษีและมูลค่าของกิจการ อธิบายได้ว่าการวางแผนภาษีช่วยลดภาระทางภาษีให้น้อยลงและส่งให้ต้นทุนในการดำเนินงานธุรกิจลดลงจึงเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ สัตยา ตันจันทร์พงศ์ (2558) พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงบวกกับผลการดำเนินงานที่วัดจากค่า Tobin's Q ขณะที่การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลเชิงลบกับการวางแผนภาษีและการวางแผนภาษีมีอิทธิพลเชิงลบกับผลการดำเนินงาน และการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับผลการดำเนินงานผ่านการวางแผนภาษี แตกต่างจากผลการศึกษาของ สัตยา ตันจันทร์พงศ์ และ พัทยาเดช เดชสิริ (2561) ซึ่งได้ศึกษาการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรอิสระ ผลการศึกษา พบว่า การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) มีผลกระทบเชิงลบกับผลการดำเนินงานที่วัดจากมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) และการศึกษาที่ไม่พบผลกระทบ เช่น การศึกษาของ จิตาพร กุลศิริวินิชย์ (2564) และ กนกอร แก้วประภา และคณะ (2565) ทั้งนี้ เป็นไปได้ว่าอาจเนื่องจากการกำหนดบทบาทของการวางแผนภาษีที่ทำให้พบผลการศึกษาที่ต่างกันไปจึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 การวางแผนภาษีเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะ

คณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดในการวิจัย



5. วิธีดำเนินงานวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 โดยทำการศึกษาข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 5 ปี ทั้งนี้ ยกเว้นธุรกิจการเงิน บริษัทที่มีผลขาดทุนทางบัญชีก่อนหักภาษีเงินได้ บริษัทที่ไม่ใช่รอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม และบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน ทำให้มีจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 317 ตัวอย่าง รายละเอียดการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา

เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	2561	2562	2563	2564	2565	รวม
จำนวนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	100	100	100	100	100	500
กลุ่มดัชนี SET 100						
หัก ธุรกิจการเงิน	15	16	16	18	20	85
หัก บริษัทที่มีผลขาดทุนทางบัญชีก่อนหักภาษีเงินได้	4	8	14	8	7	41
หัก บริษัทที่ไม่ใช่รอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	3	3	3	2	1	12
หัก บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน	17	13	9	5	1	45
จำนวนข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น	61	60	58	67	71	317

5.2 แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบว่าลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงานและบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่าน: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การทดสอบสมมติฐานในการวิจัยมีตัวแบบที่ใช้ในการทดสอบแสดงได้ 12 ตัวแบบจำลองดังนี้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (1)$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (2)$$

$$Tobin's Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (3)$$

การทดสอบสมมติฐานที่ 2:

$$ETR_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (4)$$

$$TAX/ASSETS_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (5)$$

$$TAX/CFO_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (6)$$

การทดสอบสมมติฐานที่ 3:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 ETR_{it} + \beta_2 TAX/ASSETS_{it} + \beta_3 TAX/CFO_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (7)$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 ETR_{it} + \beta_2 TAX/ASSETS_{it} + \beta_3 TAX/CFO_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (8)$$

$$Tobin's Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 ETR_{it} + \beta_2 TAX/ASSETS_{it} + \beta_3 TAX/CFO_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (9)$$

การทดสอบสมมติฐานที่ 4:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 ETR_{it} + \beta_6 TAX/ASSETS_{it} + \beta_7 TAX/CFO_{it} + \beta_8 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (10)$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 ETR_{it} + \beta_6 TAX/ASSETS_{it} + \beta_7 TAX/CFO_{it} + \beta_8 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (11)$$

$$Tobin's Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 AC_N_{it} + \beta_2 AC_F_{it} + \beta_3 AC_M_{it} + \beta_4 AC_EXP_{it} + \beta_5 ETR_{it} + \beta_6 TAX/ASSETS_{it} + \beta_7 TAX/CFO_{it} + \beta_8 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad \dots\dots\dots (12)$$

โดย	
ROA_{it}	คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัท i ปีที่ t
ROE_{it}	คือ อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นของบริษัท i ปีที่ t
Tobin's Q_{it}	คือ มูลค่ากิจการของบริษัท i ปีที่ t
AC_N_{it}	คือ จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท i ปีที่ t
AC_F_{it}	คือ จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงของบริษัท i ปีที่ t
AC_M_{it}	คือ จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท i ปีที่ t
AC_EXP_{it}	คือ จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการเงินของบริษัท i ปีที่ t
ETR_{it}	คือ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง คำนวณจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในงวดปัจจุบันหารด้วยกำไรทางบัญชีก่อนภาษีของบริษัท i ปีที่ t
$TAX/ASSETS_{it}$	คือ อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม คำนวณจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในงวดปัจจุบันหารด้วยสินทรัพย์รวมของบริษัท i ปีที่ t
TAX/CFO_{it}	คือ อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานคำนวณจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในงวดปัจจุบันหารด้วยกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัท i ปีที่ t
LEV_{it}	คือ ความเสี่ยงทางการเงิน คำนวณจากหนี้สินรวมหารสินทรัพย์รวม ณ วันสิ้นปีของบริษัท i ในปี t
ε	คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

5.3 การวัดค่าตัวแปร

1. **ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ** คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee Characteristics) วัดค่าตัวแปรจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบและจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการเงิน

2. **ตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variable) คือ** การวางแผนภาษี (Tax Planning) วัดได้ 2 วิธีคือ

1) การวางแผนภาษีส่งผลให้กำไรทางภาษีลดลง แต่ไม่ส่งผลต่อกำไรทางบัญชี (Book-Tax Nonconforming Tax Planning) วัดจากระดับการวางแผนภาษีโดยใช้อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง Effective Tax Rate (ETR) คำนวณจากอัตราส่วนของค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในงวดปัจจุบันต่อกำไรทางบัญชีก่อนหักภาษี (เกษศิริณี ตั้งอั้น, 2565; สัตยา ตันจันทร์พงศ์ และ รัชนิยา บังเมฆ, 2560)

2) การวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางภาษีและกำไรทางบัญชีลดลงในทิศทางเดียวกัน (Book-Tax Conforming Tax Planning) วัดจากระดับการวางแผนภาษีโดยใช้อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) คำนวณจากอัตราส่วนของค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในงวดปัจจุบันต่อสินทรัพย์รวมและอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (TAX/CFO) คำนวณจากอัตราส่วนของค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในงวดปัจจุบันต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (เกษศิริณี ตั้งอั้น, 2565; กรรณิกา ศรีบุญเรือง และ จิราพัชร สุทธิ, 2564)

3. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ผลการดำเนินงาน (Firm Performance) วัดจาก 2

มุมมอง ประกอบด้วย 1) มุมมองด้านการบัญชี โดยอาศัยข้อมูลจากตัวเลขของงบการเงิน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets : ROA) คำนวณจากกำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้หารด้วยสินทรัพย์รวมเฉลี่ย และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE) คำนวณจากกำไรสุทธิหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ย และ 2) มุมมองด้านเศรษฐศาสตร์ โดยอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าทางการตลาด คือ มูลค่ากิจการ (Tobin's Q) คำนวณจากผลรวมของมูลค่าตลาดของหลักทรัพย์และมูลค่าทางบัญชีของหนี้สินรวมหารด้วยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์รวม

4 ตัวแปรควบคุม (Control Variables) คือ ความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) คำนวณจากหนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวม

5.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าต่ำที่สุด (Minimum) ค่าสูงที่สุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านตามแนวคิดของ Baron และ Kenny (1986) ประกอบด้วยการวิเคราะห์ 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

ขั้นที่ 2 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรส่งผ่าน

ขั้นที่ 3 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อตัวแปรตาม ทั้งนี้ ตามแนวคิดกำหนดไว้ว่าขั้นตอนที่ 1 -3 ผลการทดสอบต้องมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด จึงนำไปทดสอบ

ขั้นที่ 4 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระและตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อตัวแปรตาม

โดยก่อนทำการวิเคราะห์ได้ตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีการแจกแจงปกติ (Normal Distribution) พบว่า โดยภาพรวมตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ (Skewness Coefficient) ไม่เกิน ± 3 และค่าสัมประสิทธิ์ความโด่ง (Kurtosis Coefficient) ไม่เกิน ± 10 แสดงถึง ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีการแจกแจงปกติ และการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) โดยพิจารณา ค่า Durbin-Watson มีค่าระหว่าง 1.5 - 2.5 แสดงถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระกัน หรือไม่เกิดปัญหา Autocorrelation (Song, Hanh, Cuc, & Tiep, 2020)

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ (พ.ศ. 2561 – 2565) พบว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_N) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1325 คน จำนวนสูงสุดเท่ากับ 4 คน จำนวนต่ำสุดเท่ากับ 3 คน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.3396 แสดงให้เห็นว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบเบี่ยงเบนไปจากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.3396 คน ในขณะที่ จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง (AC_F) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.7129 คน จำนวนสูงสุดเท่ากับ 2 คน จำนวนต่ำสุดเท่ากับ 0 คน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7731 แสดงให้เห็นว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงเบี่ยงเบนไปจากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.7731 คน และจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_M) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.8423 ครั้งต่อปี จำนวนครั้งสูงสุดเท่ากับ 21 ครั้ง

ต่อปี จำนวนครั้งต่ำสุดเท่ากับ 3 ครั้งต่อปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.7442 แสดงให้เห็นว่า จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบเบี่ยงเบนไปจากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7442 ครั้งต่อปี และจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการเงิน (AC_EXP) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.8801 คน จำนวนสูงสุดเท่ากับ 4 คน จำนวนต่ำสุดเท่ากับ 1 คน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9131 แสดงให้เห็นว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการเงินเบี่ยงเบนไปจากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.9131 คน

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
AC_N	3.0000	4.0000	3.1325	0.3396
AC_F	0.0000	2.0000	0.7129	0.7731
AC_M	3.0000	21.0000	7.8423	3.7442
AC_EXP	1.0000	4.0000	1.8801	0.9131
ETR	-0.7980	2.3380	0.1526	0.1712
TAX/ASSET	-0.0050	0.0960	0.0126	0.0133
TAX/CFO	-4.0060	21.1050	0.2264	1.4373
ROA	0.8600	64.1700	10.3591	8.3624
ROE	-0.7100	102.7800	16.7564	13.3477
Tobin's Q	0.6600	11.7800	2.0952	1.5251
LEV	0.1300	0.8200	0.5198	0.1577

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาการวางแผนภาษี (พ.ศ. 2561 – 2565) พบว่า อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.1526 เท่า ค่าสูงสุดเท่ากับ 2.3380 เท่า ค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.7980 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.1712 ในขณะที่ อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.0126 เท่า ค่าสูงสุดเท่ากับ 0.0960 เท่า ค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.0050 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.0133 และอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (TAX/CFO) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.2264 เท่า ค่าสูงสุดเท่ากับ 21.1050 เท่า ค่าต่ำสุดเท่ากับ -4.0060 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.4373

และผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาผลการดำเนินงาน (พ.ศ. 2561 – 2565) พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.3591 เท่า ค่าสูงสุดเท่ากับ 64.1700 เท่า ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.8600 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 8.3624 ในขณะที่อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.7564 เท่า ค่าสูงสุดเท่ากับ 102.7800 เท่า ค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.7100 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 13.3477 และมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.0952 เท่า ค่าสูงสุดเท่ากับ 11.7800 เท่า ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.6600 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.5251

นอกจากนั้น พบว่า ความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.5198 เท่า ค่าสูงสุดเท่ากับ 0.8200 เท่า ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.1300 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.1577

