

หลักสูตรระดับปริญญาเอก
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

หลักสูตรระดับปริญญาโท
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

หลักสูตรระดับปริญญาโท	สาขาวิชา	ช่วงเปิดรับสมัคร
บัญชีมหาบัณฑิต (บช.ม.)	-	ภาคเรียนที่ 1 ของทุกปี มีนาคม - พฤษภาคม
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.)	บริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล	
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.)	ธุรกิจดิจิทัลและระบบสารสนเทศ	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.)	การจัดการสมรรถนะและนวัตกรรมดิจิทัล	



คณะการบัญชีและการจัดการ
MAHASARAKHAM BUSINESS SCHOOL



วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management ปีที่ 17 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2568 Volume 17 No. 3 July - September 2025

3



Journal of Accountancy and Management
วารสารการบัญชีและการจัดการ
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปีที่ 17 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2568

Volume 17 No. 3 July - September 2025

- 1 คุณภาพทำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี : บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
จิราพร โพธิ์เดือน พัทธนันท์ เพชรเชิดชู ศิริเดช ภาสุพรม และ พณรัตน์ ปานมณี
- 18 อิทธิพลกำกับของขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าในความสัมพันธ์ระหว่างของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทย
พลอยณิษา เดชะเศรษฐศิริ ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์ และ ธัมมะกิตนา ศรีสุพรรณ
- 38 Effect of Human Capital Orientation and Goal Achievement of Hotel Businesses in Thailand
Aphi Khamphroh and Sasichai Pimpan
- 52 การประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมพืชเลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
โสพิศพิไล กองใส พันธ์ พระสงฆ์ และ อรัญญา จินาชน
- 67 บทบาทของขนาดคณะอนุกรรมการในการส่งผ่านอิทธิพลของลักษณะคณะกรรมการต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี SETESG: ศึกษาตัวแปรในกลุ่มระดับสูง
มณฑา เอมสวัสดิ์
- 106 อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: บทบาทตัวแปรคั่นกลางซอฟต์แวร์พาเวอร์ไอ
Souphaphone Manivongsack และ อาธิรัตน์ ลิ้มพะพันธ์
- 121 ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมจัดการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
อินทร์ อินอุ่นโชติ
- 137 เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลกับประสิทธิภาพพนักงานบัญชี: กรณีศึกษาสำนักงานบัญชีในจังหวัดอุบลราชธานี
มหัทธกร เปี้ยนสมัย
- 154 อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี
วันสิริ ประเสริฐทรัพย์ และ สุจิตร์ ตั้งเจริญ
- 178 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อมในการเผชิญเหตุวิกฤตโควิด 19
กุลธิดา แซ่โซว และ ศศิวิมล ลุ่มบก
- 194 ผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
จินตนา โสภิสตา อรัณพงศ์ กณินโชย ดารารัตน์ โพธิ์ประจักษ์ อนก พุกธิเดช และ สุรัชย์ เอมอักษร
- 217 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริหารเพื่อย่อยอาหารริมทาง
ฐิตารีย์ ศรีมงคล



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

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.จวย สาวิตี

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติพล วิแสง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพล หมูมี

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ปฐมพงษ์ หงษ์สุวรรณ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.การุณย์ ประทุม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกสินี หมั่นไธสง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัญญา รักสงษ์

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 พงศ์ธนาพานิช

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรหมอักษร

มหาวิทยาลัยนครพนม

รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ดร.เกษมศานต์ 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.อัมภา จินตกานนท์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี หอมดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมนวาล 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

ตำบลขามเฒ่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม 44150 โทรศัพท์ (043) 719-800 ต่อ 5626

E-mail: Nattakan.j@acc.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 ตั้งบุญญพฤฒิคุณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนีรัตน์ วงษ์ขิม

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการกลั่นกรองภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธวีรณ พืศรีศักดิ์โสภณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา พรหมเกษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อากาภิษฐ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ 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

วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นวารสารวิชาการที่มุ่งมั่นดำเนินการเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการที่มีคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ โดยในรอบการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการครั้งที่ 5 (พ.ศ. 2568–2572) วารสารฯ ได้รับการรับรองคุณภาพให้อยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1 ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพสูงสุด การได้รับการประเมินในระดับนี้ไม่เพียงสะท้อนให้เห็นถึงมาตรฐานในการจัดการวารสารเท่านั้น แต่ยังเป็นสิ่งยืนยันถึงความเข้มงวดและความน่าเชื่อถือของกระบวนการคัดกรอง ตลอดจนคุณค่าทางวิชาการของบทความที่ได้รับการเผยแพร่

กระบวนการคัดเลือกบทความของวารสารฯ ยึดหลักความโปร่งใสและความเที่ยงตรงทางวิชาการ โดยบทความทุกเรื่องที่ได้รับการตอบรับจะต้องผ่านการตรวจสอบเบื้องต้นในด้านความถูกต้องทางเนื้อหา การป้องกันการซ้ำซ้อนและการคัดลอกผลงานทางวิชาการ (Plagiarism) ตลอดจนการตรวจสอบรูปแบบการอ้างอิงอย่างรอบคอบ จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จำนวนอย่างน้อย 3 ท่าน ซึ่งล้วนเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ตรงในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง อาทิ การบัญชี บริหารธุรกิจ การจัดการ เศรษฐศาสตร์ การตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิเหล่านี้นับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยยกระดับคุณภาพของบทความ อีกทั้งยังสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของนักวิจัยและผู้เขียนบทความให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกวิชาการที่มีพลวัตสูง สำหรับวารสารการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 17 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม–กันยายน พ.ศ. 2568) นี้ ได้รวบรวมบทความวิจัยจำนวนทั้งสิ้น 12 เรื่อง ซึ่งครอบคลุมประเด็นทางวิชาการที่หลากหลายและทันสมัย อาทิ 1) คุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) อิทธิพลของขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า ต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือ 3) Effect of Human Capital Orientation and Goal Achievement of Hotel Businesses in Thailand 4) การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเพื่อเสริมสร้างความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ จังหวัดนครศรีธรรมราช 5) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของแผงลอยอาหารริมทาง 6) อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีชอฟต์พาวเวอร์ไทยเป็นตัวแปรคั่นกลาง 7) ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จทางธุรกิจของร้านค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8) เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลกับประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชี: กรณีศึกษาสำนักงานบัญชีจังหวัดอุบลราชธานี 9) อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี 10) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อมในการเผชิญวิกฤตโควิด-19 11) ผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหารกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ 12) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการของแผง

ลอยอาหารริมทาง บทความทั้งหมดนี้ไม่เพียงสะท้อนให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางวิชาการในหลากหลายสาขา แต่ยังสะท้อนการบูรณาการองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทของประเทศไทยและสากล

สุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการใคร่ขอกราบขอบพระคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ได้ให้ความไว้วางใจส่งผลงานเข้าร่วมเผยแพร่ในวารสาร ตลอดจนผู้อ่านที่ได้ให้ข้อเสนอแนะและคำติชมอย่างต่อเนื่อง อันเป็นพลังสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างคุณภาพและความเข้มแข็งของวารสาร การได้รับการจัดอันดับให้อยู่ใน TCI กลุ่มที่ 1 ถือเป็นกำลังใจและแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการยังคงมุ่งมั่นพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งทั้งในด้านมาตรฐานการดำเนินงาน ความน่าเชื่อถือทางวิชาการ และการเป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่มีคุณภาพเพื่อสังคมวิชาการไทยและนานาชาติ

รองศาสตราจารย์ ดร. จรวัย สาวิถี

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 17 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม – กันยายน 2568

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
1. คุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี : บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จิราพร ไพรเถื่อน พัทธนันท์ เพชรเชิดชู ศิริเดช คำสุพรหม พนารัตน์ ปานมณี	1
2. อิทธิพลกำกับของขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าในความสัมพันธ์ ระหว่างของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทย พลอยณัชชา เดชะเศรษฐ์ศิริ ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์ ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ	18
3. Effect of Human Capital Orientation and Goal Achievement of Hotel Businesses in Thailand Aphi Khamphroh Sasichai Pimpan	38
4. การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โสพิศพิไล ทองใส พัชรี พระสงฆ์ อรัญญา จินาชาญ	52
5. บทบาทของขนาดคณะกรรมการในการส่งผ่านอิทธิพลของลักษณะคณะกรรมการต่อคุณภาพ การเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี SETESG: ศึกษาตัวแปรในกลุ่มระดับสูง มณฑา เอ็มสวัสดิ์	67

บทความวิจัย	หน้า
6. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภค ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: บทบาทตัวแปรคั่นกลางซอฟต์แวร์ไทย <i>Soupaphone Manivongsack</i> อารีรัตน์ ลิฬะพันธุ์	106
7. ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านค้าปลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อินทร์ อินอุ่นโชติ	121
8. เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลกับประสิทธิภาพแผนกบัญชี: กรณีศึกษาสำนักงานบัญชีในจังหวัดอุบลราชธานี มหัทธกร เปลี่ยนสมัย	137
9. อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี วันสิริ ประเสริฐทรัพย์ สุขจิตร ตั้งเจริญ	154
10. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อมในการเผชิญเหตุวิกฤตโควิด 19 กุลธิดา แซ่โง้ว ศศิวิมล สุขบท	178
11. ผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จินตนา โสมโสดา อรันพงศ์ ทนน์ไชย ดารารัตน์ โพธิ์ประจักษ์ อเนก พุทธิเดช สุรัชย์ เอ็มอักษร	194
12. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการแพนด้าอาหารริมทาง จิตารีย์ ศิริมงคล	217

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

Mahasarakham Business School, Volume 17 No. 3 July – September 2025

TABLE OF CONTENTS

Research Articles	Page
1. Earnings Quality, Opportunities for Investment Expansion, Financial Constraints, Cash Holdings, and Audit Fees: Evidence from Companies Registered in the Stock Exchange of Thailand <i>Jiraporn Prithaun</i> <i>Pattanant Pechcherdchoo</i> <i>Siridech Kumsuporm</i> <i>Panarat Panmanee</i>	1
2. The Moderating Effects of size, Age and Customer Profile on the Relationship between Service Innovation and Financial Performance of SME in Northern Thailand <i>Ploynutcha Dechaset Siri</i> <i>Prasittichai Narakorn</i> <i>Tummatinna Seesupan</i>	18
3. Effect of Human Capital Orientation and Goal Achievement of Hotel Businesses in Thailand <i>Aphi Khamphroh</i> <i>Sasichai Pimpan</i>	38
4. Application of Management Accounting Affecting the Success of Beef Cattle Farmers Community Enterprise Group In Nakhon Si Thammarat <i>Sopispilai Thongsai</i> <i>Phatcharee Prasong</i> <i>Arunya Jinachan</i>	52
5. The Role of Subcommittee Size in Mediating the Influence of Board Characteristics on Disclosure Quality and Performance of Listed Companies in the SETESG Index: A Study of Variables in High-Level Group <i>Monta Aemsawas</i>	67

Research Articles	Page
6. Effect of Integrated Marketing Communication towards Watching Decision on Thai Series of Consumers in Lao People's Democratic Republic, Mediating Role of Thai Soft Power <i>Soupaphone Manivongsack</i> <i>Areerat Leelhaphunt</i>	106
7. Relationship between of Marketing New Marketing Innovation on Business Success on Café in the Northeast <i>In Inouchot</i>	121
8. Digital Accounting Technology and Accounting Department Efficiency: A Case Study in Ubon Ratchathani <i>Mahatthakorn Plensamai</i>	137
9. The Influence of Audit Committee Characteristic on Audit fees <i>Vansiri Prasoththap</i> <i>Sukjit Tangcharoen</i>	154
10. Exploratory Factor Analysis of Network Components in Micro Enterprises Facing the COVID-19 Crisis <i>Kulthira Saezow</i> <i>Sasiwemon Sukhabot</i>	178
11. Moderating Environmental, Social, and Governance (ESG) in the relationship between compensation and firm value of listed companies on the Stock Exchange of Thailand <i>Jintana Somsoda</i> <i>Aranphong Thananchai</i> <i>Dararat Phoprachak</i> <i>Anek Putthidech</i> <i>Surachai Am-ugsorn</i>	194
12. Confirmatory Factor Analysis of Street Food Stall Service Quality <i>Thitaree Sirimongkol</i>	217

**คุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และ
ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี : บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**
**Earnings Quality, Opportunities for Investment Expansion, Financial Constraints, Cash
Holdings, and Audit Fees: Evidence from Companies Registered in the Stock Exchange of
Thailand**

จิราพร ไพรเถื่อน^{1*}, พัทธนันท์ เพชรเชิดชู², ศิริเดช คำสุพรม³, และ พณรัตน์ ปานมณี⁴
Jiraporn Prithaun^{1*}, Pattanant Pechcherdchoo², Siridech Kumsuporm³ and Panarat Panmanee⁴

Received : February 6, 2025 Revised : May 1, 2025 Accepted : May 1, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี : บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลจากงบการเงินเป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 – พ.ศ. 2566 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาคุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี : บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นไปตามรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และมีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กล่าวคือคุณภาพกำไร มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการขยายการลงทุน โดยบริษัทที่มีคุณภาพกำไรที่สูง แสดงถึงความโปร่งใสและเกียรติภาพทางการเงินของบริษัท ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อโอกาสในการขยายการลงทุน แต่คุณภาพกำไร มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับข้อจำกัดทางการเงิน และเมื่อพิจารณาถึงด้านโอกาสในการขยายการลงทุน กับการถือครองเงินสด มีอิทธิพลในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้คุณภาพกำไรไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

คำสำคัญ : คุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

¹ Ph.D. student in Accountancy programme at the College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University.

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

^{2,3} Assistant Professor, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University.

⁴ รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

⁴ Associate Professor of Accounting at the Faculty of Management Science, Silpakorn University.

* Corresponding author email : 65140117@dpu.ac.th

Abstract

This article aimed to earnings quality, opportunities for investment expansion, financial constraints, cash holdings, and audit fees: evidence from companies registered in the stock exchange of Thailand. This quantitative research utilizes financial statement data from 2021 to 2023 and employs structural equation modeling (SEM) for data analysis. The research results were found as follows; earnings quality, opportunities for investment expansion, financial constraints, cash holdings, and audit fees: evidence from companies registered in the stock exchange of Thailand was appropriate and consistent with the empirical data; and earnings quality had a positive influence on investment expansion opportunities. Companies with higher earnings quality demonstrated financial transparency and stability, which positively affected their opportunities for investment expansion. Conversely, earnings quality had a negative influence on financial constraints. Furthermore, investment expansion opportunities and cash holdings exhibited a positive relationship. In addition, earnings quality has not direct relationship with audit fees.

Keywords : Earnings Quality, Investment Expansion Opportunities, Financial Constraints, Cash Holdings, Audit Fees

1. บทนำ

การกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเป็นประเด็นสำคัญทั้งต่อนายจ้างและผู้ตรวจสอบบัญชี นั่นก็คือ การตระหนักถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี การตระหนักถึงปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นประโยชน์ต่อนายจ้างและผู้ตรวจสอบบัญชีเอง หากค่าธรรมเนียมการตรวจสอบบัญชีสูงเกินไป สำหรับนายจ้างส่วนใหญ่ถึงแม้ว่าจะมีความเป็นไปได้ที่ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบบัญชีจำนวนนี้จะสามารถชำระได้อย่างง่ายดายโดยบริษัทขนาดใหญ่ที่มีปริมาณการซื้อ – ขายสูง มีสภาพคล่องสูง หรือสำหรับบริษัทมหาชนบางแห่ง แต่จำนวนต้นทุนดังกล่าวอาจมีนัยสำคัญและเป็นภาระที่ค่อนข้างหนักสำหรับบริษัทขนาดเล็ก หรือบริษัทที่มีสถานะทางการเงินต่ำกว่า ดังนั้นในมุมมองของนายจ้าง เมื่อคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ไม่ว่าจะโดยการเจรจาต่อรองหรือโดยการควบคุมปัจจัยเหล่านี้ภายในองค์กร ค่าใช้จ่ายดังกล่าวก็สามารถลดลงและยอมรับได้ และเมื่อตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าว ผู้ตรวจสอบบัญชีก็สามารถกำหนดราคาค่าบริการของตนได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น ความสำคัญของปัญหานี้กำลังเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันที่รุนแรงเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ตรวจสอบบัญชี ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อนานมาแล้วในประเทศที่พัฒนาแล้ว ผู้ตรวจสอบบัญชีจะเรียกว่าผู้ที่มีความสามารถเมื่อเขาสามารถประมาณค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของตนได้ดีที่สุดเกี่ยวกับลักษณะของบริษัทที่วิเคราะห์ สิ่งนี้จะทำให้ผู้ตรวจสอบสามารถรักษาคุณภาพของโครงการและมีวิธีการดำเนินการด้วยต้นทุนขั้นต่ำ ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีคือ กระแสเงินสดของบริษัท ถ้าหากองค์กรที่มีกระแสเงินสดจำนวนมากก็จะมีผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเช่นกัน (Barclay & Smith, 1995)

เงินสดซึ่งเป็นหนึ่งในสินทรัพย์หมุนเวียนที่สำคัญที่สุดในทุกบริษัท มีบทบาทสำคัญในกระบวนการดำเนินงานของบริษัทและหน่วยงานที่แสวงหาผลกำไร ดังนั้นหน้าที่หลักประการหนึ่งของผู้จัดการทางการเงินคือการคาดการณ์กระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออกที่เหมาะสม กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การจัดการเงินสดเป็นหนึ่งในหน้าที่หลักของการจัดการทางการเงินในแง่หนึ่ง ด้วยการขาดกระแสเงินสดอาจทำให้เกิดปัญหาในการประมาณการค่าใช้จ่ายรายวัน และในทางกลับกัน การรักษาระแสเงินสดไว้ในระดับสูงอาจทำให้เกิดค่าใช้จ่ายสำหรับบริษัท อย่างไรก็ตาม เนื่องจากมีความยืดหยุ่นในการตอบสนองอย่างเหมาะสมต่อสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดและความต้องการรายวัน บริษัทอื่น ๆ ส่วนใหญ่จึงไม่เต็มใจที่จะรักษาระดับเงินสดไว้ในระดับสูง การศึกษาการตรวจสอบที่เกี่ยวข้องกับกระแสเงินสดอิสระเปิดเผยว่าในบริษัทที่มีกระแสเงินสดสูงกว่า ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบจะเพิ่มขึ้น

มาก เท่ากับต้นทุนของตัวแทน (Griffin et al., 2010) เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ว่ากระแสเงินสดอิสระและการถือครองเงินสดจะมีคุณสมบัติบางอย่างที่เหมือนกัน แต่ก็มี ความแตกต่างกันอย่างมากระหว่างทั้งสองประเภท กระแสเงินสดอิสระเป็นอัตราส่วนรายปี และได้มาจากกำไรประจำปีที่ปรับปรุงแล้ว ในทางกลับกัน การถือครองเงินสดเป็นการบ่งบอกถึงยอดเงินสดคงเหลือในงบแสดงฐานะทางการเงินและอาจมากกว่ากระแสเงินสดอิสระมาก บริษัทที่มีข้อจำกัดทางการเงินจะสามารถเข้าถึงตลาดทุนได้โดยมีความเป็นไปได้น้อยกว่า ดังนั้นการถือครองเงินสดจึงอาจเป็นประโยชน์ต่อความต้องการในการลงทุนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ในกรณีที่เกิดปัญหาทางการเงิน ผลประโยชน์ที่เป็นเงินสดอาจส่งผลกระทบต่อราคาการถือเงินสดของผู้สอบบัญชี (Tsui et al., 2001) งานวิจัยของ Jayalakshmy et al. (2020) ก็สนับสนุนผลการวิจัยข้างต้น โดยได้ทำการตรวจสอบการกำหนดราคาของผู้สอบบัญชี สำหรับการถือครองเงินสดส่วนเกินและความแปรปรวนในการตัดสินใจกำหนดราคาโดยคำนึงถึงแรงจูงใจในการถือครองเงินสด และเงื่อนไขเฉพาะของบริษัทและในช่วงวิกฤต งานวิจัยฉบับนี้ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้ตัวอย่างของบริษัทที่ไม่ใช่ธุรกิจทางการเงินของสหรัฐฯ และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในช่วงปี 2003 ถึง 2021 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างเงินสดส่วนเกินและค่าธรรมเนียมการตรวจสอบ และยังพบว่า การกำหนดราคาการตรวจสอบของเงินสดส่วนเกินนั้นสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญสำหรับบริษัทที่มีข้อจำกัดทางการเงินต่ำกว่า เพื่อสนับสนุนงานวิจัยที่กล่าวมา (Ramachandran et al., 2023) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างเงินสดส่วนเกินและค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และพบว่า การกำหนดราคาการสอบบัญชีสำหรับเงินสดส่วนเกินนั้นสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญสำหรับบริษัทที่มีข้อจำกัดทางการเงินที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ยังกล่าวมาว่ามีอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อข้อจำกัดทางการเงิน และการขยายการลงทุน นั่นก็คือคุณภาพกำไร

คุณภาพของกำไรสะท้อนถึงความสามารถของกำไรในปัจจุบันที่จะใช้ในการพยากรณ์หรือคาดการณ์กำไรในอนาคตได้อย่างแม่นยำ กำไรที่มีคุณภาพดี คือกำไรที่มีความมั่นคงและไม่เกิดการกลับรายการจากที่เคยพยากรณ์ไว้ก่อนหน้านี้ ในทางตรงกันข้าม หากกำไรมีการกลับรายการหรือปรับเปลี่ยนไปจากที่เคยคาดการณ์ไว้อย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่ากำไรนั้นมีความน่าเชื่อถือต่ำ ซึ่งอาจเป็นสัญญาณเตือนถึงความผิดปกติหรือการตกแต่งกำไรภายในองค์กร การตกแต่งกำไรมักเกิดจากความพยายามของผู้บริหารในการสร้างผลกำไรที่ตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรและความคาดหวังของนักลงทุน ผู้บริหารอาจพยายามหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าที่นักลงทุนคาดการณ์ หรือผลกำไรที่ต่ำกว่าการประมาณการที่องค์กรเคยแจ้งไว้ การตกแต่งกำไรจึงมักถูกใช้เพื่อแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีผลประกอบการที่ดี แม้ว่าความเป็นจริงอาจไม่ได้เป็นเช่นนั้น เทคนิคที่ผู้บริหารมักใช้ในการตกแต่งกำไรคือการปรับรายการทางบัญชี เช่น การลดต้นทุน การเพิ่มรายได้ หรือการบันทึกและปรับเปลี่ยนรายการประมาณการที่ใช้ดุลยพินิจสูง เช่น รายการประมาณการค้างรับ รายการประมาณการค้างจ่าย ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ และค่าเสื่อมราคา หากงบการเงินขององค์กรมีการบันทึกรายการเหล่านี้ในปริมาณมาก อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของกำไร โดยบ่งบอกถึงความเสี่ยงที่ผู้บริหารอาจใช้วิธีการดังกล่าวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกินจริง การที่กำไรมีความน่าเชื่อถือต่ำไม่เพียงส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของงบการเงิน แต่ยังสร้างความเสียหายต่อความไว้วางใจของนักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การพิจารณาคุณภาพของกำไรอย่างรอบคอบจึงเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินสถานะทางการเงินและความมั่นคงขององค์กรในระยะยาว (Goksel & Ilker., 2020; Jianjun et al., 2020)

ดังนั้นจึงชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการฉวยโอกาสในบริษัทที่มีอัตราการเติบโตสูงอาจส่งผลให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเมื่อบริษัทไม่สามารถบริหารจัดการตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทที่มีการถือครองเงินสดสูงและอัตราการเติบโตสูงมักมีระดับหนี้สินต่ำ แต่หากขาดการควบคุมที่ดี อาจเพิ่มภาระงานให้ผู้ตรวจสอบบัญชี ขณะเดียวกันคุณภาพกำไรที่ไม่ดีส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตและข้อจำกัดทางการเงินของบริษัท ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยที่ทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้น การศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ผลกระทบของ คุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน และการถือครองเงินสด ที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในมุมมองของผู้สอบบัญชีและการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการตรวจสอบ และยังช่วยให้หน่วยงานกำกับดูแล เช่น คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ สามารถใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนากฎระเบียบที่

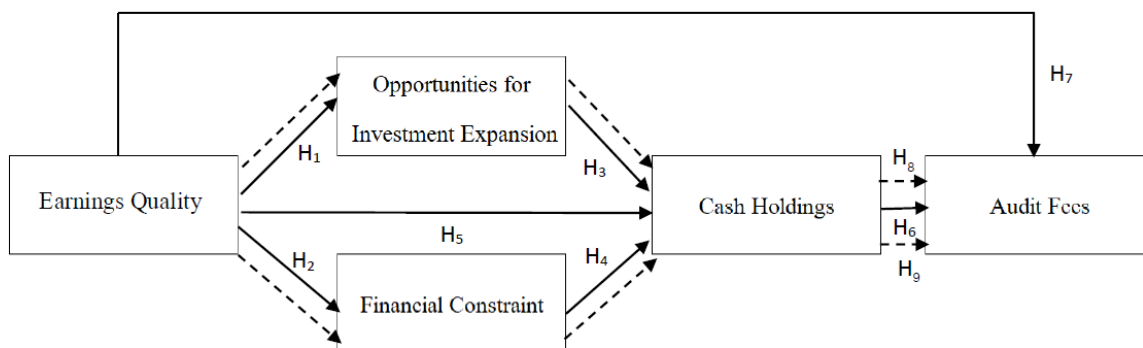
เหมาะสมในการกำกับตลาดทุน ขณะเดียวกัน นักลงทุนจะได้รับข้อมูลเชิงลึกที่ช่วยในการตัดสินใจลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้สอบบัญชีสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการกำหนดค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของอิทธิพลของคุณภาพกำไร ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพกำไรโอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสดต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัยและสมมติฐานของการวิจัย

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน และการถือครองเงินสด ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีการกำหนดตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (Audit Fees) ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ คุณภาพกำไร (Earnings Quality) โอกาสในการขยายการลงทุน (Opportunities for Investment Expansion) ข้อจำกัดทางการเงิน (Financial Constraints) และตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable) คือ การถือครองเงินสด (Cash Holdings)



รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของคุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพกำไร คุณภาพกำไร หมายถึงความสามารถของกำไรในปัจจุบันในการพยากรณ์กำไรในอนาคตอย่างแม่นยำ กำไรที่มีคุณภาพสูงจะไม่มีการกลับรายการจากที่คาดการณ์ไว้ ขณะที่กำไรที่มีคุณภาพต่ำอาจบ่งชี้ถึงการตกแต่งกำไรและส่งผลให้การพยากรณ์ผิดพลาด กระทั่งต่อราคาหลักทรัพย์ โดยเฉพาะในกรณีที่ผลประกอบการจริงแตกต่างจากที่คาดการณ์ ลักษณะของกำไรที่มีคุณภาพแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) กำไรจากหลักการบัญชีแบบระมัดระวัง: รายงานรายได้เมื่อแน่นอน และบันทึกค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นที่ 2) กำไรที่มีเสถียรภาพและยั่งยืน: สะท้อนถึงความมั่นคงของธุรกิจในระยะยาว 3) กำไรที่เป็นเงินสด: วัดจากกระแสเงินสดจริงหลังหักค่าใช้จ่าย มีความน่าเชื่อถือสูง 4) กำไรจากการดำเนินงานหลัก: เกิดจากกิจกรรมธุรกิจโดยตรง 5) กำไรที่สามารถคาดการณ์ได้: มีความสม่ำเสมอ ช่วยพยากรณ์อนาคตได้แม่นยำ การประเมินคุณภาพกำไรช่วยประเมินความเสี่ยงของหลักทรัพย์ ค้นหาสัญญาณเตือนจากข้อมูลบัญชี และวัดศักยภาพการทำกำไรในอนาคต

การวิเคราะห์ควรใช้ข้อมูลย้อนหลังและปัจจัยแวดล้อม เพื่อให้ผู้ใช้การเงินตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Choi & Park, 2021; Jang & Kim, 2023)

แนวคิดเกี่ยวกับโอกาสในการขยายการลงทุน โอกาสในการขยายการลงทุน หมายถึงศักยภาพของบริษัทในการลงทุน เพื่อสร้างผลกำไรในอนาคต โดยวัดได้จากหลายตัวชี้วัดทางการเงินและกลยุทธ์ ได้แก่ 1) การเติบโตของรายจ่ายฝ่ายทุน สะท้อนการลงทุนในโครงการใหม่หรือการขยายโครงการเดิม 2) การใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา ซึ่งถึงความมุ่งมั่นในนวัตกรรมและการเติบโตในอนาคต 3) การเติบโตของยอดขายและรายได้ บ่งบอกถึงความสามารถในการเจาะตลาดและสร้างผลกำไร 4) การวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมและตลาด ระบุภาคส่วนที่มีศักยภาพเติบโตสูง 5) ผลตอบแทนจากการลงทุนและมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ประเมินความคุ้มค่าของการลงทุน 6) การขยายส่วนแบ่งการตลาด เป็นสัญญาณความสำเร็จของกลยุทธ์การลงทุน 7) ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ เช่น การร่วมทุนหรือพันธมิตรธุรกิจ บ่งบอกถึงการสร้างโอกาสใหม่ 8) ค่าแถลงคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้บริหาร ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการลงทุนในอนาคต แต่ต้องพิจารณาอย่างระมัดระวัง การใช้ตัวชี้วัดเหล่านี้ร่วมกับบริบทอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ ช่วยให้ประเมินศักยภาพในการขยายการลงทุนของบริษัทได้อย่างครอบคลุม (Wang & Zhang, 2022; Xu & Lu, 2024; Hernandez & Teixeira, 2020)

แนวคิดเกี่ยวกับข้อจำกัดทางการเงิน ข้อจำกัดทางการเงิน หมายถึงความยากลำบากที่บริษัทเผชิญในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอก ซึ่งส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุนและการดำเนินงาน ตัวชี้วัดสำคัญ ได้แก่ อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยที่ต่ำ บ่งชี้ปัญหาในการชำระดอกเบี้ย และอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนที่สูง แสดงถึงการพึ่งพานี้สินมากเกินไป (Brealey et al., 2019) นอกจากนี้ อัตราส่วนสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียนเร็วที่ต่ำ เป็นสัญญาณของข้อจำกัดในการชำระหนี้ระยะสั้น ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ เช่น KZ Index (Kaplan & Zingales, 1997) ซึ่งรวมกระแสเงินสด หนี้สิน เงินปันผล และเงินสดคงเหลือ โดยค่าที่สูงบ่งชี้ข้อจำกัดทางการเงินมาก WW Index (Whited & Wu, 2006) ใช้สัดส่วนหนี้ กระแสเงินสด และการจ่ายปันผล ส่วน SA Index (Hadlock & Pierce, 2010) พิจารณารายได้และอายุบริษัท โดยบริษัทขนาดเล็กและอายุน้อยมักมีข้อจำกัดสูงกว่า อีกทั้ง Investment-Cash Flow Sensitivity (ICS) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนและกระแสเงินสด โดยบริษัทที่มีข้อจำกัดทางการเงินจะพึ่งพิงกระแสเงินสดภายในเป็นหลัก การวิเคราะห์ข้อจำกัดทางการเงินควรใช้ตัวชี้วัดเหล่านี้ร่วมกัน เพื่อเข้าใจสถานะทางการเงินและปัจจัยแวดล้อมของบริษัทอย่างครอบคลุม พร้อมพิจารณาพลวัตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Zhang & Liu, 2023; Chen & Zhang, 2022; Li & Huang, 2024; Wang & Li, 2020; Xu & Chen, 2023)

แนวคิดเกี่ยวกับการถือครองเงินสด การถือครองเงินสด (Cash Holdings) เป็นกลยุทธ์สำคัญในการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน โดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจผันผวน การถือเงินสดช่วยจำกัดความเสี่ยงเมื่อมูลค่าหุ้นสูงเกินไปหรือเข้าสู่ภาวะตลาดหมี อีกทั้งยังสร้างโอกาสในการลงทุนเมื่อสินทรัพย์มีมูลค่าถูกลง (Chodorow-Reich et al., 2021) เงินสดให้ความยืดหยุ่นในการจัดการความต้องการทางการเงินระยะสั้น เช่น ค่าใช้จ่ายฉุกเฉิน และช่วยให้เข้าถึงโอกาสการลงทุนใหม่ได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงที่ตลาดขาดเสถียรภาพ (Feldstein, 2022) ข้อดีของการถือครองเงินสด คือ มูลค่าที่ไม่ผันผวนเหมือนสินทรัพย์เสี่ยง เช่น หุ้นหรือพันธบัตร และสามารถใช้ได้ทันทีสำหรับการชำระหนี้หรือค่าใช้จ่ายเร่งด่วน อย่างไรก็ตาม ข้อเสียหลักคือผลกระทบจากภาวะเงินเฟ้อ ซึ่งทำให้อำนาจซื้อของเงินสดลดลงเมื่อเวลาผ่านไป นอกจากนี้ การถือเงินสดมากเกินไปอาจนำไปสู่การใช้จ่ายเงินจำเป็นหรือสูญเสียโอกาสในการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนระยะยาว ในช่วงภาวะดอกเบี้ยขาขึ้น การถือเงินสดได้รับความสนใจจากนักลงทุนเนื่องจากสามารถสร้างผลตอบแทนได้ดีกว่าในรูปแบบบัญชีเงินฝากและพันธบัตรระยะสั้น ทั้งนี้ นักลงทุนที่ประสบความสำเร็จ เช่น วอร์เรน บัฟเฟตต์ มักถือเงินสดไว้เพื่อรอโอกาสเข้าซื้อสินทรัพย์ในราคาที่เหมาะสม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างการถือครองเงินสดและการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพในการบริหารความมั่นคงทางการเงิน (Bernstein, 2023)

แนวคิดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี คือ ค่าบริการที่ผู้สอบบัญชีเรียกเก็บจากการตรวจสอบงบการเงินตามมาตรฐานการสอบบัญชี ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ขนาดและความซับซ้อนขององค์กร ความเสี่ยงในการดำเนินงาน ระยะเวลาการตรวจสอบ และข้อกำหนดทางกฎหมาย (DeAngelo, 1981; Gray & Manson, 2011)

องค์กรขนาดใหญ่ที่มีธุรกรรมซับซ้อนหรือดำเนินธุรกิจข้ามชาติ มักมีค่าธรรมเนียมสูงขึ้น เนื่องจากต้องใช้เวลามากและบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ (Chen & Chen, 2020) ความเสี่ยง เช่น ระบบควบคุมภายในที่อ่อนแอ หรือประวัติการเงินที่ไม่ดี ส่งผลให้ผู้สอบบัญชีต้องใช้ความพยายามเพิ่มขึ้น ระยะเวลาการตรวจสอบที่จำกัด เช่น ช่วงสิ้นปี ยังเพิ่มต้นทุนเนื่องจากต้องใช้ทรัพยากรมากขึ้น นอกจากนี้ การปฏิบัติตามมาตรฐานสากลและข้อกำหนดทางกฎหมายยิ่งเพิ่มความซับซ้อนและภาระงาน การกำหนดค่าธรรมเนียมมี 3 แนวทางหลัก ได้แก่ การตั้งราคาตามต้นทุน ซึ่งสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง การตั้งราคาตามตลาด เพื่อแข่งขันในอุตสาหกรรม และการตั้งราคาตามมูลค่า ที่เน้นคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ผู้สอบบัญชีควรพิจารณาชั่วโมงการทำงาน ความซับซ้อนของงาน และความพร้อมของบุคลากรอย่างเหมาะสม การลดค่าธรรมเนียมมากเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพงาน เช่น การลดจำนวนบุคลากรหรือใช้ผู้ไม่มีประสบการณ์ ดังนั้น ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีควรสะท้อนความสมดุลระหว่างต้นทุนและคุณภาพงาน เพื่อรักษามาตรฐานและความน่าเชื่อถือของการตรวจสอบ (Yang & Guo, 2024; Kang & Lee, 2021)

จากการทบทวนวรรณกรรมจึงสรุปได้ว่า คุณภาพกำไรเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่แสดงถึงเสถียรภาพและความสามารถขององค์กรในการพยากรณ์ผลประโยชน์ในอนาคต โอกาสในการขยายการลงทุนสะท้อนถึงศักยภาพขององค์กรในการสร้างการเติบโตและผลตอบแทน โดยต้องพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น การลงทุน การพัฒนา และบริบททางเศรษฐกิจ ข้อจำกัดทางการเงินเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน ซึ่งต้องการการวิเคราะห์สถานะทางการเงินอย่างรอบคอบ การถือครองเงินสดช่วยเสริมความมั่นคงในช่วงเศรษฐกิจผันผวนและเพิ่มความพร้อมในการลงทุน ขณะที่ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสะท้อนถึงความเสี่ยงของงานและคุณภาพการตรวจสอบ ดังนั้นคุณภาพกำไร โอกาสในการลงทุน การจัดการข้อจำกัดทางการเงิน การบริหารเงินสด และการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี โดยการจัดการที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพในแต่ละด้านจะช่วยส่งเสริมศักยภาพการเติบโตสูง และข้อมูลที่ไม่สมดุล ซึ่งมักจะใช้รายการคงค้างตามดุลยพินิจ เพื่อส่งสัญญาณข้อมูลเชิงบวกให้แก่ นักลงทุนและรักษาความน่าเชื่อถือในตลาด โดยเฉพาะการใช้รายการคงค้างที่เพิ่มขึ้น (บวก) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับผลประโยชน์และการเติบโตของบริษัท อีกทั้ง การถือครองเงินสดในระดับสูงไม่เพียงแต่จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทางการเงินของบริษัท แต่ยังมีส่วนต่อการระดมทุนการสอบบัญชีอีกด้วย บริษัทที่มีเงินสดสูงมักจะต้องเผชิญกับการตรวจสอบที่ซับซ้อนและละเอียดขึ้น ซึ่งอาจทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงขึ้นมักสัมพันธ์กับคุณภาพกำไรที่ต่ำลง เนื่องจากบริษัทที่จ่ายค่าธรรมเนียมสูงจะได้รับการตรวจสอบที่ละเอียดและใช้เวลามากขึ้น ซึ่งช่วยลดโอกาสในการบิดเบือนข้อมูลทางการเงิน ดังนั้นการมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของผู้สอบบัญชียังช่วยเพิ่มคุณภาพกำไรได้ เนื่องจากผู้สอบบัญชีที่มีความเชี่ยวชาญจะสามารถระบุและจัดการกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการรายงานทางการเงินได้ดีขึ้น เมื่อพิจารณาค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางร่วมกัน ช่วยเสริมให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีผลต่อคุณภาพกำไรมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีความสำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนในระยะยาว

สมมติฐานการวิจัย 1 : H_1 คุณภาพกำไร มีอิทธิพลต่อโอกาสในการขยายการลงทุน

สมมติฐานการวิจัย 2 : H_2 คุณภาพกำไร มีอิทธิพลต่อข้อจำกัดทางการเงิน

สมมติฐานการวิจัย 3 : H_3 โอกาสในการขยายการลงทุน มีอิทธิพลต่อการถือครองเงินสด

สมมติฐานการวิจัย 4 : H_4 ข้อจำกัดทางการเงิน มีอิทธิพลต่อการถือครองเงินสด

สมมติฐานการวิจัย 5 : H_5 คุณภาพกำไร มีอิทธิพลต่อการถือครองเงินสด

สมมติฐานการวิจัย 6 : H_6 การถือครองเงินสด มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

สมมติฐานการวิจัย 7 : H_7 คุณภาพกำไร มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

สมมติฐานการวิจัย 8 : H_8 คุณภาพกำไร มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีผ่านโอกาสในการขยายการลงทุน และการถือครองเงินสด

สมมติฐานการวิจัย 9 : H_9 คุณภาพกำไร มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีผ่านข้อจำกัดทางการเงิน และการถือครองเงินสด

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ไม่รวมบริษัทในกลุ่มเงินทุนหลักทรัพย์ ธนาคาร และประกันภัย เนื่องจากลักษณะการดำเนินงาน กฎเกณฑ์หรือข้อจำกัดที่แตกต่างจากธุรกิจอื่น และข้อปฏิบัติทางบัญชีที่มีความแตกต่างกัน หากนำข้อมูลของกลุ่มธุรกิจดังกล่าวมารวมอาจทำให้ผลการศึกษาเบี่ยงเบนได้ ไม่รวมบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงานหรือถูกถอดถอนออกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูล เนื่องจากบริษัทต้องดำเนินงานตามขั้นตอนกระบวนการฟื้นฟู เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการต่อไปได้ ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย ไม่รวมบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน (Missing Data) ซึ่งมีรอบระยะเวลาบัญชี สิ้นสุด 31 ธันวาคมระหว่างปี พ.ศ. 2564 – 2566 เก็บข้อมูล 3 ปี จำนวนข้อมูลทั้งสิ้น 411 บริษัท โดยแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร 2) กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค 3) กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม 4) กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 5) กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร 6) กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และ 7) กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี แหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างเงินทุน ต้นทุนของเงินทุน การจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายเงินปันผลในการสร้างรายการทางธุรกิจ อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล และมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ เป็นข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานทางการเงินและรายงานประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากระบบ SETSMART (Set Market Analysis and Reporting Tool)

3.2 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษาผู้วิจัยใช้ สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ค่าต่ำสุด-สูงสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร สถิติเชิงอนุมานใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (นัยสำคัญ 0.05) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ใน 5 ขั้นตอน ได้แก่ พัฒนาโมเดล กำหนดขนาดตัวอย่าง การประมาณค่าพารามิเตอร์ ทดสอบความสอดคล้อง และปรับโมเดลให้เหมาะสม เพื่อสรุปผลที่น่าเชื่อถือและสอดคล้องกับสมมติฐานและข้อมูลจริง

3.3 การวัดค่าของตัวแปร ตัวแปรและการวัดค่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการวิจัย เนื่องจากช่วยในการกำหนดลักษณะและวิธีการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานในงานวิจัย ในงานวิจัยฉบับนี้ ตัวแปรสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทดังแสดงตามตาราง 1

ตาราง 1 สรุปรายละเอียดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	สัญลักษณ์	ความหมาย	การวัดค่า
ตัวแปรตาม (Dependent Variable)			
Audit Fees	AUF	ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ลอการิทึมของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี
ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)			
Earnings Quality	EAQ	คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง	Modified Jone Model (1995)
Opportunities for Investment Expansion	OIE	โอกาสในการขยายการลงทุน	อัตราการเติบโตของยอดขาย
Financial Constraints	FIC	ข้อจำกัดทางการเงิน	KZ – Index
ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable)			
Cash Holdings	CAH	การถือครองเงินสด	อัตราส่วนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ต่อสินทรัพย์รวม