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล พ.ศ. 2561 - 2565

ตัวแปร	AC_N	AC_F	AC_M	AC_EXP	ETR	TAX/ASSET	TAX/CFO	LEV	ROA	ROE	Tobin's Q	VIFs
AC_N	1	.121 [*]	.036	.174 ^{**}	.101	.077	-.021	.070	-.084	-.120 [*]	-.143 [*]	1.073
AC_F		1	.062	-.076	.030	-.079	-.065	-.137 [*]	.022	-.026	.061	1.080
AC_M			1	-.038	.198 ^{**}	.045	-.020	.179 ^{**}	-.131 [*]	-.094	-.193 ^{**}	1.083
AC_EXP				1	.025	.098	-.041	.013	-.007	-.008	.010	1.053
ETR					1	.289 ^{**}	.057	.066	-.050	-.073	-.032	1.158
TAX/ASSET						1	.056	-.208 ^{**}	.609 ^{**}	.511 ^{**}	.277 ^{**}	1.195
TAX/CFO							1	-.052	.002	-.012	-.035	1.016
LEV								1	-.395 ^{**}	-.093	-.324 ^{**}	1.148
ROA									1	.889 ^{**}	.360 ^{**}	
ROE										1	.331 ^{**}	
Tobin's Q											1	

หมายเหตุ: ข้อมูลประกอบด้วย 317 ข้อมูล **p value < 0.01 *p value < 0.05

โดยที่ AC_N = จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ, AC_F = จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง, AC_M = จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ, AC_EXP = จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการเงิน, ETR = อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง, TAX/ASSETS = อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม, TAX/CFO = อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน, ROA = อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์, ROE = อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น, Tobin's Q = มูลค่ากิจการ และ LEV = ความเสี่ยงทางการเงิน

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งวัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง (AC_F) และจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ ความชำนาญทางบัญชีหรือการเงิน (AC_EXP) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งวัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_N) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.05 และ p-value < 0.01 ตามลำดับ และพบว่าจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_M) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.01 รวมถึง การวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.01 ทั้งนี้ พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งวัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_N) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) และมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.05 และคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งวัดจากจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_M) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.05 และ p-value < 0.01 ตามลำดับ

นอกจากนี้ พบว่าการวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) และมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.01 ส่วนการวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) และอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (TAX/CFO) ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) และมูลค่ากิจการ (Tobin's Q)

ทั้งนี้ ในภาพรวมการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันในตารางที่ 3 ค่าสหสัมพันธ์สูงสุดระหว่างตัวแปรอิสระ เท่ากับ 0.289 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้มีค่าไม่เกิน 0.800 และค่า VIF (Variance

Inflation Factor) มีค่าไม่เกิน 10 กล่าวคือ ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ตัวแปรเป็นอิสระต่อกันและไม่เกิดปัญหาตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) (Stevens, 2009)

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงาน

Independent Variables	โมเดล (1)		โมเดล (2)		โมเดล (3)	
	ROA		ROE		Tobin's Q	
	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t
AC_N	-1.319	-1.003	-4.376	-1.934	-.583	-2.397**
AC_F	-.221	-.384	-.307	-.309	.096	.900
AC_M	-.133	-1.124	-.267	-1.313	-.057	-2.597***
AC_EXP	.035	.072	.114	.136	.057	.635
LEV	-20.314	-7.158***	-6.325	-1.296	-2.739	-5.222***
Constant	26.185		35.852		5.614	
Observations	317		317		317	
F-Value	12.122		1.777		10.156	
R-Squared	.163		.028		.140	
Adjusted R2	.150		.012		.127	
Durbin-Watson	1.866		1.893		1.904	

หมายเหตุ: *, **, *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01

จากตาราง 4 เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ 1 โดยทดสอบตัวแบบตามโมเดลที่ (1) - (3) ซึ่งโมเดลที่ (1) วัดผลการดำเนินงานจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) โมเดลที่ (2) วัดผลการดำเนินงานจากอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) และโมเดลที่ (3) วัดผลการดำเนินงานจากมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ผลการทดสอบมีเฉพาะ โมเดลที่ (3) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่วัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_N) จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_M) และความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.05 และ p-value < 0.01 ตามลำดับ หมายความว่าจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบและความเสี่ยงทางการเงินที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทลดลงจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อการวางแผนภาษี

Independent Variables	โมเดล (4)		โมเดล (5)		โมเดล (6)	
	ETR		TAX/ASSETS		TAX/CFO	
	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t
AC_N	.044	1.538	.004	1.653	.002	.007
AC_F	.003	.224	-.002	-2.237**	-.142	-1.317
AC_M	.009	3.369***	.000	1.758	-.002	-.106
AC_EXP	.003	.310	.001	1.432	-.073	-.809
LEV	.029	.476	-.021	-4.454***	-.552	-1.041
Constant	-.077		.009		.766	
Observations	317		317		317	
F-Value	3.218		5.497		.636	
R-Squared	.049		.081		.010	
Adjusted R2	.034		.066		-.006	
Durbin-Watson	2.133		2.091		2.034	

หมายเหตุ: *, **, *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01

จากตาราง 5 เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ 2 โดยทดสอบตัวแบบตามโมเดลที่ (4) - (6) ซึ่งโมเดลที่ (4) วัดการวางแผนภาษีจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) โมเดลที่ (5) วัดการวางแผนภาษีจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSETS) และโมเดลที่ (6) วัดการวางแผนภาษีจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (TAX/CFO) ผลการทดสอบโมเดลที่ (4) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบวัดจากจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_M) มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.01$ อธิบายได้ว่า จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความถี่มากขึ้นอาจส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการวางแผนภาษีลดลง และโมเดล (5) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ วัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง (AC_F) และความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับการวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSETS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.05$ และ $p\text{-value} < 0.01$ ตามลำดับ อธิบายได้ว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงสูง มีผลต่อประสิทธิภาพในการวางแผนภาษีและช่วยให้การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี และจำนวนที่ต้องเสียภาษีลดลง จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการวางแผนภาษีที่มีต่อผลการดำเนินงาน

Independent Variables	โมเดล (7)		โมเดล (8)		โมเดล (9)	
	ROA		ROE		Tobin's Q	
	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t
ETR	-10.271	-4.915***	-19.169	-4.981***	-.732	-1.502
TAX/ASSETS	390.074	14.181***	596.989	11.784***	28.517	4.443***
TAX/CFO	-.196	-.828	-.267	-.611	-.062	-1.114
LEV	-13.474	-6.070***	3.764	.921	-2.607	-5.033***
Constant	14.070		10.281		3.217	
Observations	317		317		317	
F-Value	74.100		36.250		14.911	
R-Squared	.487		.317		.160	
Adjusted R2	.481		.309		.150	
Durbin-Watson	1.971		2.008		1.958	

หมายเหตุ: *, **, *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01

จากตาราง 6 เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ 3 โดยทดสอบตัวแบบตามโมเดลที่ (7) - (9) ซึ่งโมเดลที่ (7) วัดผลการดำเนินงานจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) โมเดลที่ (8) วัดผลการดำเนินงานจากอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) และโมเดลที่ (9) วัดผลการดำเนินงานจากมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ผลการทดสอบโมเดลที่ (7) - (9) พบว่า การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (ETR) มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.01$ อธิบายว่า ถ้าบริษัทมีอัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริงลดลง จะส่งผลให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ พบว่า การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSETS) มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) และมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.01$ อธิบายได้ว่า การวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางภาษีและกำไรทางบัญชีลดลงมีอิทธิพลกับผลการดำเนินงานและมูลค่ากิจการในทิศทางเดียวกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการวางแผนภาษีเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ ระหว่าง
คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงานวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

Independent Variables	ขั้นที่ 1		ขั้นที่ 2		ขั้นที่ 3		ขั้นที่ 4	
	โมเดลที่ (1)		โมเดลที่ (4)		โมเดลที่ (5)		โมเดลที่ (6)	
	ROA		ETR		TAX/ASSETS		TAX/CFO	
	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t
AC_N	-1.319	-1.003	.044	1.538	.004	1.653	.002	.007
AC_F	-.221	-.384	.003	.224	-.002	-2.237**	-.142	-1.317
AC_M	-.133	-1.124	.009	3.369***	.000	1.758	-.002	-.106
AC_EXP	.035	.072	.003	.310	.001	1.432	-.073	-.809
ETR								
TAX/ASSETS								
TAX/CFO								
LEV	-20.314	-7.158***	.029	.476	-.021	-4.454***	-.552	-1.041
Constant	26.185		-.077		.009		.766	
Observations	317		317		317		317	
F-Value	12.122		3.218		5.497		.636	
R-Squared	.163		.049		.081		.010	
Adjusted R2	.150		.034		.066		-.006	
Durbin-Watson	1.866		2.133		2.091		2.034	

หมายเหตุ: *, **, *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการวางแผนภาษีเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่าง
คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงานวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น

Independent Variables	ขั้นที่ 1		ขั้นที่ 2		ขั้นที่ 3		ขั้นที่ 4	
	โมเดลที่ (2)		โมเดลที่ (4)		โมเดลที่ (5)		โมเดลที่ (6)	
	ROE		ETR		TAX/ASSETS		TAX/CFO	
	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t
AC_N	-4.376	-1.934	.044	1.538	.004	1.653	.002	.007
AC_F	-.307	-.309	.003	.224	-.002	-2.237**	-.142	-1.317
AC_M	-.267	-1.313	.009	3.369***	.000	1.758	-.002	-.106
AC_EXP	.114	.136	.003	.310	.001	1.432	-.073	-.809
ETR								
TAX/ASSETS								
TAX/CFO								
LEV	-6.325	-1.296	.029	.476	-.021	-4.454***	-.552	-1.041
Constant	35.852		-.077		.009		.766	
Observations	317		317		317		317	
F-Value	1.777		3.218		5.497		.636	
R-Squared	.028		.049		.081		.010	
Adjusted R2	.012		.034		.066		-.006	
Durbin-Watson	1.893		2.133		2.091		2.034	

หมายเหตุ: *, **, *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการวางแผนภาษีเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่าง
คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงานวัดจากมูลค่ากิจการ

Independent Variables	ขั้นที่ 1		ขั้นที่ 2		ขั้นที่ 3		ขั้นที่ 4	
	โมเดลที่ (3)		โมเดลที่ (4)		โมเดลที่ (5)		โมเดลที่ (6)	
	Tobin's Q		ETR		TAX/ASSETS		TAX/CFO	
	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t	b	ค่าสถิติ t
AC_N	-0.583	-	.044	1.538	.004	1.653	.002	.007
		2.397**						
AC_F	.096	.900	.003	.224	-.002	-	-.142	-1.317
						2.237**		
AC_M	-.057	-	.009	3.369***	.000	1.758	-.002	-.106
		2.597***						
AC_EXP	.057	.635	.003	.310	.001	1.432	-.073	-.809
ETR								
TAX/ASSETS								
TAX/CFO								
LEV	-2.739	-5.222***	.029	.476	-.021	-4.454***	-.552	-1.041
Constant	5.614		-.077		.009		.766	
Observations	317		317		317		317	
F-Value	10.156		3.218		5.497		.636	
R-Squared	.140		.049		.081		.010	
Adjusted R2	.127		.034		.066		-.006	
Durbin-Watson	1.904		2.133		2.091		2.034	

หมายเหตุ: *, **, *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01

จากตาราง 7 - 9 การวิเคราะห์บทบาทของการวางแผนภาษีเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ 4 โดยทดสอบตัวแบบตามโมเดลที่ (10) - (12) ซึ่งโมเดลที่ (10) วัดผลการดำเนินงานจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) โมเดลที่ (11) วัดผลการดำเนินงานจากอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) และโมเดลที่ (12) วัดผลการดำเนินงานจากมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) โดยใช้ขั้นตอนการวิเคราะห์ของ Baron และ Kenny (1986) ผลการทดสอบโมเดลที่ (10) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่วัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_N) จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_M) การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) และความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.05 และ p-value < 0.01 ตามลำดับ ในขณะที่การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSETS) มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.01 โมเดลที่ (11) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่วัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_N) และการวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.01 ในขณะที่การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคล

ต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSETS) มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.01$ และโมเดลที่ (12) พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่วัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_N) จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (AC_M) และความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.01$ ในขณะที่การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSETS) มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.01$ จากผลการวิเคราะห์บทบาทของการวางแผนภาษีที่เป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงานตามแนวคิดของ Baron และ Kenny (1986) กำหนดให้ทำการทดสอบ 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ขั้นที่ 2 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรส่งผ่าน ขั้นที่ 3 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อตัวแปรตาม ทั้งนี้ ตามแนวคิดกำหนดไว้ว่าขั้นตอนที่ 1-3 ผลการทดสอบต้องมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด จึงนำไปทดสอบขั้นที่ 4 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระและตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อตัวแปรตาม จากผลการวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่เป็นไปตามแนวคิดของ Baron and Kenny (1986) สามารถสรุปได้ว่า การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (ETR) อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSETS) และอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (TAX/CFO) ไม่ถือเป็น ตัวแปรส่งผ่าน (No Mediation) การศึกษานี้จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 4

7. สรุปผลการวิจัย

การศึกษอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงานและบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่าน: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 ระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2565 ยกเว้นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการเงิน บริษัทที่มีผลขาดทุนทางบัญชีก่อนหักภาษีเงินได้ บริษัทที่ไม่ใช่รอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม และบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 317 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงาน พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่วัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ และจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่ากิจการ หมายความว่า จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทลดลงสอดคล้องกับการศึกษาของ ประเสริฐ พิมศรี และคณะ (2562) ได้อธิบายว่าอาจเกิดจากขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานร่วมกัน รวมถึงมีการปฏิบัติงานได้ไม่เต็มที่หรือการไม่ได้รับมอบหมายในการตัดสินใจเป็นเหตุให้ผลการดำเนินงานหรือมูลค่ากิจการต่ำลง และจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ผลการดำเนินงานลดลง ทั้งนี้เนื่องจาก การประชุมมีประสิทธิภาพน้อยและจำนวนครั้งในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบเป็นเพียงการปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยไม่คำนึงถึงการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานของบริษัท (Qeshta, Alsoud, Hezabr, Ali, & Oudat, 2021)

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อการวางแผนภาษี พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบวัดจากจำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง อธิบายได้ว่า จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความถี่มากขึ้นอาจส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการตัดสินใจ รวมถึงทำให้ประสิทธิภาพในการวางแผนภาษีลดลง สอดคล้องกับการศึกษาของ Islam และ Hashim (2023) นอกจากนี้ พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบวัดจากจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับการวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม อธิบายได้ว่า จำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงสูงมีผลต่อความระมัดระวังและระดับการยอมรับความเสี่ยงที่จะไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ดังนั้น จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นหญิงจำนวนมากจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของกิจการภายใต้กรอบของกฎหมายที่ช่วยให้กิจการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การชำระภาษีเป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วนและจำนวนที่ต้องเสียภาษีน้น้อยที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ Lim-u-sanno, Wiroonratch, และ Tripipat (2023)

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การศึกษาอิทธิพลของการวางแผนภาษีที่มีต่อผลการดำเนินงาน พบว่า การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ บดินทร์ มหาวงศ์ และ ไพบูลย์ ผจญวงศ์ (2562) อธิบายว่า ถ้าบริษัทมีอัตราภาษีที่แท้จริงลดลงจะสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น ซึ่งให้เห็นว่าภาษีที่บริษัทมีการวางแผนภาษีและใช้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ภาครัฐประกาศเพื่อที่จะจ่ายภาษีให้กับภาครัฐน้อยที่สุด จะมีผลต่อผลการดำเนินงานที่อยู่ในรูปแบบของกำไรเพิ่มมากขึ้นด้วย นอกจากนี้พบว่า การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวมมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น และมูลค่ากิจการ สอดคล้องกับการศึกษาของ ธัญพร ดันติยวงศ์ (2552) พบว่า การวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางภาษีและกำไรทางบัญชีลดลงมีอิทธิพลกับมูลค่ากิจการในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับการศึกษาของ กรรณิกา ศรีบุญเรือง และ จิราพัชร สุทธิ (2564) ที่พบว่า กิจการที่มีการวางแผนภาษีโดยใช้วิธีการทำให้กำไรทางภาษีและกำไรทางบัญชีลดลงในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวมมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานที่วัดจากมูลค่ากิจการ สะท้อนถึงการกำหนดนโยบายและประสิทธิภาพในการบริหารด้านการจัดการโครงสร้างทุนและการบริหารสินทรัพย์ต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น การกำหนดระดับการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตนที่ก่อให้เกิดความสามารถในการทำกำไรจะมีผลกระทบเชิงบวกกับมูลค่ากิจการ

จากผลการศึกษาข้างต้น พบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบและการวางแผนภาษีมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานและคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษีสอดคล้องกับทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) อธิบายได้ว่า กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมของคนและความเป็นไปในองค์กร และใช้อธิบายมูลเหตุจูงใจในพฤติกรรมของผู้บริหารซึ่งเป็นตัวแทนในการสร้างผลประโยชน์และนำกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ แต่ในการบริหารอาจประสบปัญหา Moral Hazard Problem จากผู้บริหารหรือตัวแทน ดังข้อค้นพบเกี่ยวกับจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานร่วมกัน รวมถึงมีการปฏิบัติงานได้ไม่เต็มที่ หรือการไม่ได้รับมอบหมายในการตัดสินใจ เป็นเหตุให้ผลการดำเนินงานหรือมูลค่ากิจการต่ำลง

ผลการศึกษาดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 การศึกษาบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างความสัมพันธ์ของคุณลักษณะคณะกรรมาการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน ตามแนวคิดของ Baron และ Kenny (1986) พบว่า การวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวมและอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน ไม่ถือเป็นตัวแปรส่งผ่าน (No Mediation) ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมาการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ มีความเป็นไปได้ว่าการศึกษานี้มีข้อจำกัดจากการใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเฉพาะกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 ซึ่งเป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีความสามารถในการทำกำไรสูง ตลอดจนมีความพร้อมทางด้านทรัพยากรและบุคลากรค่อนข้างมาก ทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงมีแนวโน้มในการวางแผนภาษีค่อนข้างสูงกว่ากิจการโดยทั่วไป (Saragih, Raya, & Hendrawan, 2021) จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ไม่พบบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมาการตรวจสอบกับผลการดำเนินงาน ซึ่งผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับแนวความคิดของ สัตยา ตันจันทรพงศ์ (2558) พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานผ่านการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อธิบายได้ว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมในเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน โดยการกำกับดูแลกิจการที่ดีช่วยลดการวางแผนภาษีลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในทางเพิ่มขึ้นและแนวความคิดของ ฐานนท์ คงสุข (2563) ได้ศึกษาอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อมูลค่าของกิจการโดยผ่านการวางแผนภาษี ผลการศึกษาพบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลส่งผลทางตรงต่อมูลค่ากิจการและส่งผลผ่านการวางแผนภาษี อธิบายว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นสิ่งจูงใจอย่างหนึ่งที่ทำให้กรรมการบริหารงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรักษาผลประโยชน์ของตนเองและผู้ถือหุ้น

นอกจากนี้ พบว่า ความเสี่ยงทางการเงินมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงานที่วัดจากมูลค่ากิจการ และการวางแผนภาษีซึ่งวัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม แสดงถึง เมื่อความเสี่ยงทางการเงินสูงขึ้นจะทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่ากิจการลดลงและการวางแผนภาษีวัดจากอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์ลดลงด้วยสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพัชร นวลมณีฐิติ (2563) อธิบายไว้ว่า ความเสี่ยงทางการเงินของกิจการเป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการก่อหนี้ที่กิจการหรือกิจการไม่สามารถชำระหนี้หรือภาระผูกพัน เมื่อถึงกำหนดได้หรือไม่สามารถจัดหาเงินทุนได้เพียงพอหรือสามารถหาเงินมาชำระได้แต่ด้วยต้นทุนที่สูงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ที่ลดลงส่งผลให้มูลค่ากิจการมีมูลค่าลดลงตามเช่นเดียวกับการศึกษาของ กนกอร แก้วประภา และคณะ (2565) เมื่อบริษัทมีการก่อหนี้สูงขึ้น ดอกเบี้ยจากการก่อหนี้ทำให้กิจการประหยัดภาษี เช่นเดียวกับการศึกษาของ ศุภทนต์ อินทวิเศษ (2559) อธิบายไว้ว่า บริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีความมั่นคงสูง สามารถที่จะปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้สูง กระจายความเสี่ยงได้มาก และมีความเสี่ยงในการล้มละลายต่ำจากคุณสมบัติเหล่านี้ทำให้บริษัทสามารถกู้ยืมได้สูงเพื่อประหยัดภาษี ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่ได้จากการก่อหนี้

8. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

8.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมาการตรวจสอบที่มีต่อผลการดำเนินงานและบทบาทของการวางแผนภาษีในฐานะตัวแปรส่งผ่าน โดยศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100 ในการศึกษารั้งต่อไปอาจศึกษาโดยการวิเคราะห์แยกกลุ่มอุตสาหกรรมซึ่งคุณลักษณะ คณะกรรมาการตรวจสอบและการวางแผนภาษีของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมอาจได้ข้อค้นพบที่แตกต่างจากการศึกษานี้ หรือศึกษากลุ่ม

ตัวอย่างเพิ่มขึ้น เช่น ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพิจารณาในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนและควรศึกษาคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบและการวางแผนภาษีจะส่งผลต่อตัวแปรอื่น ๆ เช่น ราคาหุ้น มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ การทดสอบบทบาทตัวแปรส่งผ่านด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ต้องวิเคราะห์หลายครั้งและหลายขั้นตอนอาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิเคราะห์อธิบายถึงอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระ ตัวแปรส่งผ่าน และตัวแปรตาม แต่ไม่สามารถสรุปเส้นทางของตัวแปร ว่ามีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมได้ ในการศึกษาครั้งต่อไปหากต้องการวิเคราะห์บทบาทของตัวแปรส่งผ่านในคราวเดียวและสามารถอธิบายเส้นทางอิทธิพลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นอาจเลือกใช้สถิติตัวอื่น เช่น การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Modeling : SEM) การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Bootstrap เป็นต้น

8.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การศึกษานี้พบอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงาน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้บริหารสูงสุดในการกำกับดูแลกิจการ และสรรหาคณะกรรมการตรวจสอบที่มีคุณสมบัติที่ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพของการวางแผนภาษี และมูลค่าของกิจการ อีกทั้งข้อสนเทศที่ได้จากการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินในการนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพิจารณาปรับปรุงข้อกฎหมายที่เกี่ยวกับภาษีได้

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิกา ศรีบุญเรือง และ จิราพัชร สุทธิ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับมูลค่ากิจการกรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัย* ประชาขึ้น, 3(3), 59-74.
- กนกอร แก้วประภา จิระพันธ์ ชูจันทร์ และ ชัยมงคล ผลแก้ว. (2565). การวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 13(1), 146-159.
- เกษศินี ตั้งอัน. (2565). ผลกระทบของการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลที่มีผลต่อมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนีหลักทรัพย์ SETCLMV. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 15(1), 84-109.
- ฐานนท์ คงสุข. (2563). อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ส่งผลต่อมูลค่าของกิจการโดยผ่านการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : SET 100. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ* มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ฐิตาพร กุลศิริวนิชย์. (2564). ผลกระทบของการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. *วารสารมหาวิทยาลัยบูรพา*, 8(10), 219-234.
- ฐิตาภรณ์ สีนจัญญ์ศักดิ์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารศิลปการจัดการ*, 7(1), 294-309.
- ณัฐพัชร นวลมณีสิต. (2563). อิทธิพลของการบริหารความเสี่ยงองค์กรที่มีต่อมูลค่ากิจการที่วัดโดยใช้ Tobin's Q บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ* สาขาวิชาการบัญชี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