ที่มา: (Hakim, I. H. & Omri, M. A. B., 2015; Pummerer, E. & Steller, M., 2013)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถแสดงผลลัพธ์จากการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

4.1 ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตาราง 2 สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร (Variable)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี AUF	2.43	4.41	3.3761	0.29768
คุณภาพกำไร EAQ	0.00	0.62	0.0698	0.07575
โอกาสในการขยายการลงทุน OIE	-1.00	19.92	0.2094	1.01976
ข้อจำกัดทางการเงิน FIC	-562.38	152.67	-14.0467	45.36906
การถือครองเงินสด CAH	0.00	0.60	0.0822	0.08473

จากตาราง 2 แสดงสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับค่าต่ำสุด (Min), ค่าสูงสุด (Max), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ 5 ตัว ดังนี้

ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 2.43 และค่าสูงสุดเท่ากับ 4.41 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.3761 ซึ่งหมายความว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับนี้ โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.29768 ซึ่งบ่งชี้ว่า ค่าธรรมเนียมส่วนใหญ่จะมีการกระจายอยู่ใกล้กับค่าเฉลี่ยนี้ โดยค่าธรรมเนียมที่สูงที่สุดคือ 4.41 และค่าต่ำสุดคือ 2.43 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างในระดับค่าธรรมเนียม แต่ความแตกต่างนี้ไม่มากเท่าไรเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คุณภาพกำไร (EAQ) ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 และค่าสูงสุดเท่ากับ 0.62 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.0698 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโดยทั่วไปในกลุ่มตัวอย่าง คุณภาพกำไรมีระดับที่ต่ำมาก เพราะส่วนใหญ่มีค่าต่ำสุดที่ 0.00 และค่าสูงสุดที่ 0.62 ทำให้การกระจายของข้อมูลไม่สูงมากนัก การกระจายตัวของข้อมูลอยู่ที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.07575 ซึ่งแสดงถึงความแปรปรวนเล็กน้อยในคุณภาพของกำไรในกลุ่มตัวอย่างนี้

โอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -1.00 และค่าสูงสุดเท่ากับ 19.92 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.2094 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสในการขยายการลงทุนค่อนข้างต่ำหรือใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยที่ใกล้ศูนย์ อย่างไรก็ตาม ความแปรปรวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างสูง เนื่องจากมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01976 ซึ่งบ่งชี้ว่าในกลุ่มตัวอย่างมีบางบริษัทที่มีโอกาสขยายการลงทุนสูงมาก (สูงสุดที่ 19.92) ขณะที่บางบริษัทมีโอกาสในการขยายการลงทุนต่ำหรือเป็นลบ (ต่ำสุดที่ -1.00)

ข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -562.38 และค่าสูงสุดเท่ากับ 152.67 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -14.0467 ซึ่งหมายความว่าบริษัทส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาข้อจำกัดทางการเงินในทิศทางที่เป็นลบ โดยค่าเฉลี่ยติดลบ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือมีปัญหาทางการเงินอย่างมากในส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 45.36906 ซึ่งแสดงถึงความแตกต่างที่มากระหว่างค่าต่ำสุด (-562.38) และค่าสูงสุด (152.67) ซึ่งทำให้มีความหลากหลายในการประสบข้อจำกัดทางการเงิน

การถือครองเงินสด (CAH) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 และค่าสูงสุดเท่ากับ 0.60 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.0822 ซึ่งบ่งชี้ว่าโดยทั่วไปแล้วการถือครองเงินสดของบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีระดับค่อนข้างต่ำ และมีความแปรปรวนต่ำ เนื่องจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าน้อยเพียง 0.08473 แสดงถึงการกระจายของข้อมูลที่ไม่กว้างมาก ค่าเงินสดที่สูงสุดในกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 0.60 และค่าต่ำสุดที่ 0.00 ทำให้เห็นว่ามีส่วนบริษัทที่ไม่มีการถือครองเงินสดเลย ขณะที่บางบริษัทอาจถือครองเงินสดในระดับสูงถึง 0.60

จากข้อมูลในตารางแสดงให้เห็นว่า ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และ โอกาสในการขยายการลงทุน มีความแปรปรวนพอสมควร แต่ยังคงอยู่ในช่วงที่ค่อนข้างสมดุลง คุณภาพกำไร มีค่าค่อนข้างต่ำในกลุ่มตัวอย่างและมีการกระจายตัวน้อย ข้อจำกัดทางการเงิน มีความแตกต่างสูง เนื่องจากมีบริษัทบางแห่งที่ประสบปัญหาการเงินอย่างรุนแรง ในขณะที่บางแห่งมีข้อจำกัดน้อย การถือครองเงินสด มีการกระจายตัวไม่มากและอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

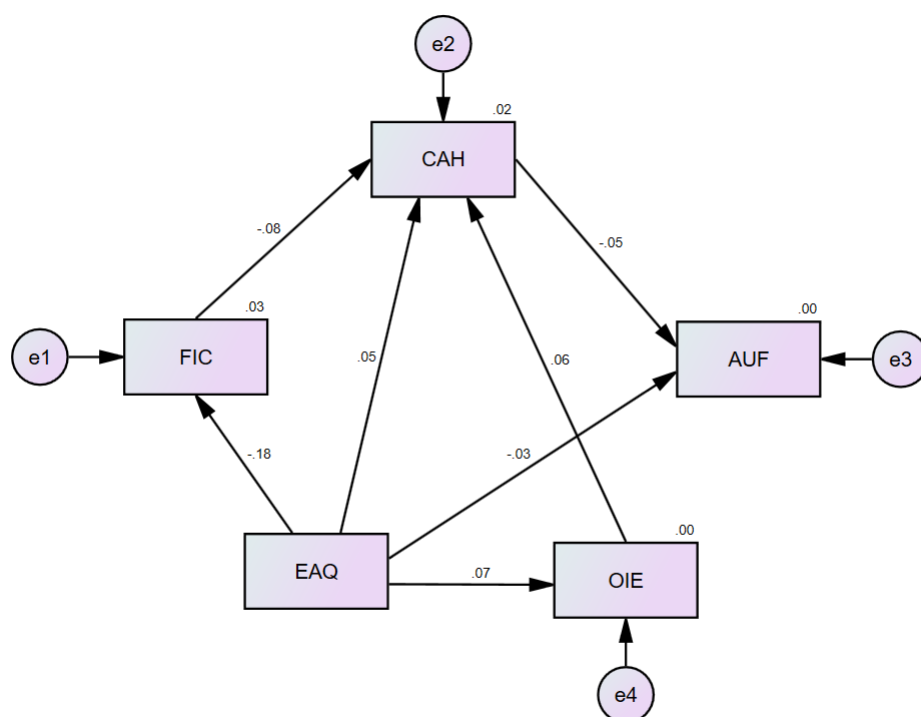
4.2 ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่าโมเดลทางทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างดี โดยค่าตัวชี้วัด ได้แก่ $\chi^2/df = 1.248$, $p\text{-value} = 0.291$, $AGFI = 0.994$, $RMSEA = 0.014$ ผ่านเกณฑ์การประเมินทั้งหมด $p\text{-value} > 0.05$ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าข้อมูลจริงไม่แตกต่างจากค่าที่คาดการณ์ ค่า $\chi^2/df < 2.00$ สะท้อนถึงความสมดุลงระหว่างตัวแบบและข้อมูล $AGFI > 0.90$ แสดงถึงความกลมกลืนในระดับสูง และ $RMSEA < 0.05$ บ่งบอกถึงความคลาดเคลื่อนต่ำ โมเดลนี้จึงมีความเหมาะสมและสามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Hair et al., 2010) ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงเกณฑ์และผลตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
p-value	Chi-square	เพื่อตรวจสอบค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ ซึ่งจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	$p > 0.05$	0.291	สอดคล้องดี / ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	Relative Chi-square	ตรวจสอบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	< 2.00	1.248	สอดคล้องดี / ผ่านเกณฑ์
AGFI	Goodness of Fit index	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบโดยมีค่าระหว่าง 1.00	> 0.90	0.994	สอดคล้องดี / ผ่านเกณฑ์
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	เพื่อบอกค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ	< 0.05	0.014	สอดคล้องดี / ผ่านเกณฑ์

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยอิทธิพลของคุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ดังแสดงในตาราง 4



รูปภาพประกอบ 2

โมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Path Analysis)

$\chi^2/df = 1.248$, $p\text{-value} = 0.291$, $AGFI = 0.994$, $RMSEA = 0.014$

ตาราง 4 แสดงผลการคำนวณค่าอิทธิพลรวม (Standardized Total Effect) อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)

ลำดับที่	Path	DE	IE	TE
1	OIE <-- EAQ	0.066***	-	0.066***
2	FIC <-- EAQ	-0.183***	-	-0.183***
3	CAH <-- OIE	-	-	-
4	CAH <-- FIC	-0.081**	-	-0.081**
5	CAH <-- EAQ	0.049	0.019	0.068*
	CAH<-- FIC <-- EAQ	-	-	0.015*
6	AUF <-- CAH	-0.052	-	-0.182
7	AUF <-- EAQ	-0.035	-0.003	-0.038
8	AUF <-- CAH <-- OIE <-- EAQ	-	-	-
9	AUF <-- CAH <-- FIC <-- EAQ	-	-0.001	-

จากตาราง 4 แสดงผลการคำนวณ Standardized Total Effect , Direct Effect, Indirect Effect พบว่า คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง (EAQ) มีอิทธิพลทางตรงและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) เท่ากับ 0.066 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่า คุณภาพกำไร (EAQ) มีผลโดยตรงและเป็นบวกต่อ

โอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนว่าบริษัทที่มีคุณภาพกำไรสูงจะมีโอกาสมากขึ้นในการเข้าถึงแหล่งทุนและขยายการลงทุนได้

คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง (EAQ) มีอิทธิพลทางตรงและเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกับข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) เท่ากับ -0.183 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงว่าเมื่อบริษัทมีคุณภาพกำไรสูง ข้อจำกัดทางการเงินจะลดลง เนื่องจากบริษัทสามารถเข้าถึงเงินทุนได้ง่ายขึ้น

โอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการถือครองเงินสด (CAH) ผลลัพธ์นี้บ่งชี้ว่าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่าง OIE และ CAH ทั้งในทางตรงและทางอ้อม ซึ่งอาจเกิดจากโอกาสในการลงทุนไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจถือเงินสดโดยตรง แต่ขึ้นอยู่กับแหล่งเงินทุนที่บริษัทเลือกใช้

ข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) มีอิทธิพลทางตรงและเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกับการถือครองเงินสด (CAH) เท่ากับ -0.081 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อบริษัทเผชิญข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสดจะลดลง เนื่องจากเงินสดที่มีถูกใช้ในการหมุนเวียนหรือการจัดหาเงินทุน

คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง (EAQ) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการถือครองเงินสด (CAH) แต่คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง (EAQ) มีอิทธิพลต่อการถือครองเงินสด (CAH) เท่ากับ .015 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผ่านข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) ซึ่งให้เห็นว่าคุณภาพกำไรส่งผลให้บริษัทสามารถถือเงินสดได้มากขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ผ่านการลดข้อจำกัดทางการเงิน

การถือครองเงินสด (CAH) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) ไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่าง CAH และ AUF ทั้งทางตรงและทางอ้อม สะท้อนว่าการถือครองเงินสดไม่ได้มีผลกระทบโดยตรงต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง (EAQ) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) คุณภาพกำไร (EAQ) มีผลลบต่อ AUF ทั้งทางตรง (-0.035) และทางอ้อม (-0.003) แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งให้เห็นว่า EAQ อาจไม่ใช่ตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง (EAQ) ไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) ผ่านโอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) และการถือครองเงินสด (CAH) บ่งชี้ว่า EAQ ไม่ได้มีผลต่อ AUF ผ่านเส้นทางนี้

คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง (EAQ) ไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) ผ่านข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) และการถือครองเงินสด (CAH) แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์ทางอ้อมระหว่าง EAQ, FIC, CAH และ AUF แต่ผลลัพธ์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การสรุปผลเชิงวิเคราะห์ คือ 1) คุณภาพกำไร (EAQ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อโอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) และการถือครองเงินสด (CAH) EAQ ลดข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) ทั้งทางตรงและทางอ้อม 2) ข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) ส่งผลกระทบทางลบต่อการถือครองเงินสด (CAH) แต่ไม่มีผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) 3) โอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) ไม่มีผลกระทบต่อการถือครองเงินสด (CAH) หรือค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) 4) ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) การถือครองเงินสด (CAH) และคุณภาพกำไร (EAQ) ไม่มีผลกระทบโดยตรงหรือทางอ้อมที่มีนัยสำคัญต่อ AUF ผลการปฏิเสธสมมติฐานบางส่วน ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าเส้นทางบางส่วน เช่น $AUF \leftarrow CAH$ หรือ $AUF \leftarrow CAH \leftarrow OIE \leftarrow EAQ$ ไม่มีนัยสำคัญ แสดงถึงความซับซ้อนของความสัมพันธ์ที่อาจต้องพิจารณาปัจจัยอื่นในโมเดลโดยรวม ตารางนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญในบางเส้นทาง แต่ยังมีหลายเส้นทางที่ต้องการการวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่ออธิบายความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรอย่างสมบูรณ์

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของอิทธิพลของคุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีโมเดลตัวแทนทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมินโมเดล โดยค่า Chi-Square/df อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ค่า CFI และ TLI มีค่าเกิน 0.90 และค่า RMSEA ไม่เกิน 0.08 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโมเดลดังกล่าวอ้างอิงจากทฤษฎีทางการเงินที่ได้รับการยอมรับ นอกจากนี้ อาจช่วยให้เข้าใจลักษณะการจัดการกำไรที่สะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารที่ต้องการเพิ่มหรือลดต้นทุนตัวแทน ดังนั้น การที่โมเดลนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์จึงเป็นการยืนยันถึงความเหมาะสมในการประยุกต์ใช้เกณฑ์ตัวชี้วัดเหล่านี้ในบริบทขององค์กรธุรกิจ (Zhang & Li, 2023; Lee & Zhang, 2020)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การศึกษานี้ได้ทำการทดสอบสมมติฐานหลายข้อเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพกำไร (EAQ), โอกาสในการขยายการลงทุน (OIE), ข้อจำกัดทางการเงิน (FIC), การถือครองเงินสด (CAH) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่สำคัญในหลายกรณี โดยเฉพาะความสัมพันธ์ที่มีผลต่อการบริหารจัดการทางการเงินของบริษัทและการตัดสินใจลงทุนต่าง ๆ การอภิปรายผลการศึกษานี้จะครอบคลุมถึงการยอมรับและปฏิเสธสมมติฐานพร้อมทั้งการเชื่อมโยงกับงานวิจัยในประเทศเพื่อเพิ่มมุมมองในแง่มุมต่าง ๆ ดังนี้

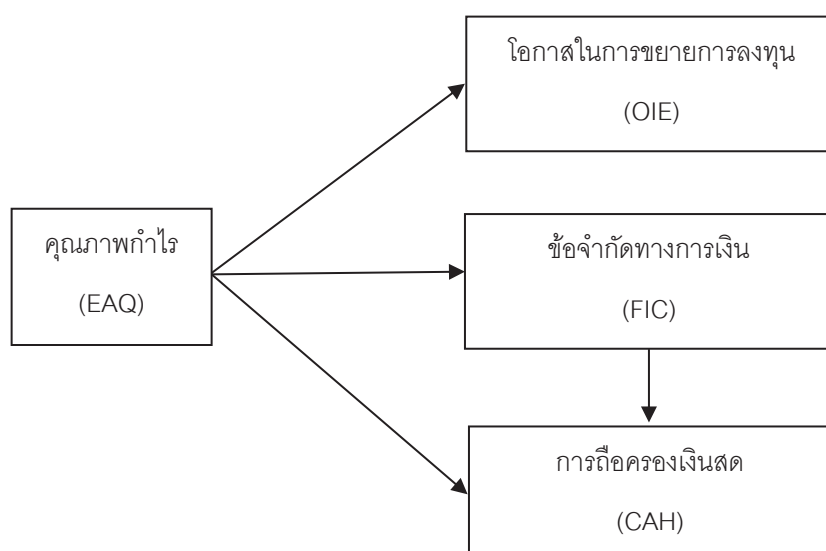
1. สมมติฐานที่ได้รับการยอมรับ คือ คุณภาพกำไร (EAQ) มีอิทธิพลต่อโอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานนี้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในประเทศที่พบว่า บริษัทที่มีคุณภาพกำไรสูงมักมีความโปร่งใสและเสถียรภาพทางการเงิน ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและขยายการลงทุนได้ง่ายขึ้น (Chung et al., 2020; Kim et al., 2021) ความน่าเชื่อถือทางการเงินทำให้บริษัทสามารถดึงดูดนักลงทุนและสถาบันการเงินที่สนับสนุนโครงการขยายการลงทุน ซึ่งช่วยส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว ลำดับถัดมาคือ คุณภาพกำไร (EAQ) มีอิทธิพลต่อข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) การยอมรับสมมติฐานนี้เน้นย้ำว่า บริษัทที่มีคุณภาพกำไรสูงมักลดข้อจำกัดทางการเงินได้ เนื่องจากความน่าเชื่อถือจากการรายงานกำไรที่ถูกต้อง การศึกษาจากหลายแหล่งพบว่า การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องและมีคุณภาพสามารถสร้างความมั่นใจให้กับสถาบันการเงินในการอนุมัติสินเชื่อหรือการลงทุนได้ อีกหนึ่งสมมติฐานที่ยอมรับคือ ข้อจำกัดทางการเงิน (FIC) มีอิทธิพลต่อการถือครองเงินสด (CAH) สมมติฐานนี้ได้รับการยอมรับจากผลการศึกษา ซึ่งสะท้อนถึงการที่บริษัทที่มีข้อจำกัดทางการเงินสูงต้องลดการถือครองเงินสดและใช้จ่ายเพื่อการหมุนเวียนในธุรกิจหรือชำระหนี้ ความจำเป็นในการรักษาความคล่องตัวทางการเงินทำให้บริษัทต้องใช้เงินสดในการดำเนินงานหรือใช้หนี้ที่มีอยู่มากกว่าเก็บรักษาไว้สำหรับการลงทุน และสมมติฐานสุดท้ายคือ คุณภาพกำไร (EAQ) มีอิทธิพลต่อการถือครองเงินสด (CAH) การยอมรับสมมติฐานนี้สะท้อนว่า คุณภาพกำไรที่ดีช่วยให้บริษัทสามารถจัดการเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพและมั่นใจในความสามารถในการเก็บรักษาเงินสดเพื่อการลงทุนในอนาคต ผลลัพธ์เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีการรายงานกำไรที่แม่นยำและเชื่อถือได้ จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการบริหารจัดการเงินสดและรองรับการลงทุนในอนาคตได้ (Liu & Wang, 2022)

2. สมมติฐานที่ถูกปฏิเสธ คือ โอกาสในการขยายการลงทุน (OIE) มีอิทธิพลต่อการถือครองเงินสด (CAH) ผลการทดสอบนี้ถูกปฏิเสธ เนื่องจากโอกาสในการลงทุนอาจไม่ได้กระตุ้นให้บริษัทถือเงินสดทันที บริษัทอาจเลือกใช้แหล่งเงินทุนอื่น เช่น การขอสินเชื่อ หรือการออกหุ้นใหม่แทนการเพิ่มการถือครองเงินสด โดยเฉพาะในกรณีที่บริษัทต้องการจัดการการลงทุนในลักษณะที่ไม่ต้องการใช้เงินสดทันที สมมติฐานถัดมาคือ การถือครองเงินสด (CAH) มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) ผลการทดสอบที่ปฏิเสธสมมติฐานนี้แสดงว่า การถือครองเงินสดไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (Bates et al., 2020) ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความซับซ้อนของธุรกรรมทางการเงินและขนาดของธุรกิจที่ทำการสอบบัญชี อีกหนึ่งสมมติฐานที่ปฏิเสธ คือ คุณภาพกำไร (EAQ) มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) การปฏิเสธสมมติฐานนี้แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างคุณภาพกำไรกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยที่

เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลหรือระดับความเสี่ยงทางธุรกิจที่มีผลต่อการตั้งค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (Choi et al., 2021) และสองสมมติฐานที่ปฏิเสธ คือ คุณภาพกำไร (EAQ) มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) ผ่าน OIE และ CAH ผลการปฏิเสธแสดงให้เห็นว่าแม้คุณภาพกำไรจะส่งผลต่อโอกาสในการลงทุนและการถือครองเงินสด แต่ผลกระทบเหล่านี้อาจไม่เพียงพอที่จะมีผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะทางอ้อม ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น การตรวจสอบข้อมูลทางการเงินที่ซับซ้อน สมมติฐานสุดท้ายที่ปฏิเสธ คือ คุณภาพกำไร (EAQ) มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AUF) ผ่าน FIC และ CAH การปฏิเสธสมมติฐานนี้อธิบายได้ว่าความสัมพันธ์ทางอ้อมระหว่างตัวแปรเหล่านี้อาจไม่ชัดเจน และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมากกว่า เช่น ความซับซ้อนของธุรกิจและการจัดการข้อมูลทางการเงิน (Demski, 2022) ดังนั้นผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า คุณภาพกำไร (EAQ) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการลดข้อจำกัดทางการเงินและส่งผลต่อการบริหารจัดการเงินสด ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีโอกาสในการขยายการลงทุนได้มากขึ้น การศึกษาเพิ่มเติมในต่างประเทศยืนยันว่าความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนและสถาบันการเงิน. อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าปัจจัยบางประการเช่น OIE และ CAH อาจไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีอาจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ตัวแปรทางการเงินที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