- ธัญพร ตันติยวงศ์. (2552). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษีและความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับมูลค่ากิจการ: หลักฐานเชิงประจักษ์จากประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชี. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บดินทร์ มหาวงค์ และ ไพบุลย์ ผจญวงศ์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานและการหลบหลีกภาษีเงินได้นิติบุคคลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 Index. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 13(18), 15-40.
- เบญจพร โมกขะเวส และ ชานัญชัย ปัญญาพัฒน์ศักดิ์ดา. (2562). ผลของการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 5(2), 313-327.
- ประเสริฐ พิมศิริ จิตติกาญจน์ ตีลกุลกุล นภารัตน์ วัฒนกุล ภาณุมาส ปิยทัศน์กุล ญาณิ เนียมธรรม อัจฉรา ฤทธิพูล วรารัตน์ พรหมสาขา ณ สกลนคร กฤตพงศ์ วัชรานุกุล พิษขานันท์ ภาโสภะ และ กฤษฏ์ศิดิศ ธรเสนา. (2562). ปัจจัยของการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100). วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ, 6(2), 27-40.
- ภูติ ไชยผล สร้อยเพชร ลิสนิ ศิริวรรณ พูลเขตกิจ และ มนต์รี ช่วยชู. (2563). อิทธิพลของคณะกรรมการตรวจสอบที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ในเอกธิป สุขวาริ (บ.ก.), การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 4, 2165-2182 กองส่งเสริมงานวิจัย ฝ่ายวิจัยและบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- รสนา โชติสุวรรณ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับราคาหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วันสิริ ประเสริฐทรัพย์. (2564). การกำกับดูแลกิจการ การเลือกผู้สอบบัญชี และมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีผลประเมินการกำกับดูแลกิจการระดับดีเลิศ. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 18(1), 140-163.
- เวณิกา อ้ายเป็ง. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แววดาว พรหมเสน. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 40(2), 83-102.
- ศุทธนัย อินทวิเศษ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างภาษีเงินได้นิติบุคคลและโครงสร้างเงินทุนในส่วนของผู้อื้อหนี้แบ่งตามอุตสาหกรรม. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สตัยา ตันจันทรพงศ์. (2558). การกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานผ่านการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารสมาคมวิจัย, 20(2), 105-113.
- สตัยา ตันจันทรพงศ์. (2561). ผลกระทบของการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลกับมูลค่ากิจการ : หลักฐานเชิงประจักษ์จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. Journal of Modern Management Science, 11(2), 42-57.

- สตัยา ตันจันท์พงศ์ และ พัทยา เดชสิริ. (2561). ผลกระทบเชิงสาเหตุระหว่างการวางแผนภาษีกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 38(3), 1-13.
- สตัยา ตันจันท์พงศ์ และ รัชนิยา บังเมฆ. (2560). อิทธิพลของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบและโครงสร้างการถือหุ้นที่มีต่อการวางแผนภาษี: หลักฐานเชิงประจักษ์จากประเทศไทย. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 13(37), 29-44.
- สุชานันท์ ประพันธ์พัฒน์. (2564). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานในอดีตที่เกี่ยวข้องกับปริมาณเงินที่ไหลเข้าของกองทุนรวมตราสารทุนที่มีการบริหารแบบเชิงรุกกับกองทุนรวมตราสารทุนที่มีการบริหารแบบเชิงรับ*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุเทพ พงษ์พิทักษ์. (2564). *วางแผนภาษีอย่างไร ให้ธุรกิจยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2566 ,จาก:
<https://m.facebook.com/Suthep.Pongpitak/posts/4453086191408989/>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560). *หลักการทำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560*. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2566, จาก
<https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Documents/Regulation/CGCode.pdf>
- อาจารย์ ประจวบเหมาะ ประยงค์ มีใจชื่อ ชาคริต สกุลอสิริยาภรณ์ และ ศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์ศิริ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 19(พิเศษ), 124-141.
- อาภรณ์ แก้วทองงค์ นพพร แพทย์รัตน์ และ อาทิตย์ สุขเสน. (2564). การกำกับดูแลกิจการที่ดีกับการหลบหลีกภาษีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 42(1), 51-69.
- อาภรณ์ แก้วทองงค์ และพิมพ์พิศา พรหมมา. (2565). คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET 100. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 16(2), 101-112.
- Baron, R. W., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, (6), 1173-1182.
- Dang, V. C., & Nguyen, Q. K. (2022). Audit committee characteristics and tax avoidance: Evidence from an emerging economy. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 1-15.
- Deslandes, M., Fortin, A., & Landry, S. (2020). Audit committee characteristics and tax aggressiveness. *Managerial Auditing Journal*, 35(2), 272-293.
- Harsono, B., & Yoren, S. (2022). Analysis the Influence of Audit Committee Characteristics on Tax Aggressiveness in Indonesia. *Journal Riset Perpajakan Amnesty*, 5(2), 258-275.
- Islam, M. N., & Hashim, F. (2023). Audit Committee Attributes and Corporate Tax Avoidance: The Moderating Role of Audit Committee Independence. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 5(1), 99-113.

- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Lim-u-sanno, K., Wiroonratch, B., & Tripipat, T. (2023). Influence of Audit Committee Characteristics on Thailand's MAI Listed Company Tax Planning Efficiency. *Cuadernos de Economía*, 46(130), 170-180.
- Qamhan, M. A., Che Haat, M. H., Hashim, H. A., & Salleh, Z. (2018). Earnings management: Do attendance and changes of audit committee members matter?. *Managerial Auditing Journal*, 33(8/9), 760-778.
- Qeshta, M. H., Alsoud, G. A., Hezabr, A. A., Ali, B. A., & Oudat, M. S. (2021). Audit Committee Characteristics and Firm Performance: Evidence from the Insurance Sector in Bahrain. *Research Gate*, 11(2), 1666-1680. DOI: 10.47059/revistageintec.v11i2.1789
- Saragih, A. H., Raya, M. N., & Hendrawan, A. (2021). The Moderating Role of Firm Size on the Association between Managerial Ability and Tax Avoidance. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 13 (1), 39-49.
- Stevens, J. P. (2009). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*. 5th Edition. New York : Routledge.
- Song, V. N., Hanh, P. T. M., Cuc, M. T., & Tiep, N. C. (2020). Factors affecting human resources development of SMEs: Evidence from the fourth industrial revolution in Vietnam. *Management Science Letters*, 10, 2705-2714.
- Sutarmin & Andesto, R. (2022). The Effect of the Proportion of the Independent Board of Commissioners and the Structure of the Board of Directors and Audit Committee on Tax Avoidance and their Impact on Company Value. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(1), 588-594.

แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหาร
ทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
A Structural Equation Model of Factors Affecting Online Food Order Service Quality
of Consumers in Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat

เกศกุดา โกฏิกุล* เย็นจิต นาคพุ่ม², และ วรอนงค์ โททองคำ³

Ketkuda Kotikul* Yenjit Narkphum², and Woraanong Thotongkam³

Received : November 21, 2023 Revised : February 26, 2024 Accepted : March 22, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ตัวแปรแฝง 4 ตัว ได้แก่ 1) ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ 2) ส่วนประสมทางการตลาด 3) ความตั้งใจใช้งาน และ 4) คุณภาพการบริการ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่สั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ด้วยสถิติสมการเชิงโครงสร้าง ผลการตรวจสอบพบว่า มีความสอดคล้องและความกลมกลืนระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $\chi^2 = 67.79$, $df=51$, $P = 0.057$, $\chi^2 / df=1.32$, $RMSEA=0.046$, $RMR=0.002$, $CFI=1.00$, $GFI=0.98$ และ $AGFI=0.94$ และตัวแปรในสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพการบริการได้ร้อยละ 82 ผลการวิจัยชี้ว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อคุณภาพบริการ รองลงมา ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด และความตั้งใจใช้งาน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านคาดหวังด้านประสิทธิภาพของเทคโนโลยีโดยเฉพาะด้านความสามารถของเทคโนโลยี เช่น ระบบของแอปพลิเคชันใช้งานไม่ยุ่งยากซับซ้อน ระยะเวลาในการประมวลผลข้อมูลเพื่อส่งคำสั่งซื้อเหมาะสมและเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการใช้งานสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในระบบได้ง่ายมีการช่วยเหลือทันที และส่วนประสมทางการตลาดโดยเฉพาะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดเวลาการจัดส่งล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ การยืนยันรายการอาหารมีความรวดเร็ว และช่วงเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม การวิจัยในอนาคตสามารถค้นหาตัวแปรเพิ่มเติมเพื่อใช้อธิบายคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้นได้

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ สั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ แบบจำลองสมการโครงสร้าง

* อาจารย์ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

* Lecturer, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

² Assistant Professor, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya

³ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

³ Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan

Corresponding author E-mail: ketkuda.k@rmutsv.ac.th

Abstract

The objective of this research is to study the causal relationship of factors affecting online food order service quality of consumers in Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province through a structural equation model. The four latent variables in the study were 1) performance expectancy 2) marketing mix 3) intention to use technology, and 4) service quality. Empirical data were obtained from a sample of 400 consumers who ordered food online. Data from questionnaires were analyzed by using structural equation statistics. Results indicate the congruity and harmony between the model and the empirical data as illustrated as $\chi^2 = 67.79$, $df=51$, $P = 0.057$, $\chi^2/df=1.32$, $RMSEA=0.046$, $RMR=0.002$, $CFI=1.00$, $GFI=0.98$. In addition, variables in the model account for 82 percent of the variance of service quality. The results point out that a service quality is influenced most strongly by performance expectancy, followed by marketing mix and intention to use technology. As a result, sellers should give priority to performance expectancy, in particular, the one concerning technology efficiency. For example, a food delivery application must not be complicated to use and time for confirming purchase orders must be reasonable. Service staff should also be available to provide timely help. Furthermore, with regard to marketing mix, especially distribution channels, sellers should place an importance on accurate advance delivery time, fast order confirmation and proper service time length. Future studies may investigate additional variables for better understanding about service quality.

Keywords : Service Quality, Online Food Order, Structural equation model

1. บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทกับทุกกิจกรรมของคนในสังคม การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ส่งผลให้การเพิ่มศักยภาพและสร้างธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการนำไปสู่การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างครบวงจร ในช่วง 2-3 ปีของการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่ผ่านมามีผลให้ธุรกิจการให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ (Food Delivery) เติบโตอย่างมาก เพื่ออำนวยความสะดวกและมีร้านอาหารให้เลือกหลากหลายมากขึ้น นับเป็นแรงผลักดันที่ทำให้ทั้งปริมาณการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ จำนวนร้านอาหาร และคนขับที่เข้าร่วมแพลตฟอร์มในปี 2563 เติบโตแบบก้าวกระโดดทั่วโลก รวมถึงไทย พร้อมทั้งส่งผลให้รายได้ของแพลตฟอร์มให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ในระดับโลกและไทยต่างเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2565)

การให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ได้รับความนิยมและเติบโตจนกลายเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่มาจนถึงทุกวันนี้ รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย จึงทำให้แพลตฟอร์มการให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างมาก (เวิร์คพอยท์ทูเดย์, 2565) นอกจากนี้ แพลตฟอร์มการให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ยังถือได้ว่าการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในธุรกิจโดยสิ่งสำคัญอย่างแรกคือ แพลตฟอร์มให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ต้องให้ความสำคัญกับการรักษาสถานที่ให้บริการทั้งร้านอาหารและคนขับ ส่วนแนวทางที่ร้านอาหารควรนำไปปรับใช้เพื่อช่วยดึงดูดลูกค้า ได้แก่ การมีสินค้าที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะการสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ และการมีช่องทางการจำหน่ายหลากหลายเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างครอบคลุมมากขึ้น (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2565) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชนมธีรา ขาละม้าย และ พันธ์กร สิมะขจรบุญ (2565) พบว่า ปัจจัยด้าน

ความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้งาน แสดงให้เห็นว่าธุรกิจการให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ควรสร้างการรับรู้ประโยชน์การใช้งานของแอปพลิเคชันด้วยการส่งเสริมทางการตลาดที่น่าดึงดูดใจและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งอาหารออนไลน์ (ทวิพร ทวีสุข, 2565) รวมถึงคุณภาพของการบริการ การวางแผนทางการบริการ ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผ่านความพึงพอใจ (Fernandes, 2018) และส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจ (Azhar et al., 2019) อีกทั้งความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ (Abu-Taieh et al., 2022; Hidayanto et al., 2017)

จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปประเด็นที่สำคัญ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบการวิจัยที่แตกต่างจากงานวิจัยที่มีการศึกษาส่วนใหญ่ก่อนหน้านี้ โดยมีการศึกษาที่ค่อนข้างจำกัดในเขตพื้นที่เมืองใหญ่ ๆ แต่ยังไม่มีการเจาะลึกถึงพื้นที่ต่างอำเภอ (กนกวรรณ นุชนารถ และคณะ, 2562: เดอเฮมา โจว, 2564: ทวิพร ทวีสุข, 2565: ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข, 2563: Kumlangphaet et al., 2020) กรอบการวิจัยนี้ได้สร้างขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรม โดยได้ศึกษาแยกความสัมพันธ์เฉพาะแต่ละประเด็นเพื่อศึกษาและทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านความตั้งใจใช้งานและคุณภาพการบริการ ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการให้บริการสั่งอาหารทางออนไลน์ผู้ประกอบการร้านอาหารต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ในการวางแผนและปรับปรุงพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัยประเด็นที่สนใจเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ในครั้งนี้ จำกัดไว้เพียง 4 ประเด็นที่ได้มีการศึกษาแต่ละประเด็นอย่างแพร่หลายและสามารถสรุปจากวรรณกรรมที่อ้างถึงดังนี้

1. **ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: E)** หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบสารสนเทศจะช่วยให้ความสามารถในการปฏิบัติงานดีขึ้น (Venkatesh et al., 2003) หรือเชื่อมั่นว่า การใช้ระบบสารสนเทศจะช่วยให้ได้รับประโยชน์ในการทำงาน (Magsamen-Conrad et al., 2015) เป็นปัจจัยหนึ่งของทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model : UTAUT) (Venkatesh et al., 2003) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) **การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ** (The Technology Acceptance Model : TAM และ A Model Combining the Technology Acceptance Model and the Theory of Planned Behavior : C-TAM-TPB) ใช้วัดระดับผลผลิต (Productivity) ประสิทธิภาพ (Performance) ประสิทธิผล (Effectiveness) และประโยชน์ (Usefulness) (Butarbutar et al., 2022) 2) **ความสามารถของระบบสารสนเทศที่แต่ละบุคคลเชื่อว่า การใช้งานระบบสารสนเทศจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้** (The Model of PC Utilization : MPCU) ใช้วัดระดับผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงาน (Effect on the Performance of Job) ช่วยลดระยะเวลาการทำงาน (Decrease the Time) เพิ่ม

คุณภาพของผลลัพธ์ (Increase the Outcome) เพิ่มประสิทธิผล (Increase Effectiveness) เพิ่มปริมาณ (Quantity of Output) และสามารถนำมาช่วยในงานได้ (Assist on Job) (Taherdoost, 2018)

2. ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: P) Kotler (2016) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7P's ประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ สิ่งที่น่าเสนอในตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ โดยผลิตภัณฑ์ที่สามารถขายให้กับลูกค้าได้จะต้องเป็นสิ่งที่มีความคุ้มค่าในสายตาของลูกค้า ในผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองใจของผู้บริโภคแต่ละคนได้จึงมีหลากหลาย

2) ด้านราคา คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) หรือความคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นหากเปรียบเทียบแล้วคุณค่าที่ได้รับมากกว่าราคาที่จ่ายผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ

3) ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในกระบวนการติดต่อสื่อสารจากไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยข้อมูลที่สื่อสารขึ้นกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือเพื่อจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม

4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การพิจารณาในส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลางและผู้บริโภคและกิจกรรมการกระจายสินค้าที่เกิดขึ้นจากผู้ประกอบการไปยังผู้บริโภคประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

5) ด้านบุคคล บุคลากรทุกระดับที่ทำงานให้กับองค์กรได้รับการคัดเลือกการฝึกฝนทักษะเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ การบริการที่รวดเร็วและสุภาพบุคลากรเปรียบเป็นตัวแทนขององค์กรที่สามารถสร้างผลในเชิงบวกหรือลบกับลูกค้าได้เช่นกัน จึงถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพในระยะยาว 6 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพเป็นการสร้างและนำเสนอรูปแบบการให้บริการทางกายภาพให้สามารถจับต้องได้เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ

6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นเรื่องยากมากในการระบุสภาพแวดล้อมที่มีการให้บริการและสถานที่ที่ บริษัท และลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์และส่วนประกอบใด ๆ ที่จับต้องได้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานหรือการสื่อสารของการบริการ

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับระเบียบการทำงานด้านบริการ เสนอให้ผู้ใช้บริการเพื่อมอบความประทับใจให้ลูกค้า

3. ความตั้งใจใช้งาน (Intention to Use Technology: T) Compeau และ Higgins (1995) จากหลักการของทฤษฎี The Social Cognitive Theory: SCT ศึกษาความตั้งใจใช้งานแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน (Outcome

Expectation-Performance) 2) **ความคาดหวังในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน** (Outcome Expectation-Personal) 3) **ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน** 4) **ผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม** (Affect) เช่น ความชอบส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการใช้คอมพิวเตอร์ และ 5) **ความวิตกกังวล** (Anxiety) คือ ความกังวลหรือความรู้สึกต่าง ๆ ซึ่งเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเมื่อมีการแสดงพฤติกรรม เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น ในการศึกษาครั้งนี้ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีความสนใจหรือมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน หรือมีความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูอาหารที่ต้องการ เพื่อที่จะทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการต่าง ๆ ในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน (Wedlock & Trahan, 2019)

4. **คุณภาพการบริการ (Service quality: C)** คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการในการให้บริการลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านดังนี้

1) **ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)** หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ทำเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วย ให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2) **ความน่าเชื่อถือ (Reliability)** หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แกลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3) **การตอบสนองลูกค้า (Responsive)** หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์วุ่นวาย รวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้นเห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลยความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4) **การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)** หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5) **การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)** หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบศึกษาความต้องการของลูกค้า แต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่องใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับ การรับรู้ด้านคุณภาพการให้บริการโดยเฉพาะ (Chatterjee et al., 2022)

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรบุคคลและตัวแปรอื่นๆ

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรในการศึกษานี้ จะนำไปสู่สมมติฐานของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุสำหรับการศึกษาต่อไป

1. ความสัมพันธ์ระหว่างคาดหวังด้านประสิทธิภาพกับตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในการให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ในด้านการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความสะดวกในการใช้งานและทัศนคติต่อการใช้ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการและการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน และปฏิสัมพันธ์ต่อการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Techarattanased, 2019) สอดคล้องกับ Kim (2016) ที่พบว่า รูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความสะดวกในการใช้

งานยังส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (Techarattanased, 2019)

2. ความสัมพันธ์ระหว่างคาดหวังด้านประสิทธิภาพตัวแปรความตั้งใจใช้งาน

ธาดานิเบศร์ ภูทอง และ นัทธมน มั่งสูงเนิน (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้งานบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งให้เห็นถึงความสำคัญของอิทธิพลทางสังคมว่า เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี การรับรู้เทคโนโลยีสามารถเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานได้จะทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี เมื่อผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์กับระบบเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันแล้วพบว่าทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ จะทำให้ผู้ใช้รู้สึกอยากใช้ระบบต่อไป

3. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับตัวแปรความตั้งใจใช้งาน

คนธัช รักษาเวศ (2564) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์ และงานวิจัยของ กานต์ ภักดีสุข (2561) ความง่ายต่อการใช้งานเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากการที่สามารถหาข้อมูลหรือสืบค้นได้ในระยะเวลาอันสั้นและรวดเร็ว โดยยังมีความยืดหยุ่นที่สามารถค้นหาได้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นผลดีต่อการตัดสินใจซื้ออีกด้วย

4. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับตัวแปรคุณภาพการบริการ

วรัญญา บำรุงสรณ์ (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการรถตู้โดยสารของบริษัทเสนาสนิยม (จำกัด) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อคุณภาพการให้บริการรถตู้โดยสารของบริษัทเสนาสนิยม (จำกัด) และตัวแปรทั้ง 3 ด้านร่วมกันพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของคุณภาพการให้บริการรถตู้โดยสารของบริษัทเสนาสนิยม (จำกัด) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ Azhar et al. (2019) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว คุณภาพการบริการมีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลเชิงบวกและสำคัญต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อนักท่องเที่ยวผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนอกจากนี้ Fernandes (2018) พบว่า คุณภาพของการบริการ การวางแผนทางการบริการ และส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผ่านความพึงพอใจ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจใช้งานกับตัวแปรคุณภาพการบริการ

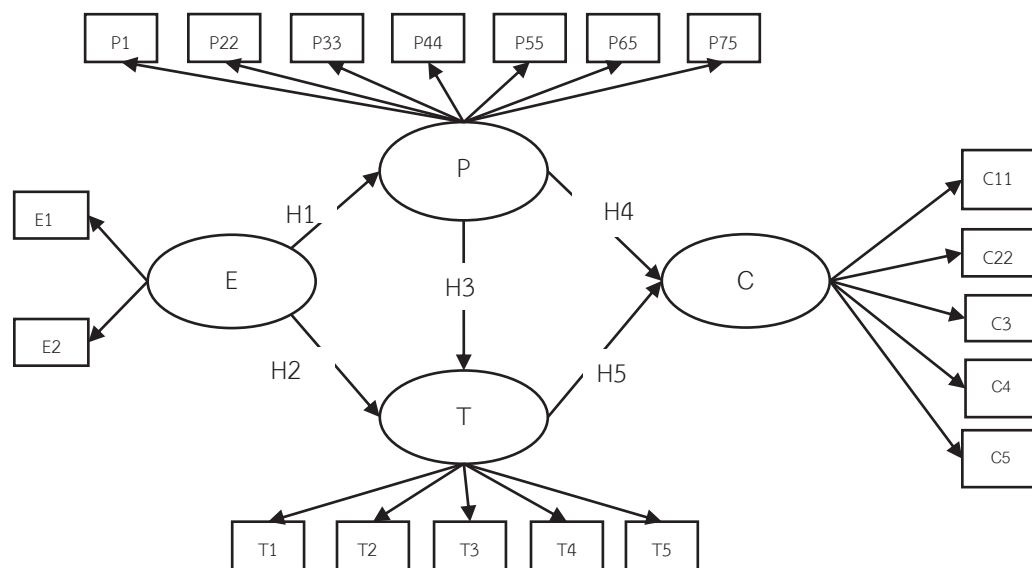
Abu-Taieh et al. (2022) พบว่า ความคาดหวังของความพยายาม ความคาดหวังในการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงที่รับรู้ ความไว้วางใจที่รับรู้ อิทธิพลทางสังคม และคุณภาพการบริการ ส่งผลกระทบบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ในขณะที่เงื่อนไขการอำนวยความสะดวกไม่ได้ส่งผล นอกจากนี้ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมยังส่งผลต่อการบอกต่อและเงื่อนไขในการอำนวยความสะดวกและมีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด ผลลัพธ์ยืนยันว่าปัจจัยทั้งหมดส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชัน และ Hidayanto et al. (2017) พบว่า ความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์บริการของรัฐบาล ความสะดวกในการใช้งานและการรับรู้ความมีประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้อิเล็กทรอนิกส์บริการของรัฐบาล อีกทั้งผลจากการมีส่วนร่วมรับรู้ความสามารถของตนเองซึ่งระบุว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความตั้งใจของผู้ใช้ที่จะนำมาใช้คอมพิวเตอร์และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์บริการของรัฐบาล ตามลำดับ