คุณภาพกำไรเป็นตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงกับโอกาสในการขยายการลงทุนและข้อจำกัดทางการเงิน โดยคุณภาพกำไรที่สูงช่วยเพิ่มความโปร่งใส ลดต้นทุนตัวแทน และดึงดูดแหล่งทุนใหม่ ส่งผลให้บริษัทมีโอกาสขยายการลงทุนได้มากขึ้น ขณะเดียวกันข้อจำกัดทางการเงินมีผลในการลดการถือครองเงินสด เนื่องจากบริษัทต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อข้อจำกัด เช่น การหมุนเวียนเงินสด ชำระหนี้ หรือรักษาสภาพคล่อง อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่าโอกาสในการขยายการลงทุนและการถือครองเงินสดไม่ได้ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก เช่น โครงสร้างองค์กร ความซับซ้อนของธุรกิจ หรือระดับความเสี่ยง แสดงให้เห็นว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีขึ้นอยู่กับมิติที่ซับซ้อนมากกว่า ดังแสดงในรูปภาพประกอบ 3



รูปภาพประกอบ 3

คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้าง มีอิทธิพลต่อโอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน และการถือครองเงินสด

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 การศึกษาข้อมูลในระยะยาว การศึกษาข้อมูลในระยะยาวอาจช่วยให้เข้าใจผลกระทบระยะยาวของข้อจำกัดทางการเงินและการถือครองเงินสดต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีได้ดีขึ้น

5.1.2 การใช้ตัวชี้วัดที่หลากหลาย การใช้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพกำไร เช่น การตรวจสอบความคงทนของกำไร (Earnings Persistence) และความผันผวนของกำไร (Earnings Volatility) อาจช่วยให้การประเมินค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีความแม่นยำมากขึ้น

5.1.3 การศึกษาในเฉพาะอุตสาหกรรม การศึกษาในอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงสูง เช่น อุตสาหกรรมเทคโนโลยีหรือพลังงานอาจช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างข้อจำกัดทางการเงินและค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีได้ดีขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

5.2.1 หน่วยงานกำกับดูแล คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการมาตรฐานการบัญชี และคณะกรรมการมาตรฐานการสอบบัญชีสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาและกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลบริษัทจดทะเบียน

5.2.2 นักลงทุน นักลงทุนสามารถนำผลการวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับแนวโน้มการถือครองเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน รวมถึงการจัดสรรพอร์ตการลงทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับผู้บริหารหรือผู้ลงทุน การใช้เกณฑ์คงค้างในการประเมินคุณภาพกำไรช่วยให้สามารถมองเห็นความโปร่งใสทางการเงินของบริษัทได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งหากบริษัทมีคุณภาพกำไรที่ดี (จากการคำนวณด้วยเกณฑ์คงค้าง) ก็สามารถสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนและสถาบันการเงินในการขยายการลงทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ดังนั้น การตรวจสอบคุณภาพกำไรจากเกณฑ์นี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การตัดสินใจในการขยายการลงทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.3 ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดค่าธรรมเนียมการตรวจสอบบัญชีให้เหมาะสมกับลักษณะของบริษัทที่มีการถือครองเงินสดสูงหรือมีข้อจำกัดทางการเงิน

5.2.4 นักวิชาการ ข้อมูลจากงานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นหลักฐานเชิงวิชาการเพื่อสนับสนุนการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะประโยชน์ของการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน และการถือครองเงินสดที่ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนางานวิจัยในอนาคต

5.2.5 นักวิจัย นักวิจัยสามารถนำแนวคิดและตัวแบบที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ไปต่อยอดหรือประยุกต์ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ซึ่งจะเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบัญชีและการเงินต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

คุณภาพกำไรที่วัดโดยใช้เกณฑ์รายการคงค้างมีผลเชิงบวกต่อโอกาสในการขยายการลงทุน เนื่องจากความโปร่งใสและเสถียรภาพทางการเงิน ช่วยดึงดูดแหล่งเงินทุนและส่งเสริมการเติบโตในระยะยาว ทั้งยังช่วยลดข้อจำกัดทางการเงิน ทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ลดความเสี่ยงทางการเงิน และเพิ่มความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้โอกาสขยายการลงทุนสัมพันธ์กับการเพิ่มการถือครองเงินสด เพื่อสนับสนุนการลงทุนและลดความเสี่ยง ขณะที่ข้อจำกัดทางการเงินส่งผลให้การถือครองเงินสดลดลง เนื่องจากขาดแคลนแหล่งเงินทุน สำหรับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี พบว่าไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการถือครองเงินสดและโอกาสในการขยายการลงทุน และถึงแม้คุณภาพกำไรจะมีอิทธิพลทางลบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี แต่ไม่มี

คุณภาพกำไร โอกาสในการขยายการลงทุน ข้อจำกัดทางการเงิน การถือครองเงินสด และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ฯ / จีราพร ไพรเกื้อ และคณะ
นัยสำคัญทางสถิติ การศึกษานี้ยืนยันถึงบทบาทสำคัญของคุณภาพกำไรในการลดข้อจำกัดทางการเงินและเพิ่มโอกาสการลงทุน
แต่ปัจจัยอื่น เช่น ขนาดบริษัทและความซับซ้อนทางการเงิน อาจมีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ซึ่งควรพิจารณาเพิ่มเติม
ในการศึกษาครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Barclay, M. J., & Smith, C. W. (1995). The maturity structure of corporate debt. *The Journal of Finance*, 50(2), 609–631.
- Bates, T. W., Kahle, K. M., & Stulz, R. M. (2020). Why do U.S. firms hold so much more cash than they used to? *Journal of Finance*, 75(5), 1827–1877.
- Bernstein, W. J. (2023). The impact of inflation on cash holdings: Implications for corporate strategies. *Journal of Corporate Finance*, 75(1), 1021–1041.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2019). *Principles of corporate finance* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chung, S., Park, J., & Kim, Y. (2020). Earnings quality and investment opportunities: Evidence from international firms. *Journal of Corporate Finance*, 63, 101–110.
- Choi, F. D., Kim, J. H., & Lee, J. M. (2021). Corporate governance and audit fees: The role of financial transparency. *International Journal of Accounting*, 56(2), 245–270.
- Choi, S., & Park, H. (2021). Corporate governance and earnings quality: Evidence from the Asian market. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101–109.
- Chodorow-Reich, G., Koijen, R. S., & Loutskina, E. (2021). The macroeconomic effects of financial constraints: Evidence from the financial crisis. *Journal of Financial Economics*, 140(1), 58–79.
- Chen, X., & Zhang, Y. (2022). Cash holdings and investment decisions in financially constrained firms. *Financial Management*, 51(3), 717–749.
- Chen, H., & Chen, X. (2020). Audit fees and the quality of financial reporting: Evidence from a transition economy. *Accounting and Business Research*, 50(4), 421–440.
- DeAngelo, L. E. (1981). Auditor size and audit quality. *Journal of Accounting and Economics*, 3(3), 183–199.
- Demski, J. S. (2022). Financial reporting and audit fees: The role of earnings quality. *Accounting Review*, 97(1), 105–132.
- Fazzari, S. M., Hubbard, R. G., & Petersen, B. C. (1988). Financing constraints and corporate investment. *Brookings Papers on Economic Activity*, 1, 141–195.
- Feldstein, M. (2022). The role of cash holdings in economic stability: Lessons from the past decade. *American Economic Review*, 112(7), 2045–2073.
- Griffin, P. A., Lont, D. H., & Sun, Y. (2010). Corporate governance and audit fees: Evidence of countervailing relations. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 6(1), 18–31.

- Goksel, C., & Ilker, H. (2020). Earnings quality, managerial incentives, and corporate governance. *Journal of Business Research*, 109(1), 399-411.
- Hadlock, C. J., & Pierce, J. R. (2010). New evidence on measuring financial constraints: Moving beyond the KZ index. *Review of Financial Studies*, 23(5), 1909-1940.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Education.
- Hakim, I. H., & Omri, M. A. B. (2015). Auditor quality and tax management: Evidence from Tunisian companies. *International Journal of Managerial and Financial Accounting*, 7(2), 151-171.
- Hernandez, J., & Teixeira, A. (2020). The effect of strategic partnerships on growth opportunities: An empirical study. *Strategic Management Journal*, 41(6), 1023-1042.
- Jang, Y., & Kim, Y. (2023). The role of financial statement quality in predicting future profitability: Evidence from global firms. *Review of Accounting Studies*, 28(4), 925-964.
- Jayalakshmy, S., Ramachandran, S., & Venkatesh, K. (2020). The impact of cash holdings on audit fees: Evidence from emerging markets. *Journal of Emerging Market Finance*, 19(3), 223-239.
- Jianjun, W., Xinyue, W., & Li, X. (2020). Earnings management, audit quality, and audit fees: Evidence from Chinese listed firms. *Asian Journal of Accounting and Governance*, 14(1), 45-67.
- Kang, Y., & Lee, S. (2021). The effects of audit fees on audit quality: Evidence from firms with high transaction complexity. *Journal of Auditing, Accounting & Finance*, 36(4), 509-530.
- Kaplan, S. N., & Zingales, L. (1997). Do investment-cash flow sensitivities provide useful measures of financing constraints? *Quarterly Journal of Economics*, 112(1), 169-215.
- Kim, J., Lee, S., & Park, J. (2021). The impact of earnings quality on firm growth and investment opportunities. *Review of Financial Studies*, 34(3), 1235-1257.
- Lee, C., & Kim, S. (2020). Debt maturity structure and corporate investment: Evidence from emerging markets. *Journal of Corporate Finance*, 64, 101673.
- Li, J., & Huang, J. (2024). How financial constraints shape corporate cash management strategies. *Journal of Financial Research*, 49(2), 241-260.
- Liu, H., & Wang, M. (2022). Earnings quality and financial constraints: An empirical study of listed companies. *Journal of Financial Economics*, 144(1), 33-51.
- Liu, J., & Zhang, Y. (2022). The impact of audit fees on financial reporting quality: Evidence from emerging markets. *Journal of Accounting and Public Policy*, 41(2), 175-196.
- Phadaeng, P., Petchchedchoo, P., Kumsuprom, S., & Panmanee, P. (2024). Factors affecting audit fee: A comparison study of companies listed on the Stock Exchange of Thailand and the Market for Alternative Investment. *Rajapark Journal*, 18(60), 376-392.

- Pummerer, E., & Steller, M. (2013). Taxes and audit quality. *SSRN*.
- Ramachandran, S., Rangan, N., & Murtaza, M. (2023). Cash holdings and audit fees in emerging markets: Evidence from India. *Asia Pacific Journal of Accounting and Economics*, 30(4), 462–483.
- Vilalai, P. (2024). Cash holdings, working capital and capital structure influences financial risk of companies listed on the Market for Alternative Investment – MAI. *Journal of Social Science and Cultural*, 8(9), 1–8.
- Wang, L., & Zhang, Y. (2022). Strategic investment opportunities and their impact on corporate performance. *International Journal of Financial Studies*, 10(3), 75–94.
- Wang, Z., & Li, S. (2020). The effect of cash holdings on firm performance: The role of financial constraints. *International Review of Financial Analysis*, 69, 101452.
- Whited, T. M., & Wu, G. (2006). Financial constraints risk. *Review of Finance*, 10(2), 285–324.
- Xu, Q., & Chen, S. (2023). Corporate cash holdings, liquidity, and financial constraints: Evidence from China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 64, 101328.
- Xu, Z., & Lu, Y. (2024). R&D intensity and market expansion: A global perspective. *Research Policy*, 53(1), 101273.
- Yang, T., & Guo, Y. (2024). Determinants of audit fees in large and complex organizations. *International Journal of Accounting*, 59(1), 45–66.
- Zhang, H., & Liu, H. (2023). Financial constraints and cash holdings: Evidence from emerging markets. *Journal of Corporate Finance*, 68, 102513.
- Zhang, H., & Zhou, X. (2021). Corporate debt maturity and financial flexibility: The role of financial constraints. *Journal of Banking & Finance*, 126, 106083.
- Zhang, X., & Li, L. (2023). Audit fees and audit quality: Evidence from China's listed firms. *Journal of International Accounting Research*, 22(3), 1–23.

อิทธิพลกำกับของขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า
ในความสัมพันธ์ระหว่างของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน
ของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทย

The Moderating Effects of Size, Age, and Customer Profile on the Relationship between Service
Innovation and Financial Performance of SMEs in Northern Thailand

พลอยณัฐชา เดชชะเศรษฐศิริ^{1,*} ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์² และธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ³

Ploynutcha Dechasettiri^{1,*} Prasittichai Narakorn² and Tummatinna Seesupan³

Received : November 7, 2024 Revised : March 18, 2025 Accepted : March 25, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบอิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs โดยวิเคราะห์ผ่านตัวแปรกำกับ 3 ด้าน ได้แก่ ขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า การศึกษานี้เป็นวิธีวิจัยเชิงปริมาณแบบอธิบายเชิงสาเหตุ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการหรือผู้จัดการในธุรกิจ SMEs ในพื้นที่ภาคเหนือ 17 จังหวัด จำนวน 649 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้ทดสอบแบบจำลองการศึกษาด้วยเทคนิคทั้ง Maximum Likelihood Estimation (MLE) และการวิเคราะห์หลายกลุ่ม (Multi-Group Analysis; MGA) ด้วยเทคนิคการเปรียบเทียบแบบไคสแควร์ระหว่างแบบจำลองที่มีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดของกลุ่มต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินในธุรกิจขนาดเล็ก (Small) และขนาดกลาง (Medium) มากกว่าธุรกิจขนาดย่อม (Micro) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่อายุธุรกิจและประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าไม่พบความแตกต่างของอิทธิพลระหว่างกลุ่ม ผลการศึกษานี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมนวัตกรรมบริการที่เหมาะสมตามขนาดของธุรกิจ SMEs

คำสำคัญ : นวัตกรรมบริการ ผลการดำเนินงานทางการเงิน ธุรกิจ SMEs อิทธิพลกำกับ ขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

¹ Assistant Professor, Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University

² รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพินุลสงคราม

² Associate Professor, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพินุลสงคราม

³ Assistant Professor, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

* Corresponding author : e-mail: ploynutcha.d@gmail.com

Abstract

This research aims to compare the influence of service innovation on financial performance among SMEs by analyzing through three moderating variables: firm size, firm age, and customer profile type. The study employed quantitative research methodology with causal explanatory research design. Questionnaires were used as the research instrument and collected data from 649 SMEs entrepreneurs or managers across 17 provinces in Northern Thailand through stratified random sampling. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with Maximum Likelihood Estimation (MLE) and Multi-Group Analysis (MGA), using chi-square comparison between constrained and unconstrained models across groups.

The findings revealed that service innovation had a significantly stronger positive influence on financial performance in small and medium-sized enterprises compared to micro enterprises at the 0.05 significance level. However, no significant moderating effects were found between groups regarding business age and customer segment-based operation type. These findings can be applied to formulate targeted service innovation promotion policies that are specifically tailored to different SME size categories.

Keywords : Service innovation, Financial performance, SMEs, Moderating Effect, Firm size, Firm age, Customer Profile

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเหนือ ซึ่งอุดมไปด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ SMEs ต่างต้องเผชิญกับความท้าทายนานัปการ ทั้งการแข่งขันที่เข้มข้น การเปิดเสรีทางการค้า พัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ก้าวกระโดด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค สภาพการณ์เหล่านี้ผลักดันให้ธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องปรับตัวและคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อความอยู่รอดและรักษาศักยภาพในการแข่งขัน

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) เป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและเทคโนโลยี (Witell, Gebauer, Jaakkola, Hammedi, Patricio, & Perks, 2017) การพัฒนานวัตกรรมบริการช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า ยกกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง องค์การจำเป็นต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมและปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป (Thakur & Hale, 2013) เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริมการเติบโต และสร้างผลกำไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจ SMEs ซึ่งมีพนักงานไม่เกิน 200 คน ซึ่งต้องเผชิญแรงกดดันอย่างต่อเนื่องจากคู่แข่งรายใหญ่ (McDermott & Prajogo, 2012; Kolagar, Reim, Parida & Sjödin, 2022) ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมบริการจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กรเหล่านี้ (Tsai & Wang, 2017; Witell et al., 2017)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ขนาดธุรกิจ ซึ่ง McDermott and Prajogo (2012) พบว่าส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาและนำนวัตกรรมไปใช้ 2) อายุธุรกิจ ที่ Baregheh, Rowley and Hemsworth (2016) ชี้ว่าประสบการณ์และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมและผลลัพธ์ที่ได้ และ 3) ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า ซึ่ง Gök and Peker (2016) และ Biemans and Griffin (2018) แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้าอาจส่งผล

ต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมบริการ อย่างไรก็ตาม ยังพบช่องว่างการวิจัยที่สำคัญ คือ การศึกษาส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่บริษัทขนาดใหญ่หรือในภาคอุตสาหกรรมเฉพาะ (Feng, Ma, & Jiang, 2020) ขณะที่การศึกษาในบริบทของธุรกิจ SMEs ในประเทศกำลังพัฒนายังมีจำกัด นอกจากนี้ ยังขาดความชัดเจนเกี่ยวกับผลกระทบของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานในกลุ่มธุรกิจ SMEs (Prajogo & Oke, 2016; Tajeddini, Martin, & Altinay, 2020) รวมถึงยังขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยด้านขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า (พลอยณัฏฐา เดชะเศรษฐศิริ, ธีรภัทรพชร และประสิทธิ์ชัย นราภรณ์, 2567)

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาเปรียบเทียบอิทธิพลของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทย โดยวิเคราะห์บทบาทของปัจจัยกำกับทั้ง 3 ด้าน ด้านขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าของธุรกิจเพื่อทำความเข้าใจว่าปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินอย่างไร โดยผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายสนับสนุน SMEs ของภาครัฐ เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการพัฒนากลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่เหมาะสม และสร้างความเข้าใจถึงบทบาทของนวัตกรรมบริการในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนของภาคธุรกิจ SMEs ไทยในระยะยาว

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ

ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (Resource-Based View) ของ Barney (1991) อธิบายว่า ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมบริการของธุรกิจ โดยมองว่าทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบยาก และไม่สามารถทดแทนได้ จะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

Den Hertog, Van der Aa, and De Jong (2010) นิยามนวัตกรรมบริการว่าเป็นประสบการณ์บริการใหม่หรือโซลูชันบริการใหม่ที่ประกอบด้วยมิติใดมิติต่างๆ ได้แก่ แนวคิดบริการใหม่ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ ระบบคุณค่า/พันธมิตรทางธุรกิจใหม่ ไม่เดลอายได้ใหม่ ระบบการส่งมอบบริการหรือเทคโนโลยีใหม่

นวัตกรรมบริการเป็นการนำแนวคิด วิธีการ หรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ายกระดับประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ (Grawe, Daughterty & Ralston, 2015; Tajeddini et al, 2020) ช่วยในการดึงดูดลูกค้าใหม่ เพิ่มความพึงพอใจ ลดต้นทุน เข้าสู่ตลาดใหม่ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ

ผลการดำเนินงานทางการเงิน เป็นตัวชี้วัดสำคัญที่แสดงถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจและความมั่นคงขององค์กร โดยสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรและความสามารถในการสร้างผลตอบแทน ซึ่งสามารถวัดได้จากตัวชี้วัดทางการเงินต่างๆ เช่น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2564)

ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ

ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยการศึกษาที่ต่อยอดจากงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ผ่านมา (Feng et al., 2020; พลอยณัฏฐา เดชะเศรษฐศิริ และคณะ, 2567) พบว่านวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงินและไม่ใช้การเงินของธุรกิจ และมีความเชื่อกว้างขวางว่านวัตกรรมบริการส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท จากการทบทวนวรรณกรรม พบหลักฐานสนับสนุนความสัมพันธ์เชิงบวกนี้อย่างกว้างขวางในหลากหลายบริบททางธุรกิจ ทั้งในระดับสากลและในประเทศไทย โดยมีการศึกษาในบริบทของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย (ภัทริกา ชินช่วง, 2563) ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนของประเทศไทย (อรดี บุญบุตร และอำภาศรี พอค้า, 2564) และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (อิสรวิศา ทองเพ็ชร อัจฉรา เกษสุวรรณ จุมพล