จากการทบทวนวรรณกรรมของงานวิจัยในด้านต่าง ๆ และความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดข้างต้น ยังไม่พบ การศึกษาวิจัยลักษณะแบบจำลองสมการโครงสร้างแสดงอิทธิพลของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทาง การตลาด ความตั้งใจใช้งานต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นการการอธิบายความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้องกันของตัวแปร หลาย ๆ ตัว ที่นำไปสู่คุณภาพการบริการที่ดีขึ้นของธุรกิจ

ผู้วิจัยได้พัฒนาเป็นแบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ รูปภาพประกอบ 1 แสดงอิทธิพลของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาด ความตั้งใจใช้งานต่อคุณภาพ การบริการ สมมติฐานที่เสนอมีทั้งหมด 5 ข้อ (H1 ถึง H5)) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและอิทธิพล

รูปภาพประกอบ 1

แบบจำลองสมการโครงสร้างแสดงอิทธิพลของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาด ความ ตั้งใจใช้งานต่อคุณภาพการบริการ



หมายเหตุ

ด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ: E ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ(E1)

ความสามารถของระบบสารสนเทศ(E2) ด้านส่วนประสมทางการตลาด: P ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์(P1) ด้านราคา(P2)

ด้านการจัดจำหน่าย(P3) ด้านการส่งเสริมการตลาด(P4) ด้านบุคคล(P5) ด้านลักษณะทางกายภาพ(P6) และด้านกระบวนการ

(P7) ด้านความตั้งใจใช้งาน: T ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ(T1) ความคาดหวังในตัวบุคคล(T2) ความเชื่อมั่น

ของพนักงาน(T3) ผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม(T4)และด้านความวิตกกังวล(T5) ด้านคุณภาพการบริการ: C

ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ(C1) ความน่าเชื่อถือ(C2) การตอบสนองต่อลูกค้า(C3) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

(C4) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า(C5)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (E) มีอิทธิพลต่อส่วนประสมทางการตลาด (P)

สมมติฐานที่ 2 : ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (E) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน (T)

สมมติฐานที่ 3 : ส่วนประสมทางการตลาด (P) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน (T)

สมมติฐานที่ 4 : ส่วนประสมทางการตลาด (P) มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ (C)

สมมติฐานที่ 5 : ความตั้งใจใช้งาน (T) มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ (C)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่องทางเพจกินอะไรดีทุ่งสง ทำการเก็บข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จำนวน 150,000 คน จากฐานข้อมูลเพจกินอะไรดีทุ่งสง ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2566 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างอาศัยหลักการของการวิเคราะห์และประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood) ซึ่งเป็นวิธีที่ถูกต้องอย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่งการประมาณค่าด้วยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด มีเงื่อนไข Hair et al. (2019) แนะนำว่า ขนาดของตัวอย่างควรมี 20 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกต หรือ ขนาดตัวอย่างควรมี 100 - 400 ตัวอย่าง งานวิจัยนี้มี 4 ตัวแปรแฝง และ 19 ตัวแปรสังเกต ตามเงื่อนไขของแบบจำลองสมการโครงสร้างคิดเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 380 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้สมาชิกในเพจกินอะไรดีทุ่งสงและมีการติดตามสอบถามหลังจากส่งแบบสอบถามไป 2 สัปดาห์ ซึ่ง Gall et al. (1996) แนะนำว่า หากมีการติดตามแบบสอบถามอย่างใกล้ชิดจะทำให้ผลของการตอบแบบสอบถามได้รับคืนเพิ่มขึ้น ส่งแบบสอบถามจำนวน 850 ราย ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 400 ราย คิดเป็นอัตราการตอบกลับในอัตราร้อยละ 47 ซึ่งไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมดถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (Kumar et al., 2018) และเพียงพอในการวิเคราะห์ทางสถิติ (Hair et al., 2019)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความคลาดเคลื่อนจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Non-Response Bias) ด้วย t-test ซึ่งได้ตรวจสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของข้อมูลระหว่างผู้ที่ตอบก่อนและผู้ที่ตอบภายหลัง ผลการทดสอบชี้ให้เห็นว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผู้ที่ตอบก่อนและตอบหลัง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีปัญหาความคลาดเคลื่อนจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Armstrong & Overton, 1977) และแบบสอบถามผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี รหัสโครงการ HEC-01-66-061

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน ซึ่งสร้างข้อคำถามใหม่โดยพัฒนาจากงานวิจัยที่ผ่านมา ประกอบด้วย 1) ด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพจำนวน 6 ข้อคำถาม ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (E1) จำนวน 3 ข้อคำถาม (Butarbutar et al., 2022) และความสามารถของระบบสารสนเทศ (E2) จำนวน 3 ข้อคำถาม (Taherdoost, 2018) 2) ด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 29 ข้อคำถามประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (P1) จำนวน 5 ข้อคำถาม ด้านราคา (P2) จำนวน 4 ข้อคำถาม ด้านการจัดจำหน่าย (P3) จำนวน 3 ข้อคำถาม ด้านการส่งเสริมการตลาด (P4) จำนวน 5 ข้อคำถาม ด้านบุคคล (P5) จำนวน 4 ข้อคำถาม ด้านลักษณะทางกายภาพ (P6) จำนวน 4 ข้อคำถามและด้านกระบวนการ (P7) จำนวน 4 ข้อคำถาม (Kotler, 2016) 3) ด้านความตั้งใจใช้งานจำนวน 15 ข้อคำถามประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (T1)

จำนวน 3 คำถาม ความคาดหวังในตัวบุคคล (T2) จำนวน 3 คำถาม ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (T3) จำนวน 3 คำถาม ผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม (T4) จำนวน 3 คำถามและด้านความวิตกกังวล (T5) จำนวน 3 คำถาม (Wedlock & Trahan, 2019) 4) ด้านคุณภาพการบริการจำนวน 15 คำถาม ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (C1) จำนวน 3 คำถาม ความน่าเชื่อถือ (C2) จำนวน 3 คำถาม การตอบสนองต่อลูกค้า (C3) จำนวน 3 คำถาม การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (C4) จำนวน 3 คำถาม การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (C5) จำนวน 3 คำถาม (Chatterjee et al., 2022) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินและให้คะแนนระดับการให้ความสำคัญแต่ละด้านด้วย Likert's scale 5 ระดับ คือ ระดับการให้ความสำคัญน้อยที่สุด (1 คะแนน) ถึงระดับการให้ความสำคัญมากที่สุด (5 คะแนน)

3.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) พบว่ามีค่ามากกว่า 0.6 ทุกข้อคำถาม และได้ทำการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริงจำนวน 30 ชุด (Try Out) โดยเก็บจากผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ในเขตเทศบาลนคร นครศรีธรรมราชซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและข้อมูลเก็บจากผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของข้อมูลพบว่าข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดโดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.987-0.988 ซึ่งมีระดับที่เกินค่า 0.8 แสดงถึงระดับการวัดที่น่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Hair et al., 2019)

ผลค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลของตัวแปรเชิงประจักษ์และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างได้แสดงในตาราง 1 และ 2 และรูปภาพประกอบ 2 สำหรับตัวแปรสังเกตทุกตัวมีการกระจายอย่างปกติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ค่าเบ้ -1.016 ถึง -0.765 และค่าความโด่ง -0.309 ถึง 0.493 โดยค่าความเบ้และความโด่งระหว่าง -2.0 ถึง 2.0 แสดงว่า ไม่มีการกระจายตัวที่แตกต่างจากปกติ (Hair et al., 2019) และตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ใน Model ทั้งหมด 19 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์ (Correlation) สูงกว่า 0.3 มีจำนวน 171 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกมีขนาดของความสัมพันธ์หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.499-0.800 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงเดียวกันพบว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ทางบวก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีระดับความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($0.06 < r < 0.8$) จำนวน 163 คู่ และตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ($0.4 < r < 0.6$) จำนวน 8 คู่ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่ในภาพรวม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่ส่วนใหญ่มีค่าไม่เกิน 0.08 ความสัมพันธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้มีระดับความสัมพันธ์ไม่สูงมากนัก (Field, 2013) นอกจากนั้นค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.081 ถึง 0.530 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 และค่า VIF (Variance Inflation Factor) อยู่ระหว่าง 1.885 ถึง 9.949 ซึ่งน้อยกว่า 10 (Kline, 2023) จึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ภายในตัวเอง Multicollinearity และค่า Durbin-Watson เท่ากับ 2.03 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง (Autocorrelation) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดอยู่บนองค์ประกอบร่วมกัน ดังนั้นมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ในเบื้องต้นวิเคราะห์หองค์ประกอบ เพื่อลดจำนวนตัวแปรสังเกตโดยคัดเลือกตัววัดที่เหมาะสมสำหรับแต่ละองค์ประกอบเท่านั้น โดยเลือกตัวแปรที่มีค่า Cross Loading สูงและค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรสังเกตจะต้องมี

ค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2019) ผลการพิจารณาดังกล่าวสามารถลดตัวแปรสังเกตเหลือ 18 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์ชัดเจนกับองค์ประกอบที่เป็นตัวแปรแฝง 4 ตัว

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ประกอบด้วยตัวแปรแฝง ทั้งหมด 4 ตัวแปร จัดแบ่งตัวแปรได้ 3 ประเภทคือ

1. ตัวแปรแฝงภายนอก ประกอบด้วย 1 ตัวแปรคือ ด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ(E) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต 2 ตัว
2. ตัวแปรส่งผ่าน ประกอบด้วย 2 ตัวแปรคือ ส่วนประสมทางการตลาด (P) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต 7 ตัว ความตั้งใจใช้งาน (T) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 4 ตัว
3. ตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่คุณภาพการบริการ (C) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต 5 ตัว

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-29 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ค่าใช้จ่าย 50-100 บาทต่อครั้ง มีความถี่ในการสั่งอาหารน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ระยะทาง 1-2 กิโลเมตร และแอปพลิเคชันที่เลือกใช้ส่วนใหญ่จะเป็น Food Panda

ในส่วนของการให้คะแนนระดับความสำคัญของผู้บริโภคสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยเฉลี่ยรวม พบว่า ให้ความสำคัญด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความตั้งใจใช้งาน ด้านคุณภาพการบริการ และด้านส่วนประสมทางการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพให้ความสำคัญสูงสุดในการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ ความสามารถของระบบสารสนเทศ ด้านส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญสูงสุดด้านบุคคล รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านความตั้งใจใช้งานให้ความสำคัญสูงสุดด้านผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม รองลงมาได้แก่ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน ด้านความคาดหวังในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานและด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน และในด้านคุณภาพการบริการให้ความสำคัญสูงสุดความเป็นรูปธรรมของการบริการและการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาด ความตั้งใจใช้งาน และคุณภาพการบริการ เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้ตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกต พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่า 0.593 ถึง 0.768 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted) ของแต่ละตัวแปรแฝงมีค่า 0.45 ถึง 0.51 และมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (Convergent Validity) มีค่า 0.68 ถึง 0.82 โดย Hair et al. (2019) แนะนำว่า ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยควรมีค่ามากกว่า 0.5 แต่ยอมรับมากกว่า 0.4 ได้ หากมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเสมือนมากกว่า 0.6 (Fornell & Larcker, 1981) นอกจากนี้ ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า p-value น้อยกว่า 0.01) แสดงว่า น้ำหนักทั้งหมดเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่บ่งบอกถึงความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาด ความตั้งใจใช้งาน และคุณภาพการบริการ

ตาราง 1 ค่าวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและสถิติเชิงพรรณนา

ตัวแปรการวัด	Factor Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Mean	S.D.
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ		0.51	0.68	0.87	4.49	0.546
E1: การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ	.768				4.55	0.526
E2: ความสามารถของระบบสารสนเทศ	.665				4.42	0.628
ส่วนประสมทางการตลาด		0.45	0.85	0.98	4.42	0.597
P1: ด้านผลิตภัณฑ์	.666				4.43	0.614
P2: ด้านราคา	.650				4.41	0.624
P3: ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.678				4.43	0.624
P4: ด้านการส่งเสริมการตลาด	.760				4.38	0.681
P5: ด้านบุคคล	.615				4.44	0.608
P6: ด้านลักษณะทางกายภาพ	.672				4.42	0.613
P7: ด้านกระบวนการ	.692				4.41	0.634
ความตั้งใจใช้งาน		0.45	0.77	0.96	4.47	0.554
T1: ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	.593				4.47	0.579
T2: ความคาดหวังในตัวบุคคล	.685				4.47	0.582
T3: ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน	.705				4.46	0.594
T4: ผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม	.717				4.50	0.568
คุณภาพการบริการ		0.48	0.82	0.97	4.45	0.571
C1: ความเป็นรูปธรรมของบริการ	.656				4.45	0.593
C2: ความน่าเชื่อถือ	.693				4.45	0.609
C3: การตอบสนองต่อลูกค้า	.722				4.44	0.596
C4: การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	.739				4.46	0.595
C5: การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	.674				4.45	0.592

ตาราง 2 ผลการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างแสดงอิทธิพลของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาด ความตั้งใจใช้งานต่อคุณภาพการบริการ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างความสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 67.79 องศาอิสระเท่ากับ 51 ความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.057 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างแสดงอิทธิพลของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาด ความตั้งใจใช้งานต่อคุณภาพการบริการที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 ซึ่งมากกว่า 0.90 ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 ซึ่งมากกว่า 0.90 และค่าดัชนีว่ากำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.002 น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์ (Whittaker & Schumacker, 2022) สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของ

สมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.82 แสดงว่าตัวแปรในแบบจำลองสมการโครงสร้าง สามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพบริการได้ร้อยละ 82

รูปภาพประกอบ 2 คำนวณน้ำหนักของตัวแปรสังเกตซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงถึงความเหมาะสมของตัวแปรดังกล่าว เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปรคุณภาพบริการ ในตาราง 2 พบว่าสมมติฐานที่ 1: ส่วนประสมทางการตลาดได้รับอิทธิพลทางตรงจากความคาดหวังด้านประสิทธิภาพเท่ากับ 1.14 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สมมติฐานที่ 2 และ 3: ความตั้งใจใช้งานได้รับอิทธิพลทางตรงจากความคาดหวังด้านประสิทธิภาพและส่วนประสมทางการตลาดเท่ากับ 0.59 และ 0.47 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากความคาดหวังด้านประสิทธิภาพเท่ากับ 0.54 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สมมติฐานที่ 4 และ 5: คุณภาพบริการได้รับอิทธิพลทางตรงจากส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้งานเท่ากับ 0.53 และ 0.43 ตามลำดับ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากความคาดหวังด้านประสิทธิภาพและ ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลเท่ากับ 1.10 และ 0.21 ตามลำดับซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 2 แสดงค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลของตัวแปรเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้	ค่าสถิติ	ผลการประเมิน
Chi-Square/ df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$ (Whittaker & Schumacker, 2022)	1.32	สอดคล้องตามหลักเกณฑ์
P-value	$0.05 < p \leq 1.00$ (Whittaker & Schumacker, 2022)	0.057	สอดคล้องตามหลักเกณฑ์
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$ (Whittaker & Schumacker, 2022)	0.046	สอดคล้องตามหลักเกณฑ์
RMR	$0 \leq RMR \leq .05$ (Whittaker & Schumacker, 2022)	0.002	สอดคล้องตามหลักเกณฑ์
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$ (Whittaker & Schumacker, 2022)	1.00	สอดคล้องตามหลักเกณฑ์
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1.00$ (Whittaker & Schumacker, 2022)	0.98	สอดคล้องตามหลักเกณฑ์
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$ (Whittaker & Schumacker, 2022)	0.94	สอดคล้องตามหลักเกณฑ์
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1.00$ (Whittaker & Schumacker, 2022)	1.00	สอดคล้องตามหลักเกณฑ์

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ Coefficient of Determination (R^2) อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของอิทธิพลความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (E) โดยมีอิทธิพลส่งผ่านส่วนประสมทางการตลาด (P) และความตั้งใจใช้งาน (T) ต่อคุณภาพการบริการ (C)

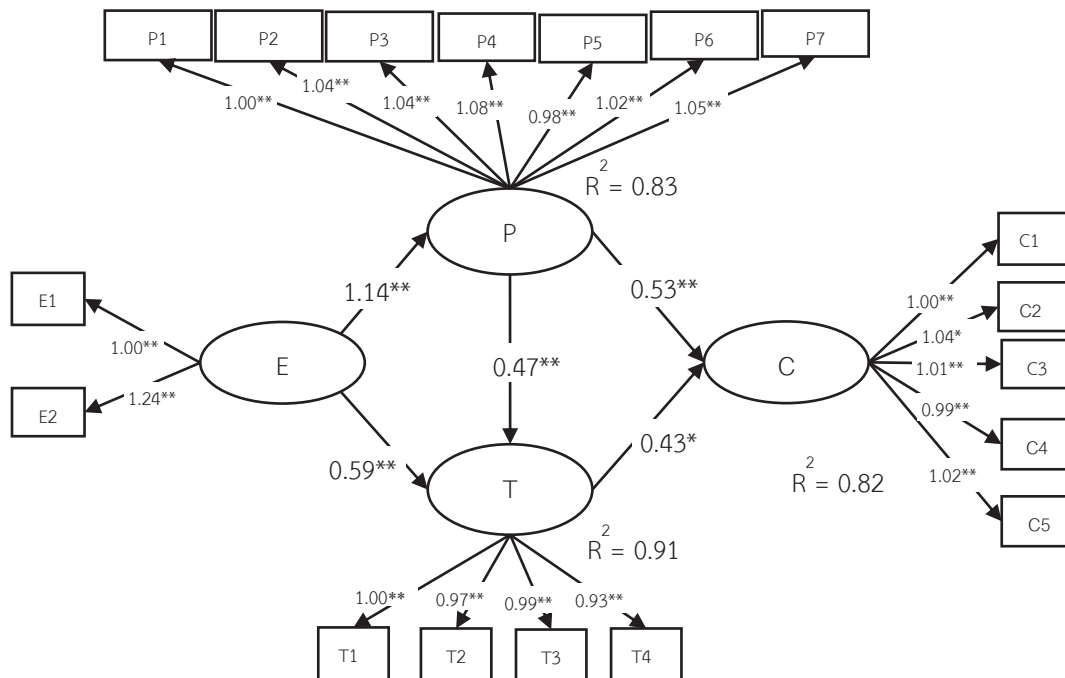
ตัวแปรแฝง	R^2	อิทธิพล	ตัวแปรแฝง
		E	P
P	0.83	DE 1.14**	-
		IE -	-
		TE 1.14**	-
T	0.91	DE 0.59**	0.47**
		IE 0.54**	-
		TE 1.13**	0.47**
C	0.82	DE -	0.53**
		IE 1.10**	0.21**
		TE 1.10**	0.74**

Chi-Square= 67.79, df=51, P-value= 0.057, GFI=0.98, AGFI=0.94, RMR=0.002, RMSEA=0.046, CFI=1.00

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีอิทธิพลรวมสูงสุด (1.10) รองลงมาได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (0.74) และความตั้งใจใช้งาน (0.43)

รูปภาพประกอบ 2

ผลการวิเคราะห์ แบบจำลองสมการโครงสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างแสดงอิทธิพลของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพต่อคุณภาพการบริการโดยมีอิทธิพลส่งผ่านส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้งาน



Chi-Square= 67.79, df=51, P-value= 0.057, GFI=0.98, AGFI=0.94, RMR=0.002, RMSEA=0.046

หมายเหตุ: ค่า t-value ≥ 2.58 แสดงว่ามีความสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 (**), t-value ≥ 1.96 แสดงว่ามีความสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 (*)

อภิปรายผล

การวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ ทั้งด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาด และความตั้งใจใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับคุณภาพการบริการ การวิเคราะห์โดยใช้รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุให้ข้อสรุปได้ว่า

1. ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีอิทธิพลสำคัญโดยรวมสูงสุดต่อคุณภาพการบริการผ่านตัวแปรคั่นกลาง ส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จูตินี จิตรัตน์มงคล (2560) พบว่า ความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่าย อิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงินผ่าน QR Code และผลการวิจัยไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กรในประเทศไทย พบว่าปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานและความเข้ากันได้ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องแบรนด์แฟชันบนเว็บไซต์ค้าปลีก ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพของลูกค้าและการบอกต่อ พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพสำหรับเว็บไซต์แบรนด์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการบอกต่อ (Loureiro et al., 2018)

2. ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลโดยรวมสำคัญต่อคุณภาพการบริการลำดับที่สองรองจากความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และคุณภาพการบริการสู่ความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลเชิงบวกอย่างมากต่อคุณภาพการบริการ โดยส่วนประสมทางการตลาดและการวางแผนจะทำให้คุณภาพการบริการดีขึ้นนอกจากนั้นยังพบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ (Rasyid et al., 2017) และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการและตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคธุรกิจสายการบิน ราคาประหยัดในประเทศไทย พบว่าส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ สถานที่ กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ผลการวิจัยยังพบว่าด้านราคาของส่วนประสมการตลาดและคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้โดยสารที่เดินทางด้วยสายการบินราคาประหยัด (Phonsiri et al., 2022)

3. ความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลสำคัญต่อคุณภาพการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การตรวจสอบผลกระทบของปัจจัยวิกฤตต่อความต่อเนื่องความตั้งใจในการใช้งานต่อเครือข่ายโซเชียลขององค์กร : รูปแบบบูรณาการของความสำเร็จของระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีงานที่เหมาะสมผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีงานเหมาะสม ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ และระดับความพึงพอใจมีอิทธิพลสำคัญต่อความตั้งใจใช้งานเครือข่ายทางสังคมขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยสามารถให้การพื้นฐานทางทฤษฎีสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนและการวิจัยติดตามผลของอุตสาหกรรมเครือข่ายทางสังคมขององค์กร (Wu & Tian, 2021) นอกจากนี้ Hidayanto et al. (2017) พบว่า ความตั้งใจใช้งานมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์บริการของรัฐบาล ความสะดวกในการใช้งานและการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้อิเล็กทรอนิกส์บริการของรัฐบาล อีกทั้งผลจากการมีส่วนร่วมรับรู้ความสามารถของตนเองซึ่งระบุว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความตั้งใจของผู้ใช้ที่จะนำมาใช้คอมพิวเตอร์และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์บริการของรัฐบาล ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ความวิตกกังวลซึ่งเป็นตัวแปรในความตั้งใจใช้งาน ไม่ได้มีผลต่อคุณภาพบริการ เนื่องจาก ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการรักษาความปลอดภัยของแอปพลิเคชันว่ามีความปลอดภัยและเชื่อถือได้ (กวีศรา ภัคตินอก, 2564)

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัยข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเบื้องต้นด้วยข้อมูลจำกัด ซึ่งได้จากผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ของในเขตเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยการให้คะแนนจากความรู้สึและการรับรู้ (Perception) ของผู้ตอบแบบสอบถาม) จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่ผ่านมา พบว่า งานวิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับผู้ให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ในเขตพื้นที่เมืองต่าง ๆ ที่เป็นหัวเมืองสำคัญ แต่ยังไม่มีการลงพื้นที่ในต่างอำเภอ ซึ่งในปัจจุบันแพลตฟอร์มการให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นใกล้หรือไกลในตัวเมืองทั้ง 77 จังหวัด (เกร็บ, 2566; ฟู้ดแพนด้า, 2566; โลว์แมน, 2566) หากผู้ให้บริการต้องการขยายธุรกิจและเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น จึงจำเป็นต้องขยายกลุ่มลูกค้าออกไปตามพื้นที่ต่างอำเภอ ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนและปรับปรุงพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้ให้บริการสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้เป็นการศึกษาที่ไม่พบงานวิจัยลักษณะการสร้างโมเดลสมการโครงสร้างลักษณะเดียวกันมาก่อน ซึ่งเป็นการอธิบายความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้องกันของตัวแปรหลายตัว ที่นำไปสู่คุณภาพการบริการที่ดีขึ้นของธุรกิจ จึงสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ต่อไปเพื่อยืนยันเพิ่มเติม การวิจัยในอนาคตสามารถค้นหาตัวแปรเพิ่มเพื่อใช้ร่วมอธิบายคุณภาพการบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาด

ความตั้งใจใช้งาน สามารถอธิบายคุณภาพการบริการ ได้ร้อยละ 82 หากมีการค้นหาเพิ่มตัวแปรอื่น ๆ นอกจากตัวแปรข้างต้น อาจมีความเป็นไปได้ที่ค่าการอธิบายคุณภาพการบริการจะเพิ่มขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการให้บริการส่งซื้ออาหารทางออนไลน์ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มคุณภาพบริการตามความคาดหวังของผู้บริโภคสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการของธุรกิจ รองลงมาได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด และตามด้วยความตั้งใจใช้งาน ดังนั้น ผู้ประกอบการให้บริการส่งซื้ออาหารทางออนไลน์สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้ 1) ผลการวิจัยพบว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการให้บริการส่งซื้ออาหารทางออนไลน์ ควรให้ความสำคัญด้านประสิทธิภาพของเทคโนโลยีโดยเฉพาะด้านความสามารถของเทคโนโลยี เช่น ระบบของแอปพลิเคชันใช้งานไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีการอธิบายรูปแบบการใช้งานและข้อมูลที่ชัดเจน ระยะเวลาในการประมวลผลข้อมูลเพื่อส่งคำสั่งซื้อเหมาะสมและเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการใช้งานสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในระบบได้ง่ายมีการช่วยเหลือทันที 2) ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับที่สองที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการ โดยเฉพาะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดเวลาการจัดส่งล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ การยืนยันรายการอาหารมีความรวดเร็ว และช่วงเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม นอกจากนั้น 3) ควรให้ความสำคัญกับความตั้งใจใช้งานซึ่งมีอิทธิพลอันดับที่สามที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพทำให้เกิดผลลัพธ์การปฏิบัติงานเช่น รูปแบบของการสั่งซื้อมีมาตรฐานความปลอดภัยต่อลูกค้า การเข้าใช้งานแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารเป็นเรื่องง่ายรวดเร็วและขั้นตอนการสั่งอาหารมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก และผลการวิจัยพบว่า ความวิตกกังวล ซึ่งเป็นตัวแปรในความตั้งใจใช้งาน ไม่ได้มีผลต่อคุณภาพบริการ เนื่องจาก ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการรักษาความปลอดภัยของแอปพลิเคชันว่ามีความปลอดภัยและเชื่อถือได้ ผลการวิจัยนี้ทำให้ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญในส่วนนี้และมุ่งพัฒนาในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการ

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ นุชนารถและคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 3(2), 44-53
- กวิสรา ภัคดีนอก. (2564). คุณภาพข้อมูล คุณภาพระบบ คุณภาพบริการ ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้แอปพลิเคชันเป่าตังในกรุงเทพมหานคร. ปริมนทล. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กานต์ ภัคดีสุข. (2561). ความปัจจัยด้านทัศนคติปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- แกร็บ. (2566). พื้นที่ให้บริการ GrabFood. ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2566, จาก <https://help.grab.com/passenger/th-th>
- คณธิษ รัชานาเวศ. (2564). ส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ชนมวีรชา ขาละม้าย และ พันธ์กร สิมะขจรบุญ. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหาร. *วารสารนวัตกรรมธุรกิจการจัดการและสังคมศาสตร์*, 3(1), 1-19
- ฐิตินิ จิตรัตน์มงคล. (2560). อิทธิพลของความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณประโยชน์ และ ความง่ายในการใช้งาน ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงินผ่าน QR Code ของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. *สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- ทวีพร ทวีสุข. (2565). แนวทางพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้บริโภคนอกเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล*.
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2565). *Food Delivery ยุค New Normal* เดิบดีมากแค่ไหน วิถีใหม่ที่กลายเป็นเรื่องปกติ. ค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2566, จาก <https://wdev.smebank.co.th/2022/03/14/food-delivery-new-normal/>
- ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- ธาดาริเบศร์ ภูทอง และ นัทธมน มั่งสูงเนิน. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 10(3), 548-566.
- เดอเหมา ไจว. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ Food Delivery สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกรุงเทพมหานคร. *สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- ฟู้ดแพนด้า. (2566). สั่งอาหารและของกินของใช้ออนไลน์ทั่วไทย. ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2566, จาก <https://www.foodpanda.co.th>
- ไลน์แมน. (2566). พร้อมให้บริการใน 77 จังหวัดทั่วไทย. ค้นเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2566, จาก <https://business.wongnai.com/line-man-service-area>
- วรัญญา บำรุงสรณ์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการรถตู้โดยสารของบริษัท เสนาสนนิยม (จำกัด). *สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา*.
- เวิร์คพอยท์ทูเดย์. (2565). เหตุผลที่ Food Delivery ทยอยเป็น Super App เป็นมากกว่าแอปส่งอาหาร. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2566, จาก <https://workpointtoday.com/fooddelivery-superapp/>
- Abu-Taieh, E. M., AlHadid, I., Abu-Tayeh, S., Masa'deh, R. E., Alkhalwaldeh, R. S., Khwaldeh, S., & Alrowwad, A. A. (2022). Continued Intention to use of M-Banking in Jordan by integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 120.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of marketing research*, 14(3), 396-402.
- Azhar, M. E., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2019). The role of marketing mix and service quality on tourist satisfaction and loyalty at Samosir. *Independent Journal of Management & Production*, 10(5), 1662-1678.
- Butarbutar, N., Lie, D., Bagenda, C., Hendrayani, E., & Sudirman, A. (2022). Analysis of the effect of performance expectancy, effort Expectancy, and lifestyle compatibility on behavioral Intention QRIS in Indonesia. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 10(11), 4203-4211.

- Chatterjee, S., Ghatak, A., Nikte, R., Gupta, S., & Kumar, A. (2022). Measuring SERVQUAL dimensions and their importance for customer-satisfaction using online reviews: a text mining approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 36(1), 22-44.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS quarterly*, 19(2), 189-211.
- Fernandes, A. A. R. (2018). The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategy to customer loyalty. *Journal of Management Development*, 37(1), 76-87.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). London : Sage.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Gall, M. D., Borg, W. R., & Gall, J. P. (1996). *Educational research: An introduction*. Harlow : Longman Publishing.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W., & Anderson, R. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Southampton : Annabel Ainscow.
- Hidayanto, A. N., Purwandari, B., Kartika, D., & Kosandi, M. (2017). Factors influencing citizen's intention to participate electronically: The perspectives of social cognitive theory and e-government service quality. In *2017 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)*, 166-171.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling* (5th ed.). New York : Guilford Publications.
- Kim, J. (2016). An extended technology acceptance model in behavioral intention toward hotel tablet apps with moderating effects of gender and age. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8), 1535-1553.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: moving from Traditional to Digital*. New Jersey : John Wiley & Sons.
- Kumar, V., Leone, R. P., Aaker, D. A., & Day, G. S. (2018). *Marketing research*. New Jersey : John Wiley & Sons.
- Kumlangphaet, W., Rattanamung, Y., & Tangsang, B. (2020). Causal Factors of Intention to Use Food Delivery Service via Mobile Application Food panda for consumers in Nonthaburi Province. *Asia Pacific Journal of Religions and Cultures*, 4(2), 181-196.
- Loureiro, S. M., Cavallero, L., & Miranda, F. J. (2018). Fashion brands on retail websites: Customer performance expectancy and e-word-of-mouth. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2018(41), 131-141.
- Magsamen-Conrad, K., Upadhyaya, S., Joa, C. Y., & Dowd, J. (2015). Bridging the divide: Using UTAUT to predict multigenerational tablet adoption practices. *Computers in Human Behavior*, (50)September 2015, 186-196.

- Phonsiri, W., Junjit, A., Chanarpas, M., & Chayomchai, A. (2022). Marketing strategy influencing service quality and consumers' repurchase decision on low-cost airline business in Thailand. *Hong Kong Journal of Social Sciences*, 59, 135-145.
- Rasyid, M. J., Dani, I., & Andriani, B. (2017). The effect of marketing mix, image and service quality toward the domestic tourism satisfaction in Bone District. *Journal of Research in Business and Management*, 5(4), 69-73.
- Taherdoost, H. (2018). A review of technology acceptance and adoption models and theories. *Procedia manufacturing*, 22(2018), 960-967.
- Techarattanased, N. (2019). Service marketing mix and acceptance of technology affecting consumers' satisfaction through food delivery applications. In *International conference on Management Science, Innovation and Technology*, 155-162.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 27(3), 425-478.
- Wedlock, B. C., & Trahan, M. P. (2019). Revisiting the unified theory of acceptance and the use of technology (UTAUT) model and scale: An empirical evolution of educational technology. *Research Issues in Contemporary Education*, 4(1), 6-20.
- Whittaker, T. A., & Schumacker, R. E. (2022). A beginner's guide to structural equation modeling (5th ed.). London : Routledge.
- Wu, R. Z., & Tian, X. F. (2021). Investigating the impact of critical factors on continuous usage intention towards enterprise social networks: An integrated model of is success and TTF. *Sustainability*, 13(14), 7619.



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 ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย เมือง จังหวัด) และอีเมลของผู้เขียนสำหรับติดต่อ

บทคัดย่อ

บทความงานวิจัยต้องประกอบด้วยบทคัดย่อที่ระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษาและบทสรุป ความยาวไม่เกิน 300 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้เขียนเขียนบทคัดย่อทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย ระบุคำสำคัญของเรื่อง (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

เนื้อหาของบทความ

ลำดับของการเขียนเนื้อหาบทความวิจัยเริ่มต้นจากบทนำ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) ความสำคัญของที่มาและปัญหาของงานวิจัย ภูมิหลังของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสมมุติฐานและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้เขียนไว้ในส่วนบทนำ วิธีการศึกษา ให้อธิบายไว้ในส่วนวิธีการศึกษา ผลการวิจัยหรือผลการทดลองต่างๆ ให้อธิบายไว้ในส่วนผลการศึกษา 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 และใส่เครื่องหมายดอกจันทรีในรูปแบบเชิงบรรณานุกรมสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (Corresponding Author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

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

บทคัดย่อ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) : ให้จัดหัวเรื่องบทคัดย่อ ไว้กึ่งกลางของหน้ากระดาษ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อความในบทคัดย่อ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา หัวข้อคำสำคัญ (keywords) 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 สำหรับคำอธิบายเชิงบรรณานุกรมให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

3. บทความภาษาไทย

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

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากรายชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวปกติ และใส่เครื่องหมายดอกจันทรีในรูปแบบเชิงบรรณานุกรมสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (Corresponding Author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

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

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

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

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง 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 วิทย์อุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทย์อุดมและ พยอม สิงเสนห์, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เครื่องหมาย จุลภาคตามด้วยปีที่พิมพ์ตามลำดับ (พยอม สิงเสนห์ และคณะ, 2548)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาไทย)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)
ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

หนังสือ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. เมืองที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

รายงานทางวิชาการ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่องานวิจัย. เมืองที่พิมพ์ : หน่วยงานที่เผยแพร่.

วิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต/วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต.
ชื่อสถานศึกษา.

รายงานการประชุม

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเอกสารรวมเรื่องที่ได้จากรายงานการประชุม. วันเดือนปีที่จัด.
สถานที่จัด. เลขหน้า.

วารสาร

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่พิมพ์), เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

หนังสือพิมพ์

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปี เดือน วันที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ :

เว็บเพจ

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

ลงชื่อ..... วัน/เดือน/ปี.....

()

ผู้เขียนหลักชื่อแรก