วรสาย์ณห์ และคุณาลัย พลอยณัฏฐา, 2566) เช่นเดียวกับงานวิจัยในต่างประเทศ เช่น งานวิจัยของ Maldonado-Guzmán, Marín-Aguilar, & Pinzón-Castro (2017) ที่พบว่า นวัตกรรมบริการส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การศึกษาของ Lin, Luo, Ieromonachou, Rong, & Huang (2019) ยืนยันว่าความสามารถด้านนวัตกรรมบริการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงิน ในขณะที่การศึกษาในภาคการผลิตของสหรัฐอเมริกาโดย Artz, Norman and Wear (2021) พบว่า นวัตกรรมบริการส่งผลทางบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินและการตลาดของธุรกิจ SMEs สอดคล้องงานวิจัยของ Ngo, Nguyen, and Nguyen (2022) พบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมประสิทธิภาพและความได้เปรียบในการแข่งขันของ SMEs ในเวียดนาม และผลการศึกษาล่าสุดของ Gao, Zhang, and Lyu (2023) ที่สนับสนุนว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการด้านการเงิน การตลาด และการปฏิบัติการของบริษัท SMEs การผลิตในจีน ดังนั้น จากการศึกษาเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นชัดเจนว่างานวิจัยยังคงสนับสนุนบทบาทสำคัญของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของ SMEs

1. แม้ว่าความสัมพันธ์เชิงบวกที่แข็งแกร่งระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs แต่การศึกษาเกี่ยวกับขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนสำหรับธุรกิจขนาดย่อม ขนาดเล็ก และขนาดกลางแยกกันยังมีไม่มากนัก (Blommerde, 2022; พลอยณัฏฐา เดชะเศรษฐศิริ และคณะ, 2567) โดย McDermott and Prajogo (2012) ตั้งคำถามว่าทำไมธุรกิจ SMEs ทุกขนาดจึงถูกมองว่าเหมือนกัน ในความเป็นจริงนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องจำนวนพนักงาน รูปแบบการดำเนินงานที่เป็นทางการ/ไม่เป็นทางการ และมีข้อจำกัดทางการเงิน ทั้งนี้ Pett, Wolff, and Sié (2012) ชี้ว่ามีความแตกต่างที่มีความหมายและมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มย่อยของธุรกิจที่มักจัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจ SMEs นี้ ถึงแม้ว่าข้อถกเถียงนี้จะได้รับความสนใจในวรรณกรรมบ้าง แต่ผลลัพธ์ก็ยังคงคลุมเครือ ด้านหนึ่งของการโต้แย้งนี้คือ องค์กรขนาดใหญ่ที่มีทรัพยากรและบุคลากรมากกว่าสามารถสร้างและสะสมความรู้ มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและผลการดำเนินงานได้ดีกว่า (Tsai & Huang, 2020) สอดคล้องกับการศึกษาของ Kijkasawat and Phuensane (2020) ที่พบว่าธุรกิจขนาดใหญ่กว่ามีความได้เปรียบในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม เนื่องจากมีทรัพยากรและความสามารถในการลงทุนที่มากกว่า นำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีขึ้น แต่องค์กรขนาดใหญ่มีเป็นทางการมากกว่าและมีความยืดหยุ่นน้อยกว่าองค์กรขนาดเล็กที่มีลำดับขั้นตามโครงสร้างองค์กรที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมนวัตกรรมน้อยกว่า (Pett et al, 2012) องค์กรขนาดเล็กจึงมีความยืดหยุ่นและคล่องตัวมากกว่า และสามารถปรับตัวและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงผ่านนวัตกรรมได้อย่างรวดเร็ว (McDermott & Prajogo, 2012) อย่างไรก็ตาม องค์กรขนาดเล็กมักถูกมองว่าขาดทักษะทางธุรกิจหรือการจัดการที่สำคัญ ทรัพยากรทางการเงินหรือการเข้าถึงตลาด (Rippa, Quinto, Lazzarotti, & Pellegrini, 2016; Sharma, 2018)

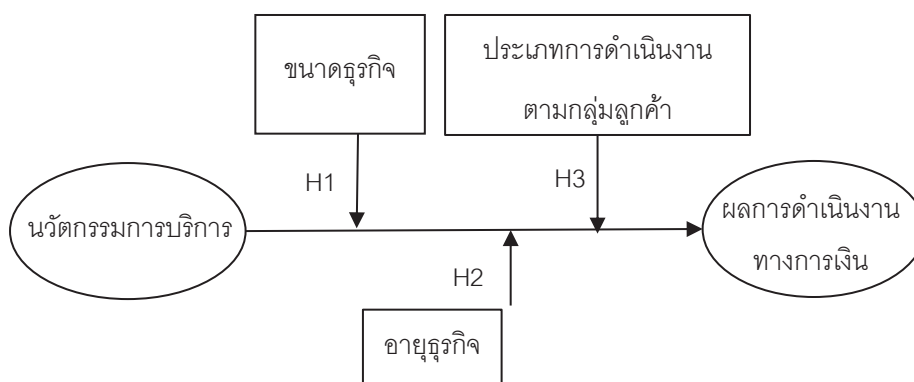
แม้ว่าจะยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจนในการถกเถียงนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ขนาดธุรกิจบทบาทในความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร ดังนั้น จึงได้ตั้งสมมติฐานที่ 1 ว่า : ขนาดธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับอิทธิพลกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs

2. จากการทบทวนวรรณกรรมก่อนหน้านี้ พบว่า ธุรกิจที่เก่าแก่กว่ามักมีทรัพยากรที่สมบูรณ์มากกว่า เช่นเดียวกับการศึกษาของ จูตา ภกานนท์ (2562) ได้ทำการสำรวจ SMEs กว่า 2,400 รายทั่วประเทศ พบว่าธุรกิจที่มีอายุมากกว่ามักมีทรัพยากรและเครือข่ายที่แข็งแกร่งกว่า ซึ่งส่งผลต่อโอกาสในการเติบโต และการศึกษาของ ELIF AKBEN-SELCUK (2016) ได้ทำการตรวจสอบผลกระทบของอายุบริษัทที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในตุรกีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 302 บริษัท พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบและแบบโค้งนูนระหว่างอายุบริษัทและความสามารถในการทำกำไร ซึ่งวัดโดยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หรืออัตรากำไรขั้นต้น บ่งชี้ว่า บริษัทที่อายุน้อยกว่ามีความสามารถในการทำกำไรไม่มากนัก แต่อาจกลับมาทำกำไรได้อีกครั้งเมื่อมีอายุมากขึ้น โดยบริษัทเก่าแก่อาจมีความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มั่นคงและความภักดีกับแบรนด์ ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกในการนำบริการที่เป็นนวัตกรรมมาใช้ แต่อาจปรับตัวให้เข้ากับการ

เปลี่ยนแปลงได้น้อยกว่า เมื่อเทียบกับบริษัทที่อายุน้อยกว่า ซึ่งอาจขัดขวางความพยายามในการสร้างนวัตกรรม (Wang, Ibrahima & Le, 2024) ในขณะที่การศึกษาของ Bouncken, Ratzmann, and Kraus (2021) พบว่า บริษัทที่เก่าแก่และมีวุฒิภาวะมากกว่า ไม่ได้ใช้ประโยชน์จากศักยภาพด้านนวัตกรรมจากเครือข่ายพันธมิตรได้มากนัก เนื่องจากมีโครงสร้างที่เป็นทางการ และอาจยังคงยึดติดกับรูปแบบธุรกิจแบบเดิมๆ

จากข้อมูลข้อโต้แย้งข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่า อายุธุรกิจมีบทบาทในความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับธุรกิจ SMEs นั่นคือ นวัตกรรมบริการมีผลกระทบทางตรงต่อผลการดำเนินงาน แต่ความแข็งแกร่งของมันขึ้นอยู่กับอายุธุรกิจ ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงเสนอสมมติฐานที่ 2 อายุธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับมีอิทธิพลกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs

3. คำถามการวิจัยที่ว่า ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าส่งผลต่อนวัตกรรมบริการหรือผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจหรือไม่นั้น เป็นเรื่องที่ยังไม่ได้รับการศึกษามากนัก (Gök & Peker, 2016; Feng et al, 2020) และการศึกษาจนถึงปัจจุบันได้ให้ผลลัพธ์ที่หลากหลายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในบริบทธุรกิจ (B2B) ได้แก่ Martínez-Caro, Cepeda-Carrión, Cegarra-Navarro and Garcia Perez (2020) อธิบายถึงบริษัทที่มีลูกค้าจำนวนน้อยอย่างธุรกิจแบบ B2B สามารถสร้างความผูกพันที่ใกล้ชิดและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าเหล่านี้และร่วมกันผลิตบริการได้ (Chuang, 2020) ทำให้สามารถปรับแต่งได้อย่างกว้างขวางและสร้างกำไรสูงผ่านการกำหนดราคาตามคุณค่าและต้นทุนการพัฒนาต่ำ (Dotzel & Shankar, 2019; Carmona-Lavado, Gopalakrishnan, & Zhang, 2020) ในทางตรงกันข้ามธุรกิจผู้บริโภค (B2C) จะมีลักษณะเฉพาะคือ มีลูกค้ารายย่อยจำนวนมาก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับลูกค้าที่อ่อนแอและมูลค่าตลอดอายุการใช้งานเฉลี่ยของลูกค้าต่ำกว่าบริษัทแบบ B2B (Dotzel & Shankar, 2019; Groza, Zmich, & Rajabi, 2021) เนื่องจากรรณกรรมมองว่าองค์กร B2B มีลูกค้ารายย่อยและมีความสำคัญมากกว่า ซึ่งมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดในกิจกรรมนวัตกรรม (Trif, Dutu, & Tuleu, 2019) ทำให้องค์กรสามารถบรรลุผลการดำเนินงานด้านยอดขายและความสำเร็จในตลาดที่สูงขึ้น (Dotzel & Shankar, 2019) จึงอาจอนุมานได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ จะแข็งแกร่งกว่าสำหรับธุรกิจที่มีการดำเนินงานแบบ B2B เมื่อเทียบกับประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าแบบอื่น ด้วยเหตุผลนี้ ผู้วิจัยจึงเสนอสมมติฐานที่ 3 ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับมีอิทธิพลกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs



รูปภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย 1 : ขนาดธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับมีอิทธิพลกำกับในความสัมพันธระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs

สมมุติฐานการวิจัย 2 : อายุธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับมีอิทธิพลกำกับในความสัมพันธระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs

สมมุติฐานการวิจัยที่ 3 : ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าเป็นตัวแปรกำกับมีอิทธิพลกำกับในความสัมพันธระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ตามขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า

คำถามการวิจัย

ขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ SMEs ส่งผลในฐานะตัวแปรกำกับต่อความสัมพันธระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มีขอบเขต 3 ด้าน ได้แก่

- 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบอิทธิพลของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ตามขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า
- 2) ขอบเขตด้านตัวแปร ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีตัวแปรแฝง (Constructs) 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ นวัตกรรมบริการ 2) ตัวแปรกำกับ (Moderator Variables) ประกอบด้วย ขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า และ 3) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ
- 3) ขอบเขตด้านพื้นที่ การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้สำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการของธุรกิจ SMEs ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ 17 จังหวัด

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย 17 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน สุโขทัย นครสวรรค์ พิจิตร พิษณุโลก พะเยา พิจิตร เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร อุตรดิตถ์ ตาก อุทัยธานี และแม่ฮ่องสอน ซึ่งจากข้อมูลธุรกิจ SMEs ของประเทศไทย ปี 2566 มีจำนวนทั้งหมด 549,302 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือประเทศไทย โดยผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการที่เกี่ยวข้องของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือประเทศไทย โดย Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham (2019) แนะนำว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ควรอยู่ระหว่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 13 ข้อ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างควรอยู่ระหว่าง 130 - 260 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 20 เท่า ดังนั้นจึงต้องมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 260 ตัวอย่าง โดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Straties Sampling) ตามสัดส่วนตามรายจังหวัด ทั้งนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาอย่างสมบูรณ์จำนวน 649 ฉบับ ซึ่งถือเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสม

3.2 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม มีลักษณะเป็นการให้คะแนน 5 ระดับ (Likert, 1970) ซึ่งพัฒนามาจากการทบทวนเอกสารวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ความสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มีจำนวนข้อคำถาม 8 ข้อ (Lin et al., 2019) ส่วนที่ 4 ระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจทางการเงิน (Financial Performance) ของ SMEs ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาโดย มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ (Abou-Foul et al., 2020; Lin et al., 2019; Queiroz et al., 2020)

3.3 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การตรวจสอบความเหมาะสม (Suitability Test)

ตาราง 1 แสดงค่าสถิติ KMO และ Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.905
Bartlett's test of Sphericity	Appox. Chi-Square	7651.670
	df	78
	Sig	.000

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงิน การวิเคราะห์ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.905 (ค่า KMO > 0.7) (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014) แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับที่เหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์เชิงสำรวจได้ และเมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติด้วย Bartlett's Test มีนัยสำคัญที่ระดับ .000 ($p < .001$) (Bartlett's test: =7651.670, df=78, p=.000) แสดงให้เห็นว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ที่ได้นั้นไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณะ ข้อมูลมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบได้

3.4 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด ได้แก่ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) กับวัตถุประสงค์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยใช้เกณฑ์ที่ยอมรับว่าข้อคำถามนั้นๆ มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและหรือวัตถุประสงค์ที่มุ่งวัดเหมาะสำหรับการวิจัย โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 เป็นไปตามเกณฑ์คือมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.50 และทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง ($n = 30$) จากการทดลองใช้กับธุรกิจ SMEs ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงในการวัดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเที่ยงของตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.806 - 0.916 โดยค่าแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.915 และนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงจากผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทย ($n = 649$) ทั้งนี้ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) มากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978) และวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงการตรวจสอบความเที่ยงและการตรวจสอบความตรงแบบศูนย์รวม

องค์ประกอบเชิงยืนยัน		Factor Loading	Cronbach's Alpha (α)	CR (ต้อง > 0.7)	AVE (ต้อง > 0.5)
นวัตกรรมบริการ (SI)			0.943	0.942	0.671
SI1	การนำเสนอการบริการใหม่สู่ตลาด/ลูกค้า	0.765			
SI2	การนำเสนอการบริการใหม่สำหรับบริษัท	0.728			
SI3	การนำเสนอการบริการที่ช่วยให้บริษัทเข้าสู่ตลาดใหม่ได้	0.826			
SI4	การสร้างกระบวนการบริการ ช่องทางการจัดส่ง และช่องทางการติดต่อประสานกับลูกค้าที่ใหม่ต่อตลาด/ลูกค้า	0.797			
SI5	การสร้างกระบวนการบริการ ช่องทางการจัดส่ง และช่องทางการติดต่อประสานกับลูกค้าที่ใหม่ต่อบริษัท	0.853			
SI6	การนำเสนอการบริการที่มีคุณสมบัติใหม่ๆ	0.884			
SI7	การปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการลูกค้าที่ตรงตามความต้องการพิเศษของลูกค้า	0.888			
SI8	การใช้นวัตกรรมบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่ของบริษัท	0.796			
ผลการดำเนินงานทางการเงิน (FFP)			0.932	0.922	0.704
FFP1	ยอดขายจากการให้บริการ (เฉพาะการให้บริการเท่านั้น)	0.727			
FFP2	ยอดขายโดยรวม	0.913			
FFP3	ส่วนแบ่งการตลาด	0.853			
FFP4	อัตรากำไรสุทธิของธุรกิจทั้งบริษัท	0.844			
FFP5	อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)	0.847			

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) และความตรงแบบแตกต่าง (Discriminant Validity) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standard Factor Loading) ของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่ามากกว่า 0.60 (Hair, et al, 2014) ความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Fornell & Larcker, 1981) และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability: CR) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว มีค่ามากกว่า 0.70 (Nunnally, 1978)

ตาราง 3 แสดงค่าสถิติแสดงความเที่ยงตรงเชิงจำแนกและความเชื่อถือได้ (Reliability) ของมาตรวัด

ตัวแปร	AVE	SI	FFP
SI	0.671	0.819*	
FFP	0.704	0.375	0.839*

หมายเหตุ: * หมายถึง ค่ารากที่สองของ AVE ของตัวแปร

การตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล (Goodness of Fit Measure)

การพิจารณาค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนระหว่างตัวแบบสมการโครงสร้างการทดสอบอิทธิพลของนวัตกรรม การบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงตามตารางที่ 4

ตาราง 4 แสดงค่าสถิติการตรวจสอบสมการโครงสร้างของการทดสอบอิทธิพลของนวัตกรรม การบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์		
		ค่าสถิติที่ได้ก่อน ปรับโมเดล	ค่าสถิติได้หลัง ปรับโมเดล	การพิจารณา
p-value	>0.05	0.000	0.097	ผ่านเกณฑ์
Chi-square (χ^2) /df	≤ 3.00	14.756	1.283	ผ่านเกณฑ์
RMR	≤ 0.05	0.061	0.032	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.790	0.987	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.715	0.973	ผ่านเกณฑ์
NFI	≥ 0.95	0.872	0.993	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.97	0.879	0.998	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	≤ 0.05	0.146	0.021	ผ่านเกณฑ์
Hoelter	>200.00	58	693	ผ่านเกณฑ์

ที่มา: ยุทธ ไกยวรรณ (2567)

จากตาราง 4 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนระหว่างตัวแบบสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าดัชนีชี้วัดผ่านเกณฑ์ทั้ง 9 ดัชนีชี้วัด โดยการพิจารณาค่า p-value = .097, ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 1.283, RMR = .032, GFI = .987, AGFI = .973, NFI = .993, CFI = .998, RMSEA = .021 และ Hoelter = 693 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างการทดสอบอิทธิพลของนวัตกรรม การบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทยมีความเที่ยงตรงและเหมาะสมสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การทดสอบอิทธิพลทางตรงของนวัตกรรม การบริการต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ซึ่งมีผลการทดสอบดังตามตารางที่ 5

ตาราง 5 แสดงผลการทดสอบสมการโครงสร้างของอิทธิพลของนวัตกรรมบริการต่อการผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทย

เส้นทาง	สถิติที่ใช้ทดสอบ		
	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง	ค่า SE	ค่า t
SI → FFP	0.375	0.032	9.171***

หมายเหตุ 1) * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.57$)
 2) ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.57$)
 3) *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.29$)

จากตาราง 5 พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.375 ($\beta = 0.375$, $t = 9.171$, $p < 0.001$) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์อิทธิพลกำกับตามสมมติฐานต่อไปได้

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือราชการถึงผู้ประกอบการหรือผู้จัดการของธุรกิจ SMEs เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ทางจดหมายไปรษณีย์และแบบสอบถามออนไลน์

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติเชิงบรรยายถึงคุณลักษณะ คุณสมบัติทางสถิติ เช่น ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อจะใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ที่ได้ เพื่อที่จะสรุปและอธิบายคุณลักษณะของตัวแปร เป็นต้น

2. สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistic) เป็นการนำสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Statistic) เพื่อหาความสัมพันธ์ในเชิงเหตุผลในทุกตัวแปร หาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปร และเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรกำกับด้วยตัวแปรแบบโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) แบบ Multiple group โดยทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ AMOS เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) เพื่อทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลเชิงเหตุผล (Causal Relationship) และผลวิจัยในเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติที่ใช้ทดสอบการยอมรับของโมเดลตามเกณฑ์มาตรฐาน และการวิเคราะห์ระหว่างกลุ่ม (Multiple Group Analysis: MGA) ด้วยเทคนิคการเปรียบเทียบแบบ chi-square-based ระหว่างแบบจำลองที่จำกัดและไม่จำกัดของข้อมูลกลุ่มต่าง ๆ

4. ผลลัพธ์การวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจและผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย โดยเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.54) และเพศชาย (ร้อยละ 44.68) เมื่อพิจารณาด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน 31-40 ปี (ร้อยละ 31.58) และ 41-50 ปี (ร้อยละ 31.43) ขณะที่กลุ่มอายุ 51-60 ปี (ร้อยละ 19.26) ด้านการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.17) รองลงมาคือปริญญาโท (ร้อยละ 21.11) และต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 17.56) โดยมีประสบการณ์ทำงาน 11-20 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 39.60) ตามด้วยกลุ่มที่มีประสบการณ์ไม่เกิน 10 ปี (ร้อยละ 30.51) และ 21-30 ปี (ร้อยละ 17.56) สำหรับตำแหน่งงาน พบว่า ส่วนมากเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการ หรือประธานกรรมการบริษัท (ร้อยละ 59.17) ส่วนที่เหลือดำรงตำแหน่งผู้จัดการ หัวหน้างาน หรือตัวแทนธุรกิจ (ร้อยละ 27.43) และผู้บริหารระดับสูงในตำแหน่งรองประธานกรรมการหรือคณะกรรมการดำเนินงาน (ร้อยละ 8.01) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์แบบสอบถามจำนวน 649 ฉบับที่มีความสมบูรณ์ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ SMES ในภาคเหนือส่วนใหญ่เป็นของคนไทย (ร้อยละ 93.22) โดยจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด (ร้อยละ 58.24) และห้างหุ้นส่วนจำกัด (33.59%) ทั้งนี้ กิจกรรมส่วนใหญ่ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท เท่ากับร้อยละ 69.64 และอีกร้อยละ 13.09 มีทุนระหว่าง 5-10 ล้านบาท เมื่อจำแนกตามขนาดธุรกิจ SMEs พบว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรายย่อยหรือ Micro (ร้อยละ 54.39) รองลงมาคือ ธุรกิจขนาดย่อมหรือ Small (ร้อยละ 40.06) และธุรกิจขนาดกลางหรือ Medium (ร้อยละ 5.55) และส่วนมากมีจำนวนบุคลากรน้อยกว่า 50 คน (ร้อยละ 80.73) รองลงมาคือ 51 - 100 คน (ร้อยละ 9.86) โดยธุรกิจเหล่านี้เป็นภาคการผลิตมากที่สุด (ร้อยละ 45.61) รองลงมาคือ ภาคการบริการ (ร้อยละ 22.96) ภาคการเกษตร (ร้อยละ 16.33) และภาคการค้า (ร้อยละ 15.10) ซึ่งกระจายตัวอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (ร้อยละ 15.41) ตามด้วยแพร่ (ร้อยละ 11.40) เชียงราย (ร้อยละ 9.86) และน่าน (ร้อยละ 8.78) โดยกว่าครึ่งเป็นธุรกิจที่เปิดดำเนินการมาไม่เกิน 10 ปี (ร้อยละ 53.15%) ขณะที่ ร้อยละ 23.72 ดำเนินการมา 11-20 ปี และร้อยละ 13.87 ดำเนินการมานานกว่า 30 ปี ส่วนรูปแบบการดำเนินธุรกิจนั้น ส่วนใหญ่เป็นแบบ B2B (ร้อยละ 68.87) และที่เหลือเป็นแบบ B2C (ร้อยละ 31.12)

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานไว้ 3 ข้อ สำหรับการทดสอบสมการโครงสร้างอิทธิพลการกำกับของ ขนาดธุรกิจ อายุธุรกิจ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มธุรกิจในความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทย โดยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป AMOS ในการวิเคราะห์ผลโดยใช้วิธีการประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation: MLE) และการวิเคราะห์แบบหลายกลุ่ม (Multiple Group Analysis: MGA) ด้วยเทคนิคการเปรียบเทียบค่าไคสแควร์ระหว่างโมเดลแบบมีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดของกลุ่มที่แตกต่างกัน ตารางต่อไปนี้จะแสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictors) และตัวแปรตามแต่ละกลุ่ม ซึ่งได้ผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ขนาดธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับของความสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในโมเดล สำหรับทั้งสามกลุ่มขนาดธุรกิจ

ตาราง 6 แสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ: ตัวแปรกำกับคือ ขนาดของธุรกิจ

กลุ่ม	เส้นทาง	สถิติที่ใช้ทดสอบ		
		ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง	ค่า SE	ค่า t
ขนาดย่อย (Micro)	SI → FFP	0.266	0.040	4.838***
ขนาดเล็ก (Small)	SI → FFP	0.512	0.049	8.582***
ขนาดกลาง (Medium)	SI → FFP	0.459	0.125	2.921**

หมายเหตุ 1) * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.57$)

2) ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.57$)

3) *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.29$)

ผลการวิเคราะห์ที่แสดงในตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินในทุกกลุ่มขนาดธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่แตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มธุรกิจขนาดย่อย: $\beta = 0.266$, $p = 0.001$; กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง: $\beta = 0.449$, $p = 0.03$; กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก: $\beta = 0.512$, $p = 0.001$ ซึ่งขนาดของอิทธิพลของผลลัพธ์เหล่านี้

แสดงถึงความแข็งแกร่งของอิทธิพลของตัวแปรทำนาย โดยกำหนดให้ขนาดผลกระทบ ที่ 0.266, 0.459 หรือ 0.512 เป็นขนาดย่อย ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ตามลำดับ

นอกจากนั้น ยังแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจขนาดเล็กมีความน่าจะเป็นที่จะได้ค่า CR ที่สูงถึง 8.582 กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของนวัตกรรมบริการในการทำนายผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) (การทดสอบแบบสองหาง) สำหรับธุรกิจขนาดกลางมีความน่าจะเป็นที่จะได้ค่า CR ที่สูงถึง 4.838 นั่นคือ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของ SI ในการทำนาย FFP มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) (การทดสอบแบบสองหาง) แต่ธุรกิจขนาดย่อย ความน่าจะเป็นที่จะได้ค่า CR ที่เพียง 2.921 นั่นคือ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของ SI ในการทำนาย FFP มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) (การทดสอบแบบสองหาง)

ดังนั้น ผลอิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจนั้นมีความเข้มข้นในแต่ละขนาดธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ขณะที่อ่อนแอสำหรับธุรกิจขนาดย่อย

ผลการทดสอบอิทธิพลการกำกับ (Moderating Effect) ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของขนาดธุรกิจต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทสำหรับแต่ละกลุ่ม ได้ทำการเปรียบเทียบโดยใช้ค่าไคสแควร์ระหว่างโมเดลแบบมีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดของทั้งกลุ่มขนาดธุรกิจขนาดย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ดังที่แสดงในตารางที่ 7

ในการวิเคราะห์หลายกลุ่มโดยใช้ไคสแควร์จำเป็นต้องมีโมเดลแบบมีข้อจำกัด (Constrained Model) และไม่มีข้อจำกัด (Unconstrained model) สำหรับแต่ละกลุ่ม ว่ามีค่า chi-square ต่างกันแค่ไหน และคำนวณผลต่างของค่าไคสแควร์และองศาอิสระของแต่ละโมเดลสำหรับแต่ละกลุ่มที่ละครั้ง ซึ่งการทดสอบความแตกต่างของ chi-square ระหว่างโมเดลมักจะทดสอบด้วยการมีค่า df ต่างกันมากกว่า 1 หมายถึง ใน Constrained model จะมี df ที่มากกว่า Unconstrained model โดย ณ df ต่างกัน 1 แล้วถ้าค่า chi-square มากกว่า 3.84 จะแปลว่า สองโมเดล นั้นต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้แสดงรายละเอียดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์หลายกลุ่มโดยใช้ไคสแควร์เพื่อทดสอบผลการเป็นตัวแปรกำกับของขนาดธุรกิจต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายและตัวแปรตามในโมเดล

ตาราง 7 แสดงค่าไคสแควร์ของโมเดลแบบมีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดสำหรับแต่ละกลุ่ม: ตัวแปรกำกับคือขนาดธุรกิจ

กลุ่ม	สถิติที่ใช้ทดสอบ	
	CMIN	DF
ไม่มีข้อจำกัด (Unconstrained)	534.161	225
มีข้อจำกัด (Constrained)	548.072	227
ความแตกต่าง	13.911	2
การแปลผล	สนับสนุน	

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า บทบาทการของขนาดธุรกิจ ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงิน มีความแตกต่างระหว่างค่าไคสแควร์ของแบบจำลองเส้นทางแบบไม่มีข้อจำกัดและแบบจำลองเส้นทางแบบมีข้อจำกัด โดยมีค่ามากกว่า 3.84 ($\text{diff} = 13.911$, $\text{df} = 2$, $p = .001$) ซึ่งเป็นค่าไคสแควร์ที่องศาอิสระเท่ากับ 2 ดังนั้น ผลของการเป็นตัวแปรกำกับของขนาดธุรกิจจึงมีนัยสำคัญ เนื่องจากความแตกต่างของค่าไคสแควร์ระหว่างแบบจำลองที่มีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดมีค่ามากกว่า 3.84 สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จึงสามารถสรุปได้ว่า ขนาดธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับที่มีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งให้ผลสรุปเช่นเดียวกับเทคนิคการเปรียบเทียบโดยใช้ค่าไคสแควร์ ดังนั้น ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมมติฐานที่ 1 นี้ ได้รับการสนับสนุน

2. ผลการทดสอบอิทธิพลการกำกับของอายุธุรกิจต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs แต่ละกลุ่ม

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่มีอายุธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในโมเดล ตารางต่อไปนี้จะแสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictors) และตัวแปรตาม สำหรับอายุธุรกิจทั้งสี่กลุ่ม

ตาราง 8 แสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ: ตัวแปรกำกับคืออายุบริษัท

กลุ่ม	เส้นทาง	สถิติที่ใช้ทดสอบ		
		ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง	ค่า SE	ค่า t
น้อยกว่า 10 ปี	SI → FFP	0.344	0.042	6.261***
11-20 ปี	SI → FFP	0.377	0.063	4.712***
21-30 ปี	SI → FFP	0.475	0.100	3.915***
มากกว่า 30 ปี	SI → FFP	0.348	0.081	3.314***

หมายเหตุ 1) * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.57$)

2) ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.57$)

3) *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.29$)

ผลการวิเคราะห์ที่แสดงในตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินในทุกกลุ่มอายุธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางดังนี้ กลุ่มอายุธุรกิจน้อยกว่า 10 ปี: $\beta = 0.344$, $p = 0.001$; กลุ่ม 11-20 ปี: $\beta = 0.377$, $p = 0.001$; กลุ่ม 21-30 ปี: $\beta = 0.475$, $p = 0.001$; กลุ่มอายุธุรกิจมากกว่า 30 ปี: $\beta = 0.348$, $p = 0.001$ และยังคงแสดงให้เห็นว่าอายุธุรกิจมีความน่าจะเป็นที่จะได้ค่า CR ที่สูงในทุกกลุ่ม ที่ 0.001 กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของนวัตกรรมบริการ ในการทำนายผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.29$) (การทดสอบแบบสองหาง) ดังนั้น ผลอิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจนั้นมีความเข้มแข็งและมีนัยสำคัญสำหรับอายุธุรกิจทุกกลุ่ม

ผลการทดสอบอิทธิพลการกำกับของอายุธุรกิจต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs สำหรับแต่ละกลุ่ม จากการทำการเปรียบเทียบโดยใช้ค่าไคสแควร์ระหว่างโมเดลแบบมีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดของทั้งกลุ่มอายุธุรกิจ ดังที่แสดงในตารางที่ 9 โดยการวิเคราะห์หลายกลุ่มโดยใช้ไคสแควร์เพื่อทดสอบผลการเป็นตัวแปรกำกับของอายุธุรกิจต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายและตัวแปรตามในโมเดล

ตาราง 9 แสดงค่าไคสแควร์ของโมเดลแบบมีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดสำหรับแต่ละกลุ่ม: ตัวแปรกำกับคืออายุธุรกิจ

กลุ่ม	สถิติที่ใช้ทดสอบ	
	CMIN	DF
ไม่มีข้อจำกัด(Unconstrained)	792.919	315
มีข้อจำกัด (Constrained)	794.352	318
ความแตกต่าง	1.433	3
การแปลผล	ไม่สนับสนุน	

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างค่าไคสแควร์ของแบบจำลองเส้นทางแบบไม่มีข้อจำกัดและแบบจำลองเส้นทางแบบมีข้อจำกัดของความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและการดำเนินงานทางการเงิน โดยมีอายุธุรกิจเป็นตัวแปรกำกับของอายุธุรกิจ มีค่าน้อยกว่า 3.84 ($\text{diff} = 1.433, \text{df} = 3, p = 0.698$) ดังนั้น ผลของการเป็นตัวแปรกำกับของอายุธุรกิจจึงไม่มีนัยสำคัญ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 นี้พบว่า ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

3. ผลการทดสอบอิทธิพลการกำกับของประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs แต่ละกลุ่ม

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ที่มีประเภทการดำเนินงานตามลูกค้าเป็นตัวแปรกำกับของความสัมพัธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในโมเดล ตารางต่อไปนี้แสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรทำนาย (Predictors) และตัวแปรตามสำหรับทั้งสองกลุ่มตามประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า

ตาราง 10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ: ตัวแปรกำกับคือประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่ม	เส้นทาง	สถิติที่ใช้ทดสอบ		
		ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง	ค่า SE	ค่า t
B2B	SI → FFP	0.386	0.037	7.988***
B2C	SI → FFP	0.345	0.055	4.764***

- หมายเหตุ** 1) * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.57$)
 2) ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.57$)
 3) *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.29$)

จากตารางที่ 10 นี้ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินทั้งในกลุ่ม B2B ($\beta = 0.386, p < 0.001$) และกลุ่ม B2C ($\beta = 0.345, p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญ และประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าทั้ง B2B และ B2C มีความน่าจะเป็นที่จะได้ค่า CR ที่สูง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของนวัตกรรมบริการ ในการทำนายผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ (FFP) มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.29$) (การทดสอบแบบสองหาง) ดังนั้น ผลอิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจนั้นมีความเข้มแข็งและมีนัยสำคัญสำหรับประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าในทุกกลุ่ม

ผลการทดสอบอิทธิพลการกำกับของอายุธุรกิจต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทสำหรับแต่ละกลุ่ม โดยการเปรียบเทียบโดยใช้ค่าไคสแควร์ระหว่างโมเดลแบบมีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดของทั้งกลุ่มประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าแบบ B2B และ B2C ดังที่แสดงในตารางที่ 11 โดยการวิเคราะห์หลายกลุ่มโดยใช้ไคสแควร์เพื่อทดสอบผลการเป็นตัวแปรกำกับของประเภทการดำเนินงานตามลูกค้าต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายและตัวแปรตามในโมเดล

ตาราง 11 แสดงค่าไคสแควร์ของโมเดลแบบมีข้อจำกัดและไม่มีข้อจำกัดสำหรับแต่ละกลุ่ม: ตัวแปรกำกับคือ ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่ม	สถิติที่ใช้ทดสอบ	
	CMIN	DF
ไม่มีข้อจำกัด (Unconstrained)	312.848	135
มีข้อจำกัด (Constrained)	313.155	136
ความแตกต่าง	0.307	1
การแปลผล	ไม่สนับสนุน	

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างค่าไคสแควร์ของแบบจำลองเส้นทางแบบไม่มีข้อจำกัดและแบบจำลองเส้นทางแบบมีข้อจำกัดของความสัมพันธ์ระหว่าง นวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินที่มีประเภทการดำเนินงานตามลูกค้าเป็นตัวแปรกำกับนั้น มีค่าน้อยกว่า 3.84 ($\text{diff} = 0.307, \text{df} = 1, p = 0.580$) ดังนั้น ผลของการเป็นตัวแปรกำกับของประเภทการดำเนินงานตามลูกค้าจึงไม่น่าจะสำคัญ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 นี้พบว่าไม่สนับสนุนสมมติฐาน

5. การอภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้พบว่านวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.001$) โดยสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (Resource-Based View) ซึ่งระบุว่าความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและลอกเลียนแบบได้ยาก จึงนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยเฉพาะในบริบทของ SMEs ที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร การพัฒนานวัตกรรมบริการจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Lin et al. (2019) และ Sun, Tee, Al Mamun, and Salamah (2022) ที่ยืนยันว่านวัตกรรมบริการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ชูพงษ์ พันธุ์แดง (2564) ในบริบทของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเชิงเหนือของประเทศไทยอีกด้วย

เมื่อพิจารณาอิทธิพลกำกับของขนาดธุรกิจ ผลการวิเคราะห์พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินในทุกกลุ่มขนาดธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่แตกต่างกัน ได้แก่ ธุรกิจขนาดย่อย ($\beta = 0.266, p < 0.001$) ธุรกิจขนาดเล็ก ($\beta = 0.512, p < 0.001$) และธุรกิจขนาดกลาง ($\beta = 0.459, p < 0.01$) ความสัมพันธ์มีความเข้มแข็งมากที่สุดในธุรกิจขนาดเล็ก ($t = 8.582$) รองลงมาคือธุรกิจขนาดย่อย ($t = 4.838$) และธุรกิจขนาดกลาง ($t = 2.921$) ตามลำดับ และขนาดธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดกลาง ได้รับประโยชน์จากนวัตกรรมบริการมากกว่าธุรกิจขนาดย่อย อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถยืนยันความแตกต่างได้จากค่าไคสแควร์ ($\text{diff} = 13.911, \text{df} = 2$) ที่มากกว่า 3.84 ผลดังกล่าวนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Kijkasiwat and Phuensane (2020) ที่พบว่าธุรกิจขนาดใหญ่กว่ามีความได้เปรียบในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเนื่องจากมีทรัพยากรและความสามารถในการลงทุนที่มากกว่า นำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีขึ้นรวมถึงการขยายตัวไปสู่ตลาดสากลได้ดียิ่งขึ้น (Platin & Ataman, 2024)

ในขณะที่อายุธุรกิจไม่มีอิทธิพลกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงิน แม้ว่านวัตกรรมบริการจะส่งผลเชิงบวกในทุกกลุ่มอายุธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางดังนี้ น้อยกว่า 10 ปี ($\beta = 0.344$) 11-20 ปี ($\beta = 0.377$) 21-30 ปี ($\beta = 0.475$) และมากกว่า 30 ปี ($\beta = 0.348$) แต่การเปรียบเทียบค่าไคสแควร์ ($\text{diff} = 1.433, \text{df} = 3$) มีค่าน้อยกว่า 3.84 แสดงว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ อาจเกิดจากในบริบท SMEs ภาคเหนือของประเทศไทยนั้น ทักษะการจัดการและความสามารถในการปรับตัวมีความสำคัญมากกว่าระยะเวลา

ในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ Blommerde (2022) และ Carmona-Lavado et al. (2020) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ใดๆ ระหว่างอายุธุรกิจกับความสำเร็จของนวัตกรรม ซึ่งอธิบายได้ว่าในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมขึ้นอยู่กับปรับตัวและความยืดหยุ่นขององค์กรมากกว่าอายุธุรกิจ

เช่นเดียวกัน ประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้าไม่มีอิทธิพลกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงิน แม้ว่านวัตกรรมบริการจะส่งผลเชิงบวกทั้งในกลุ่ม B2B ($\beta = 0.386, p < 0.001$) และกลุ่ม B2C ($\beta = 0.345, p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญ แต่การเปรียบเทียบค่าไคสแควร์ (diff = 0.307, df = 1) มีค่าน้อยกว่า 3.84 สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของ SMEs ไทย การสร้างนวัตกรรมบริการสามารถนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีขึ้นไม่ว่าจะเป็นธุรกิจแบบใด ซึ่งอาจเกิดจากการที่ SMEs ไทยมักไม่ได้แบ่งแยกกลยุทธ์การให้บริการตามกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Carmona-Lavado et al. (2020) แต่ขัดแย้งบางส่วนกับ Dotzel and Shankar (2019) ที่พบว่านวัตกรรมบริการของธุรกิจแบบ B2B มีอิทธิพลต่อมูลค่าของบริษัทมากกว่าธุรกิจแบบ B2C ความแตกต่างนี้อาจเกิดจากการศึกษารังนี้เน้นวัดผลการดำเนินงานทางการเงินแทนมูลค่าของบริษัทโดยตรง

ทั้งนี้ การศึกษานี้ยังมีข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณา ได้แก่ การเก็บข้อมูลในช่วงหลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งอาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน การวัดนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินนั้น อาศัยการรับรู้ของผู้ประกอบการ/ผู้จัดการธุรกิจ และขอบเขตการศึกษาที่จำกัดเฉพาะภาคเหนือเท่านั้น

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 1) ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมบริการของธุรกิจขนาดย่อย
- 2) ควรศึกษาตัวแปรกำกับอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงิน เช่น ระดับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความสามารถด้านการตลาด หรือวัฒนธรรมองค์กร
- 3) ควรขยายขอบเขตการศึกษาครอบคลุมภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย หรืออาจศึกษาเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาค
- 4) ควรพัฒนาวิธีการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินที่มีความเที่ยงตรงมากขึ้น โดยใช้ข้อมูลทางการเงินที่เป็นตัวเลขจริงอย่างน้อย 3 ปีย้อนหลัง ประกอบกับการวัดเชิงการรับรู้ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
- 5) ควรศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมบริการต่อผลการดำเนินงานในมิติอื่นๆ นอกเหนือจากด้านการเงิน
- 6) ควรศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจกระบวนการพัฒนานวัตกรรมบริการในแต่ละขนาดธุรกิจและศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการนำนวัตกรรมบริการไปใช้

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในหลายระดับ ได้แก่

- 1) ผู้ประกอบการ SMEs ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมบริการ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อผลประกอบการทางการเงิน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางควรพิจารณาเพิ่มการลงทุนด้านนวัตกรรมบริการ เพื่อให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการลงทุนด้านนวัตกรรมบริการและพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน
- 2) ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถของบุคลากรในการสร้างและนำนวัตกรรมบริการไปใช้ รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม การจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม และการติดตามประเมินผลการทำงานนวัตกรรมไปใช้อย่างเป็นระบบ
- 3) หน่วยงานภาครัฐสามารถใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบนโยบายสนับสนุน SMEs และพัฒนาโครงการส่งเสริมนวัตกรรมที่เหมาะสมกับแต่ละขนาดธุรกิจ เช่น

ธุรกิจขนาดย่อม (Micro) ควรเน้นนวัตกรรมที่ใช้ทรัพยากรน้อยแต่สร้างผลกระทบสูง

ธุรกิจขนาดเล็ก (Small) สามารถลงทุนในนวัตกรรมที่ซับซ้อนขึ้นโดยอาศัยความร่วมมือกับพันธมิตร

ธุรกิจขนาดกลาง (Medium) มีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมที่ครอบคลุมและซับซ้อนมากขึ้น

7. องค์ความรู้ใหม่

ขนาดธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในภาคเหนือของประเทศไทย โดยพบว่าธุรกิจขนาดเล็ก (Small) และขนาดกลาง (Medium) ได้รับประโยชน์จากนวัตกรรมบริการมากกว่าธุรกิจขนาดย่อม (Micro) อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่อายุธุรกิจและประเภทการดำเนินงานตามกลุ่มลูกค้า (B2B หรือ B2C) ไม่ได้เป็นปัจจัยกำกับที่มีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จในการพัฒนานวัตกรรมบริการขึ้นอยู่กับขนาดและทรัพยากรของธุรกิจมากกว่าระยะเวลาในการดำเนินงานหรือรูปแบบธุรกิจ องค์ความรู้นี้นำไปสู่การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมบริการที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจ โดยธุรกิจขนาดย่อมควรเน้นนวัตกรรมที่ใช้ทรัพยากรน้อยแต่สร้างผลกระทบสูง ธุรกิจขนาดเล็กควรพัฒนานวัตกรรมผ่านความร่วมมือกับพันธมิตร และธุรกิจขนาดกลางมีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมที่ซับซ้อนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชูพงษ์ พันธุ์แดง. (2564). การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 44-53.
- พลอยนัชชา เดชะเศรษฐศิริ ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ และประสิทธิ์ชัย นราภรณ์. (2567). อิทธิพลของการบริการพัฒนา การแปลงเป็นดิจิทัล และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 47(184), 63-92.
- ภัทริกา ชินช่วง. (2563). ความสามารถทางด้านนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน: งานวิจัยเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(1), 15-29.
- ฐิตา เกกานนท์. (2562). *ปลดล็อก SMEs ไทย ปรับตัวอย่างไรให้เติบโต*. ธนาคารแห่งประเทศไทย, ค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2567, จาก https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/research/discussion-paper-and-policy-paper/SMEs_paper.pdf
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2567). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2564). *การบัญชีบริหาร (Managerial accounting)*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2567). *จำนวนผู้ประกอบการรายอุตสาหกรรม SME Bigdata Dashboard*. [Data file and Dashboard]. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.smebigdata.com/msme/dashboard-b>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2565). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2565*. ค้นเมื่อ 19 เมษายน 2566, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20220930104334.pdf
- อรดี บุญบุตร และอำภาศรี พอค้า. (2564). นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 15(3), 173-185.

- อิริสรา ทองเพชร อัฉฉา เกษสุวรรณ จุมพล วรสายัณห์ และคุณาลัย พลอยดนัย. (2566). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อนวัตกรรม การบริการและผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce), *วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ*, 14(2), 64-79.
- Abou-Foul, M., Ruiz-Alba, J. & Soares, A. (2020). The impact of digitalization and servitization on the financial performance: An empirical analysis. *Production Planning & Control*, 32. 975-989.
- Artz, K., Norman, P., & Wear, N. (2021). The impact of service innovation on manufacturing SME performance. *Journal of Small Business Management*, 59(1), 87-112.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Hemsworth, D. (2016). The Effect of Organisational Size and Age on Position and Paradigm Innovation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 768-789.
- Barney, J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120
- Biemans, W., & Griffin, A. (2018). Innovation practices of B2B manufacturers and service providers: Are they really different? *Industrial Marketing Management*, 75, 112-124.
- Blommerde T. (2022). Service Innovation and Performance in Micro, Small, and Medium-Sized Organizations. *European Journal of Business and Management Research*, 7(4), 46-54.
- Bouncken, R. B., Ratzmann, M., & Kraus, S. (2021). Anti-aging: How innovation is shaped by firm age and mutual knowledge creation in an alliance. *Journal of Business Research*, 137, 422-429.
- Carmona-Lavado, A., Gopalakrishnan, S., & Zhang, H. (2020). Product radicalness and firm performance in B2B marketing: A moderated mediation model. *Industrial Marketing Management*, 85, 58-68.
- Chuang, S. H. (2020). Co-creating social media agility to build strong customer-firm relationships. *Industrial Marketing Management*, 84, 202-211.
- Den Hertog, P., Van der Aa, W., & De Jong, M. W. (2010). Capabilities for Managing Service Innovation: Towards a Conceptual Framework. *Journal of Service Management*, 21(4), 490-514.
- Dotzel, T., & Shankar, V. (2019). The Relative Effects of Business-to-Business (vs. Business-to-Consumer) Service Innovations on Firm Value and Firm Risk: An Empirical Analysis. *Journal of Marketing*, 83(5), 133-152.
- ELIF AKBEN-SELCUK, (2016). Does Firm Age Affect Profitability? Evidence from Turkey. *International Journal of Economic Sciences*, V(3), 1-9.
- Feng, C., Ma, R., & Jiang, L. (2020). The Impact of Service Innovation on Firm Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Service Management*, 32(3), 289-314.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measure error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gao, Y., Zhang, Y., & Lyu, C. (2023). Service innovation, competitive advantages and firm performance: Evidence from Chinese manufacturing SMEs. *Industrial Marketing Management*, 104, 162-176.
- Gök, O., & Peker, S. (2016). Understanding the links among innovation performance, market performance and financial performance. *Review of managerial science*, 11(3), 605-631.
- Grawe, S. J., Daugherty, P. J., & Ralston, P. M. (2015). Enhancing Dyadic Performance Through Boundary Spanners and Innovation: An Assessment of Service Provider-Customer Relationships. *J Bus Logist*, 36(1), 88-101.

- Groza, M. D., Zmich, L. J., & Rajabi, R. (2021). Organizational innovativeness and firm performance: Does sales management matter? *Industrial Marketing Management*, 97, 10-20.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited, England.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning. Hampshire, United Kingdom.
- Kijkasiwat, P. & Phuensane, P. (2020). Innovation and firm performance: The moderating and mediating roles of firm size and small and medium enterprise finance, *Journal of Risk and Financial Management*, ISSN 1911-8074, MDPI, Basel, 13(5), 1-15.
- Kolagar, M., Reim, W., Parida, V., & Sjödin, D. (2022). Digital servitization strategies for SME internationalization: the interplay between digital service maturity and ecosystem involvement. *Journal of Service Management*, 33(1), 143-162.
- Likert. (1970). *New Partterns of Management*. New York: McGraw-Hill.
- Lin, Y., Luo, J., Ieromonachou, P., Rong, K., & Huang, L. (2019). Strategic orientation of servitization in manufacturing firms and its impacts on firm performance. *Industrial Management & Data Systems*, 119(2), 292-316.
- Maldonado-Guzmán, G., Marín-Aguilar, J. T., & Pinzón-Castro, S. Y. (2017). Service innovation in Mexican small business. *Advances in Management and Applied Economics*, 7(4), 1.
- Martínez-Caro, E., Cepeda-Carrión, G., Cegarra-Navarro, J. G., & García Pérez, A. (2020). The effect of information technology assimilation on firm performance in B2B scenarios. *Industrial Management and Data Systems*, 120(12), 2269-2296.
- McDermott, C. M. & Prajogo, D.I. (2012). Service innovation and performance in SMEs. *International Journal of Operations & Production Management*, 32(2), 216-237.
- Ngo, V. M., Nguyen, H. H., & Nguyen, N. P. (2022). Service innovation capabilities and firm performance: Evidence from Vietnamese manufacturing SMEs. *Asia Pacific Business Review*, 28(4), 558-577.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Platin, N., & Ataman, G. (2024). Evaluating the impact of firm size, firm age, international opportunity recognition, and business network on internationalisation performance. *Business and Management Studies: An International Journal*, 12(4), 1024–1046.
- Pett, T.L., Wolff, J.A., & Sié, L. (2012). SME Identity and Homogeneity – Are There Meaningful Differences Between Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises? *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6, 48-59.
- Prajogo, D. I., & Oke, A. (2016). Human capital, service innovation advantage, and business performance: The moderating roles of dynamic and competitive environments. *International Journal of Operations & Production Management*, 36(9), 974-994.
- Queiroz, S. A. B., Mendes, G. H. S., Silva, J. H. O., Ganga, G. M. D., Cauchick Miguel, P. A., & Oliveira, M. G. (2020). Servitization and performance: impacts on small and medium enterprises. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(7), 1237–1249.

- Rippa, P., Quinto, I., Lazzarotti, V., & Pellegrini, L. (2016). Role of innovation intermediaries in open innovation practices: differences between micro-small and medium-large firms. *International Journal of Business Innovation and Research*, 11(3), 377-396.
- Sharma, N. (2018). Management of Innovation in Micro, Small and Medium Enterprises in the Middle East and North Africa (MENA). *Entrepreneurship Ecosystem in the Middle East and North Africa (MENA)*. Springer. (pp. 611-626)
- Sun, G., Tee, M., Al Mamun, A., & Salamah, A. A. (2022). *Strategic Orientation, Service Innovation Capability and Financial Performance Among Chinese Service-Oriented SMEs*. In: Alareeni, B., Hamdan, A. (eds) Financial Technology (FinTech), Entrepreneurship, and Business Development. ICBT 2021. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 486. Springer, Cham.
- Tajeddini, K., Martin, E., & Altinay, L. (2020). The importance of human related factors on service innovation and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102431.
- Thakur, R., & Hale, D. (2013). Service Innovation: A Comparative Study of US and Indian Service Firms. *Journal of Business Research*, 66(8), 1108-1123.
- Trif, S.-M., Duțu, C., & Tuleu, D.-L. (2019). Linking CRM capabilities to business performance: a comparison within markets and between products. *Management & Marketing*, 14(3), 292-303.
- Tsai, K.-H. and Huang, S.C.-T. (2020). Service creativity reinforcement and firm performance: The roles of innovation intensity and contexts. *Journal of Service Management*, 31(1), 1-23.
- Tsai, M. C., & Wang, C. (2017). Linking service innovation to firm performance: The roles of ambidextrous innovation and market orientation capability. *Chinese Management Studies*, 11(4), 730-750.
- Wang, X., Ibrahima, H., & Le, B. (2024). Financial Service and Performance of Chinese Private Companies: The Mediating Role of Technological Innovation. *Business Management and Strategy*, 15(2), 243-159.
- Witell, L., Gebauer, H., Jaakkola, E., Hammedi, W., Patricio, L., & Perks, H. (2017). A Bricolage Perspective on Service Innovation. *Journal of Business Research*, 79, 290-298.

Effect of Human Capital Orientation and Goal Achievement of Hotel Businesses in Thailand

Aphi Khamphroh¹ and Sasichai Pimpan^{2,*}

Received : February 9, 2025 Revised : May 8, 2025 Accepted : May 26, 2025

Abstract

In a business context, human capital orientation is the best way to approach at the corporate level such as objectives, structures, and processes to help firms develop effective strategies for maintaining a competitive advantage in dynamic environments. In this study, human capital orientation is considered as a key instrument which firms have implemented to organizational creativity capability, business innovation capability, and goal achievement. The key informants for this research were human resource directors or human resource managers in hotel business in Thailand. Data were collected through a mailed questionnaire distributed to 320 hotel businesses in Thailand, yielding a response rate of 20.91%. The factor loading and Cronbach's alpha was used for instrumental testing. The regression analysis was conducted to examine all hypotheses. The finding indicate that human capital orientation has a positive effect on organizational creativity capability (Adjusted R2 = 0.112), business innovation capability (Adjusted R2 = 0.092), and goal achievement (Adjusted R2 = 0.237). Furthermore, business innovation capability has a positive effect on goal achievement (Adjusted R2 = 0.464), whereas organizational creativity capability has not a positive effect on goal achievement. These findings suggest that executives should implement effectively manage the knowledge, skills, experience, creative thinking, and competencies in order to encourage organizational innovation and to continue the achievement of organizational goals. Future research should explore the role of moderating variables in the relationship between human capital orientation and organizational outcomes, as well as conduct a comprehensive literature review to refine and reconceptualize this relationship.

Keywords: Human Capital Orientation, Organizational Creativity Capability, Business Innovation Capability,
Goal Achievement

¹ Lecturer, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhon Phanom University

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

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

1. Introduction

Recently, organizations have been operating with rapid changes in customer needs, demand uncertainty, increased complexity and intense competition to ensure survival and success of their business (Groenewald et., 2024). In an effort to respond the changes in economic and social conditions, firms have the responsibility to ensure that its organization is continuing to exist under the complex, dynamic world, and in order for the organization to goal achievement, it must efficiently use of resources. (Hareebin, 2020). Furthermore, human resources constitute the most valuable asset of an organization as Henry Ford stated that “Take out my building, my machines and all capitals but leave my men with me I will become Henry Ford again” (Radhakrishna & Raja, 2015). Therefore, an organization have a competitive advantage and human resources will play a very important role. Especially, in the meaning of modern research are describes that human resources possess distinct characteristics compared to other types of resources. Unlike tangible assets, humans are considered intangible assets, and depreciation values. However, people is human capital that can always create a unique capacity to continuously generate additional value. (Anwar et al., 2021) Moreover, firms must be able to create, maintain, development a strategy that can help them deal with competitors and to gain operational effectiveness, and business productivity in the market (Esnah Dzimba, 2024). These changes influence the firm behaviour, especial human capital orientation which enhances to achieving, success, survival and sustainability in the current and future operations' decision making (Ranu et al., 2024). In the business setting, human capital orientation is best way and mostly used at the corporate level such as objectives, structures, and processes affect the firms need to find effective ways to deal with competitive advantage in changing situations (Iqbal et al., 2023). In addition, human capital orientation comprises of two concepts. Firstly, human capital is focus on knowledge, skilled development, experienced, innovation and the ability of people to manage (Jansawang & Prombutara 2019). Secondly, the next concept orientation emphases on different strategies in order to compete in the market and achieve competitive advantage (Mohammad et al., 2024). Therefore, human capital orientation is an organizational strategy aimed at achieving sustainable competitive advantage through the workforce's knowledge, skills, competencies, talents, experience, creativity, attitudes, and motivations.

In this study, human capital orientation is the key to successful management of modern organizations. The organization must have a framework to develop the knowledge, skills and attitudes with regard to the need to learn and contribute to operational success. Accordingly, this study attempts to investigate the effects of human capital orientation, organizational creativity capability, business innovation capability, and goal achievement. Here, human capital orientation is defined as the ability of firm to effectively manage the knowledge, skill, experience, creative thinking, competencies of the staff, and also to create advantages that maximize operational efficiency and benefit the organization (Bryl, 2018). Thus, human capital orientation is a main enabler of firms to success and gain sustainable competitive advantage in business environment. This study investigates the effects of human capital orientation on goal achievement of hotel businesses in Thailand. Hotel businesses in Thailand serve as suitable samples for this study, as these businesses have endeavoured to enhance skills and develop quality distinct from their competitors to attract their customers by focusing on standard quality

which links to human capital orientation. Therefore, firms need to learn continuously to goal achievement and firm survival into the future.

2. Research Objective

This study aims to investigate the relationships between human capital orientation and goal achievement. The objective of this study is to examine the influences of human capital orientation on goal achievement of hotel businesses in Thailand. In this study, the key research question is how human capital orientation leads to goal achievement. Additionally, two specific research questions are posed: Firstly, human capital orientation affects organizational creativity capability, business innovation capability, and goal achievement; Secondly, how organizational creativity capability, business innovation capability impacts goal achievement. Relevant literature review of human capital orientation is addressed and hypotheses development is presented.

3. Literature Review

This study provides interpretations to clarify the human capital theory, which proposes that humans are a valuable resource capable of being developed into capital. According to this theory, enhancing human capital leads to increased productivity and efficiency (Becker, 1964). Especially, human capital is a fundamental factor in the successful management of modern organizations. To enhance operational effectiveness, organizations must establish a structured framework that promotes the continuous development of employees' knowledge and skills (Gordon Liu et al., 2025). This is because human capital theory has mentioned that the more knowledge and capability of organizations can get from humans, the more value is increased in the organization (Obinna, 2024). Additionally, this theory underscores the significance of investing in employees' capabilities and implementing effective management strategies, both of which contribute to improved organizational performance and overall success (Yusuf & Yulianeu, 2023). Therefore, this theory delineates specific linkages in the transformation process of organizational inputs into human capital, ultimately resulting in heightened sustained performance (Gillies, 2011). Moreover, human capital orientation is a key element in enhancing a firm's assets and workforce, contributing to increased productivity and the sustainability of competitive advantage (Bryl, 2018). Here, human capital orientation is the main variable of the study while organizational creativity capability, business innovation capability impacts goal achievement are the consequent variables of the study. Based on the framework of control variables, firm age is measure of the duration of a company's operational. A longer firm age generally reflects greater accumulated experience, which can provide a competitive advantage over other companies (Rundjan & Susanti, 2023). Firm size is measured as the number of the employees at the firm. Firm size plays a significant role in the adoption of human capital. Larger firms are more likely to implement both formalized and informally responsive human capital strategies. In contrast, smaller firms differentiate by lower levels of specialization, formalization, decentralization, and staff support (Chaudhary & Singh, 2014).

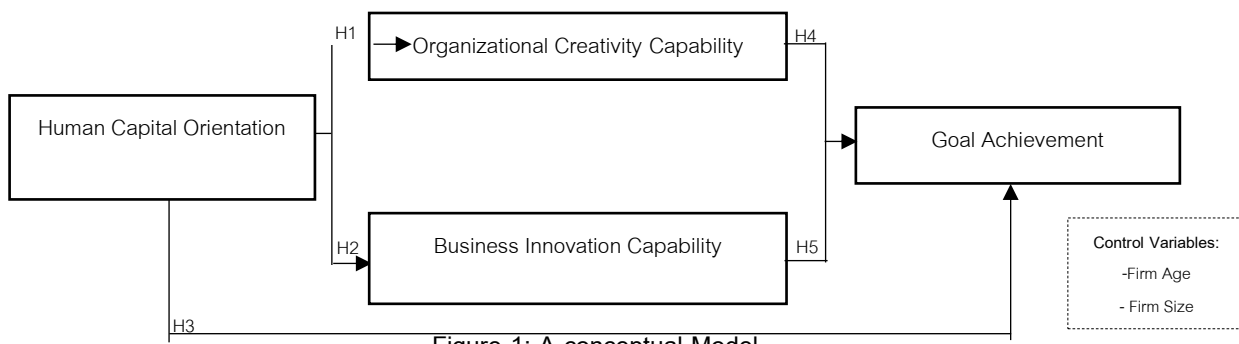


Figure 1: A conceptual Model

Human Capital Orientation (HCO)

Human capital orientation is defined as the ability of firm to effectively manage the knowledge, skill, experience, creative thinking, competencies of the staff, and also to create advantages that maximize operational efficiency and benefit the organization (Bryl, 2018). Human capital is a key element in creating a firm's assets, contributing to the enhancement increase goods, services, and new innovations in the marketplace (Hendarman et al., 2020). Moreover, human capital serves a critical role in advancing the organization's mission, transforming into a strategic asset or capability that supports goal achievement. Therefore, a firm's orientation in human capital is dependent on its ability to create competitive advantage through its people. In other words, human capital orientation is the portion of the workforce as capability that helps the firm sustained its competitive advantage. Moreover, human capital orientation reflects to resources and capabilities are critical success factors for achieving, sustaining a competitive advantage and become an increasingly important to the firm's success and enhanced performance (Lee, 2019). In addition, human capital plays a key role in improving financial performance (Bryl, 2018). The findings indicate that human capital orientation plays a pivotal role in driving innovation within organizational structures. Furthermore, when human capital orientation is coupled with creative skills, it becomes instrumental in driving business success and fostering growth (Bakeev et al., 2020). Thus, human capital orientation emerges as a critical aspect in connecting strategic ideas for effectiveness, efficiency, and goal achievement (Yen, 2014). Hence, this research hypothesizes that:

Hypothesis 1: Human capital orientation is positively related to organizational creativity capability.

Hypothesis 2: Human capital orientation is positively related to business innovation capability.

Hypothesis 3: Human capital orientation is positively related to goal achievement.

Organizational Creativity Capability (OCC)

Organizational creativity capability is defined as the ability of firm to create novel ideas that increasing strategy, process, abilities, expertise, and potential, thereby can contributes to building a sustainable competitive advantage to enabling the firm to achieve superior business outcomes and success in complex markets and hard for competitors to imitate (Augustina et al., 2023). Also, Organizational creativity is focus on generating valuable, useful, and novel products,

services, ideas, procedures, and processes through organizational learning, thereby enhancing goal achievement (Scheibe & Gupta, 2017). It enables firms to provide improved solutions to business and customer challenges, achieve higher levels of productivity, quality, cost efficiency, and customer satisfaction, ultimately serve as a key driver of organizational success (Boso et al., 2017). Consequently, organizational creativity capability emerges as a valuable asset, driving a firm's competitive advantage and supporting their success in business operations. Furthermore, prior research suggests that organizational creativity capability is an important determinant of success of goal achievement. Hence, this research hypothesizes that:

Hypothesis 4: Organizational creativity capability is positively related to goal achievement.

Business Innovation Capability (BIC)

Business Innovation Capability is defined as the ability of firm to implement new processes and administrative concepts, with a focus on technology, products, and services to serve as a guideline for new structure in affecting the success of the organization (Chaisena et al., 2019). In this research, the concept of business innovation capability is the combination of business innovation and capability. The literature illustrates that business Innovation focus on an organization's overall capability to introduce new products to the market or access new markets by integrating strategic orientation with innovative behaviors and processes (Spruijt et al., 2018). Meanwhile, capability refers to the business processes involved in integrating and reconfiguring assets both within and outside the organization for the purpose of goal achievement (Mendoza, 2021). As a consequence, business innovation capability is critical to important for firm not only for promote firm performance but also for expansion to firm reputation (Jirawuttinunt et al., 2024). Then, it is considered that business innovation capability can drive firms to enhance goal achievement (Heikkilä et al., 2018). Hence, this research hypothesizes that:

Hypothesis 5: Business innovation capability is positively related to goal achievement.

Goal Achievement (GAC)

Goal achievement is the last consequence of human capital orientation. Moreover, Goal achievement represents the final stage of an operation which depends on a measure of efficient appraisals of the organization's ability to efficiently utilize resources, thereby continually maximizing profitability, market share, and long-term competitiveness (Lohapan et al., 2018). Thus, firms have increasingly prioritized human capital orientation as a strategy to enhance organizational creativity capability, and business innovation capability that relate to goal achievement. In this research, goal achievement is defined as the ability of the firm to create opportunities through business procedures, missions, visions, strategies and financial resources to realize organizational performance outcomes (Bunnoon et al., 2013).

4. Research Methods

4.1 Population and Sample Selection

In this study, hotel businesses have played an important role in contributing to the increase and expansion of economic growth in Thailand. Moreover, the hotel industry, as an integral component of transportation and tourism, holds considerable importance in local economic development. This study employs a mail survey method using a questionnaire to collect data from 1,530 four- to five-star hotel businesses in Thailand by using the simple random sampling. The data were collected from the database of the Tourism Authority of Thailand. The data collection was provided during October 14, 2024 - January 15, 2025. The mail surveys were directly distributed to key informants: human resource directors or human resource manager. As a result, 384 questionnaires were returned, of which 64 were excluded due to incomplete responses. After data cleaning, a total of 320 questionnaires were retained for analysis. The effective response rate was approximately 20.91 % ($320 \times 100 / 1530$). According to Aaker et al., (2001), a response rate greater than 20% for a mail survey, with an appropriate follow-up procedure, is considered acceptable. To assess potential non-response bias and to detect possible problems with non-response errors, a chi-square comparison of first and second wave data was conducted, considering variables such as gender, age, educational level, and work experience, by Armstrong & Overton (1977) is used.

4.2 Variable Measurement

All constructs were measured using a 5-point Likert scale, ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree), with the exception of demographic and control variables.

Dependent Variable

Goal Achievement is the dependent variable of this study. A four-item scale was identified to assess how firm's ability to plan and operate to consistent with missions, visions, and strategies which are accepted both financial and non-financial outcomes. This measurement was developed by Bunnoon et al., (2013).

Independent Variable

Human capital orientation is the independent variable of the study. A seven-item scale was developed to investigate how firms focus on increasing the ability to learn, skills, team performance, and employee involvement to enhance the organization's goal achievement capacity. This measurement was adapted from Bryl, (2018)

Mediating Variables

Organizational creativity capability as four-item scale was introduced to measure how firms identify a novel value of strategy, process and continuously improve the operational objectives for better solutions to business and customer satisfaction. This measurement was developed by Augustina et al., (2023). Lastly, four-item scale was established to measure business innovation capability by assessing how firms to present new levels of product and high technology by effectively utilizing new ideas to understand and respond to market needs. This measurement was developed by Chaisena et al., (2019).

Control Variables

Firm age (FA) was measured by the number of years a firm has been in operation (Coad et al., 2018). In this study, firm age was represented by a dummy variable as 15 years or less = 1 and more than 15 years = 2.

Firm size (FS) was measured by the number of employees in the firm (Awan et al., 2023). In this study, firm size was represented by a dummy variable as 50 persons or less = 1 and more than 50 persons = 2.

5. Results and Discussion

Table 1: Results of Measure Validation

Items	Factor Loadings	Cronbach's Alpha
Human Capital Orientation (HCO)	0.779 – 0.868	0.906
Organizational Creativity Capability (OCC)	0.731 – 0.877	0.873
Business Innovation Capability (BIC)	0.809 – 0.894	0.824
Goal Achievement (GAC)	0.738 – 0.924	0.892

Table 1 presents the results, showing construct validity testing of factor loading scores ranging from 0.731 to 0.924. All factor loadings exceed the 0.40 cut-off as recommended by Nunnally & Bernstein (1994). Additionally, the reliability of the measurements was evaluated using Cronbach's alpha coefficients, which ranged from 0.824 to 0.906, all exceeding the 0.70 cut-off suggested by Hair et al., (2010). Therefore, the scales used in this study demonstrate internal consistency results and appropriate for further analysis.

Table 2: Descriptive Statistics and Correlation Matrix

Variables	HCO	OCC	BIC	GAC	FA	FS
Mean	4.170	3.708	3.793	4.102	1.325	1.450
S.D.	0.573	0.625	0.543	0.602	0.469	0.498
HCO	1					
OCC	0.345**	1				
BIC	0.296**	0.751**	1			
GAC	0.431**	0.542**	0.675**	1		
FA	0.025	0.041	-0.061	0.009	1	
FS	0.055	0.056	0.065	-0.023	0.418**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Table 2 provides the descriptive statistics and the correlation matrix for all constructs. Correlation coefficients of each main variable ranked from 0.296 to 0.751. Control variable -0.061 to 0.418, which is exceeding 0.80 (Hair et al., 2010).

Table 3: Results of Regression Analysis

Independent Variables	Dependents Variables		
	Organizational Creativity Capability	Business Innovation Capability	Goal Achievement
Human Capital Orientation	0.974*** (0.058)	0.277*** (0.051)	0.519*** (0.051)
Firm Age	0.010 (0.032)	-0.055 (0.028)	0.014 (0.028)
Firm Size	0.016 (0.034)	0.052 (0.030)	-0.034 (0.030)
Adjusted R ²	0.112	0.092	0.237
Maximum VIF	1.298	1.298	1.298

***p<0.01 Beta coefficients with standard errors in parenthesis

6. Results and Discussion

Table 3 shows the results of the regression analysis examining the relationship between human capital orientation and its outcomes. In this study, the maximum value of variance inflation factor (VIF) is 1.298, which is below the recommended cut-off score of 10 (Hair et al., 2010). This indicates that there is no multicollinearity issue among the independent variables in this research. Human capital orientation had a positive impact on organizational creativity capability ($\beta=.974$, $P < .01$). According to Sipa (2018), the findings suggest that human capital is regarded as an important factor asset in enhancing a company's value. It is not only a critical resource for business success but also serves as the basic for creating differentiation within firms. Other scholars argue that that human capital serves as an alternative means of fostering competition, which can be achieved through the implementation of strategic initiatives, operational efficiency, creativity, and the creation of added value (Galovská, 2015). Thus, human capital orientation attempts to bring to use firms' ability and deploy to gain sustainable competitive advantage and linked to organizational creativity capability. Therefore, Hypothesis 1 is supported. Furthermore, Human capital orientation had an important positive effect on business innovation capability ($\beta=.277$, $P < .01$). In this study, human capital orientation plays an important and sustainable role in skills, knowledge and experience to manage the business through new innovation and improved solutions in order to achieving long-term competitive advantage (Alqershi et al., 2021). In addition, human resources orientation has focused on processes, learning, and outcomes, it may drive firms to be able to survive and maintain the operation of an advantage in value creation for business innovation capability (Capozza & Divella, 2019). Thus, Human capital orientation had a significant positive role in determining and explaining business innovation capability. Therefore, Hypothesis 2 is supported. Lastly, human capital orientation had a significantly positive relationship with goal achievement ($\beta =.519$, $P < .01$). It

explicitly has a valuable impact on goal achievement. Human capital orientation is a key to achieving success in a firm's business operations and activities (Hidayat & Widodo, 2022). These results indicate that firm strategies using improved human capital orientation in business activities, operations, actions are essential for goal achievements in market demands, and maintaining competitiveness (Khusnah & Soewarno, 2023). Thus, human capital orientation significantly affects goal achievement. Therefore, Hypothesis 3 is supported.

Table 4: Results of Regression Analysis

Independent Variables	Dependents Variables
	Goal Achievement
Organizational Creativity Capability	0.060 (0.060)
Business Innovation Capability	0.712*** (0.070)
Firm Age	0.052 (0.024)
Firm Size	-0.064 (0.026)
Adjusted R ²	0.464
Maximum VIF	2.367

***p<0.01 Beta coefficients with standard errors in parenthesis

Table 4 presents the results of the research relationships. Organizational creativity capability had not a significant effect on goal achievement ($\beta = .060$, $p > 0.01$). Consistent with existing literature, organizational creativity capability enables firms to continually evolve and enhance their business operations and activities, thereby ensuring survival and achieving competitive performance advantages. (De Vasconcellos et al., 2019). Thus, organizational creativity capability tends to become a key in driving business success in the complex market activities (Jeong & Shin, 2019). In contrast, organizational creativity capability is not related to goal achievement. Interestingly, organizational creativity should not only focus on generating novel ideas or outcomes but also on solving organizational problems and adapting to uncertain conditions (Riaz & Hassan, 2019). Thus, organizational creativity capability not necessary to help firms to achieve their goal achievement (Phornlaphatrachakorn, 2018). In addition, there may be other factors that organizational creativity capability not affect to goal achievement, such as organizational structure, implementation of the concept, or resource constraints (De Vasconcellos et al., 2024). Therefore, Hypothesis 4 is not supported. On the other hand, business innovation capability had a significant positive effect on goal achievement ($\beta = .712$, $P < .01$). According to a study of Salfore et al., (2023) business innovation is considered to be highly important in creating a competitive advantage for the organization in the modern era, as if the organization cannot develop and change the new things, it will become difficult for that organization

to succeed in the long term. In addition, the organization must adapt to more complicated environment than before, and in this context, business innovation is an important factor for survival, and effective competitive advantage (Tian et al., 2019). Moreover, business innovation enables entrepreneurs to make strategic decisions and implement products or processes that differentiate from competitors, thereby achieving outstanding and superior competitive advantages (Azar & Ciabuschi, 2017). Thus, this study argues that business innovation capability had a positive influence on goal achievement (Parthasarathy et al., 2021). Therefore, Hypothesis 5 is supported.

7. Contributions

7.1 Theoretical Contribution

This study has aimed to investigate the effects of human capital orientation on organizational creativity capability, business innovation capability, and goal achievement. According to human capital theory of the firm, human capital orientation becomes valuable tools in assisting firms in achieving goal achievement and valuable strategic tool in enhancing competitive advantage and business performance. This research confirms and supports that human skills play a partial significant role in fostering innovation. It is posited that human skills are integrated within organizational processes, contributing to the development and emergence of innovative outcomes (Tatli, 2024). Therefore, the results that mentioned above are the supporting reasons of the human capital theory. Future research should encompass a reconceptualized literature review pertaining to organizational creativity capability and its outcomes to validate and corroborate the findings of the current study. Additionally, future research should focus on evaluating the generalizability of the findings by collecting data from a larger sample size and diverse populations to enhance the validity and reliability of the study. Similarly, may apply structural equation model in order to verification both direct and indirect effects and confirms the findings of the current study.

7.2 Managerial Contribution

For managerial contribution of this study, human capital orientation plays a significant role to determining, organizational creativity capability, business innovation capability, and goal achievement. Human capital orientation is a key driver become valuable tools, and main strategic asset of the firms in helping meet goal achievement. In addition, firms can apply human capital orientation as a strategic business for creating competitiveness in order to achieve better performance and to survive in the competitive markets and environments. Likewise, these executives also need to provide value variables, and antecedents in order to encourage the firms to achieve success of human capital orientation. Accordingly, executives should be interested in the planning of human resource management policies, employee training programs, and innovation support systems within the hotel business to support business efficiency. In summary, human capital orientation is a significant instrument for value creation in achieving effective and high performance.

8. Conclusion

Human capital orientation has become a strategic tool for determining the business operations and significant role in driving firm success across various competitive environments. Hence, the objective of this study is to investigate the effects of human capital orientation on goal achievement of hotel businesses in Thailand. Organizational creativity capability and business innovation capability are the mediators of the study. In this study, 320 hotel businesses in Thailand are the samples of the study. The results indicate that human capital orientation had a significant positive effect on organizational creativity capability, business innovation capability, and goal achievement. While business innovation capability has an important impact on goal achievement, organizational creativity capability has no influence on goal achievement. Therefore, executives of firms need to apply organizational creativity capability as a strategic tool in business operation and enhance their success in highly competitive markets and environments. Moreover, the R square in all models were low to medium. Future research should consider the moderator variable by stimulating the relationship between human capital orientation and goal achievement (i.e., business experience, and leadership style). Future research should conduct a comprehensive review of the literature to reconceptualize the relationship model, collect data from different population for testing, and other statistical techniques (i.e., Structural Equation Model) that may help increase the R square. Additionally, using mixed-method to identify key issues through more comprehensive research.

References

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York: John Wiley & Sons.
- Alqershi, N., Mohd Mokhtar, S. S., & Abas, Z. (2021). The relationship between strategic innovations, human capital and performance: An empirical investigation. *Sustainable Futures*, 3, 1-8.
- Anwar, K., & Abdullah, N. (2021). The impact of human resource management practice on organizational performance. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5, 35-47.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Augustina, A. R., Afrin, F. R., & Fandi, A. (2023). Exploring the role of organizational creativity and open innovation in enhancing SMEs performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 1-15.
- Awan, U., Braathen, P., & Hannola, L. (2023). When and how the implementation of green human resource management and data-driven culture to improve the firm sustainable environmental development. *Sustainable Development*, 31(4), 2726-2740.
- Azar, G., & Ciabuschi, F. (2017). Organizational innovation, technological innovation, and export performance: The effects of innovation radicalness and extensiveness. *International Business Review*, 26(2), 324–336.
- Bakeev, B., Safargaliev, M., & Uraev, N. (2020). The impact of human capital on innovation activity in the region advances in economics. *Business and Management Research*, 128, 1317-1321.

- Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press, Chicago.
- Boso, N., Donbesuur, F., Bendega, T., Annan, J., & Adeola, O. (2017). Does organizational creativity always drive market performance?. *In Psychology and Marketing*, 34(11), 950-962.
- Bryl, Ł. (2018). Human capital orientation and financial performance. A comparative analysis of US corporations. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14, 61-86.
- Bunnoon, P., Ussahawanitchakit, P., & Janjarasjit, S. (2013). Responsibility accounting effectiveness and goal achievement: Empirical evidence from food processing and beverage business in Thailand. *Journal of Academy of Business and Economics*, 13, 115-140.
- Capozza, C., & Divella, M. (2019). Human capital and firms' innovation: evidence from emerging economies. *Economics of Innovation and New Technology*, 28(7), 741-757.
- Chaisena Y., Boonlua, S., & Songsrirote, N. (2019). Strategic organizational innovation capability and sustainable competitiveness: Evidence from packaging businesses in Thailand. *Journal of MCU Social Science Review*, 8(2), 206-222.
- Chaudhary, S., & Singh, D. (2014). Does firm size affect HRM formality in organizations?. *The International Journal of Business & Management*, 2(6), 142-145.
- Coad, A., Holm, J., Krafft, J., & Quatraro, F. (2018). Firm age and performance. *Journal of Evolutionary Economics*, 28(1), 1-14.
- De Vasconcellos, S. L., Garrido, I. L., & Parente, R. C. (2019). Organizational creativity as a crucial resource for building international business competence. *International Business Review*, 28(3), 438-449.
- De Vasconcellos, S. L., Parente, R. C., Schotter, A. P. J., Garrido, I. L., & Gonçalo, C. R. (2024). Organizational creativity: A microfoundation of the international business competence and performance link. *Journal of International Management*. 30, 1-18.
- Esnah, D., & John, A. V. D. P. (2024). Disruptive innovation capability in resource-constrained environments: The role of strategic posture and human capital. *Sustainable Futures*, 8, 1-10.
- Galovská, M. (2015). Human capital and potential to increase its creativity. *Creative and Knowledge Society*, 5(2), 1-11.
- Gillies, D. (2011). State education as high-yield investment: human capital theory in European policy discourse. *Journal of Pedagogy*, 2(2), 228.
- Gordon, L., Stephen X. Z., Wai, W. K., Asghar, A. J., Yantai, C., & Joshin, J. (2025). Causation processes and innovation strategy in small- and medium-sized firms in emerging countries: The moderating role of founder-CEOs' human capital. *Technological Forecasting and Social Change*, 212, 1-18.
- Groenewald, C. A., Groenewald, E., Kilag, O. K., Andrin, G., Pernites, M. J., & Macapaz, M. K. (2024). Optimizing human capital: Exploring the effectiveness of HRM systems. *International Multidisciplinary Journal of Research for Innovation, Sustainability, and Excellence (IMJRISE)*, 1(3), 85-92.

- Hair, Jr. J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A Global Perspective*. 7th Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hareebin, Y. (2020). Human capital development in the strategy of innovation entrepreneurs. *Journal of Economics and Management Strategy*, 7(1), 159-172.
- Heikkilä, M., Bouwman, H., & Heikkilä, J. (2018). From strategic goals to business model innovation paths: an exploratory study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(1), 107-128.
- Hendarman, A. F., Sari, F. A., Reza, L. V. E., Damar, M. R., Handayani, M., Zefanya, S., Adinata, S. J. T., Stephanie, B., & Parera, S. B. (2020). Human capital mapping for industry 4.0: gap and index. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(2), 112-119.
- Hidayat, M., & Widodo, A. (2022). The influence of human capital on organizational performance. *DiE Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 13(2), 195-205.
- Iqbal, M., Mawardi, M. K., Sanawiri, B., Alfisyahr, R., & Syarifah, I. (2023). Strategic orientation and its role in linking human capital with the performance of small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 25(3), 514-542.
- Jansawang, K., & Prombutara, S. (2019). Human capital with change: A paradigm shift of human resource management. *Journal of Management Sciences*, 6(2), 209-222.
- Jeong, I., & Shin, S. J. (2019). High-performance work practices and organizational creativity during organizational change: a collective learning perspective. *Journal of Management*, 45(3), 909-925.
- Jirawuttinunt, S., Issarapaiboon, A., Mueangjum, C., & Pataraarechachai, V. (2024). The role of organizational innovation capability in the relationship between disruptive innovation and organizational performance of Thai listed firms. *ABAC Journal*, 44(3), 193-209.
- Khusnah, H., & Soewarno, N. (2023). Human capital readiness and global market orientation to business performance: The mediation role of green innovation. *Contaduría y Administración*, 69(4), 1-19.
- Lee, B. (2019). Human capital and labor: The effect of entrepreneur characteristics on venture success. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 25, 29-49.
- Lohapan, N., Phornlaphatrachakorn, K. & Raksong, S. (2018). Accounting information system quality and business goal achievement: An empirical evidence from auto parts SMEs in Thailand. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 11(4), 538-560.
- Mendoza-Silva, A. (2021). Innovation capability: a systematic literature review. *European Journal of Innovation Management*, 24(3), 707-734.
- Mohammad Shafiee, M., Warkentin, M., & Motamed, S. (2024). Do human capital and relational capital influence knowledge-intensive firm competitiveness? The roles of export orientation and marketing knowledge capability. *Journal of Knowledge Management*, 28(1), 138-160.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Validity*. Psychometric theory, 99-132.

- Obinna, C. E. (2024). Neo-liberalism, human capital theory and the right to education: Economic interpretation of the Purpose of education. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 1-11.
- Parthasarathy, R., Garfield, M., Rangarajan, A., & Kern, J. (2021). The case of organizational innovation capability and health information technology implementation success: As you sow, so you reap?. *International Journal of Healthcare Information Systems and Informatics*, 16, 1-27.
- Phornlaphatrachakorn, K. (2018). Strategic performance measurement and firm success of Thai listed firms: A managerial accounting approach. *Creative Business and Sustainability Journal*, 39(4), 1-29.
- Radhakrishna, A., & Raju, R. S. (2015). A study on the effect of human resource development on employment relations. *The IUP Journal of Management Research*, 14(3), 28-42,
- Ranu, M. E., Kamdi, W., Hadi, S., & Yoto, Y. (2024). Development of a self-directed professional learning scale human capital-oriented for vocational high school teachers in business and management subjects. *Journal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 93-118.
- Riaz, H., & Hassan, A. (2019). Mediating role of organizational creativity between employees' intention in knowledge management process and organizational performance: Empirical study on pharmaceutical employees. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 13(3), 635-655.
- Rundjan, E., & Susanti, M. (2023). Intellectual capital, capital structure, firm size, firm age and financial performance. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 38-48.
- Salfore, N., Jaleta, M., & Alemu, Z. (2023). Business model innovation and firm performance: Evidence from manufacturing SMEs. *Heliyon*, 9, 15.
- Scheibe, K., & Gupta, M. (2017). The effect of socialization via computer-mediated communication on the relationship between organizational culture and organizational creativity. *Communications of the Association for Information Systems*, 40(1), 13.
- Sipa, M. (2018). The factors determining the creativity of the human capital in the conditions of sustainable development. *European Journal of Sustainable Development*, 7(2), 1-13.
- Spruijt, J., Demouge, K., Viets, W., Reeb-Gruber, S., Bruin, L., & Van der Burgt, R. (2018). Business Innovation: a framework for systematically creating sustainable value through entrepreneurship, 1-20.
- Tatli, H. (2024). Linking human capital to innovation capability: a dynamic capabilities perspective. *KMU Journal of Social and Economic Research*, 26(47), 961-977.
- Tian, Q., Zhang, S., Yu, H., & Cao, G. (2019). Exploring the factors influencing business model innovation using grounded theory: the case of a Chinese high-end equipment manufacturer. *Sustainability*, 11(1455), 1-16.
- Yen, Y. F. (2014). The impact of bank's human capital on organizational performance: How innovation influences performance. *Innovation: Management, Policy & Practice*, 15(1), 112-128.
- Yusuf, M. N., & Yulianeu, A. (2023). Energizing organizational learning and organizational performance: human capital theory perspective. *Quality - Access to Success*, 24(192), 82-93.

การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

Application of Management Accounting Affecting the Success of Beef Cattle Farmers Community Enterprise Group In Nakhon Si Thammarat

โสพิศพิไล ทองใส¹ พัทธี พระสงฆ์² และอรุณญา จินาชาญ^{3,*}

Sopisilai Thongsai¹ Phatcharee Prasong² and Arunya Jinachan^{3,*}

Received : November 16, 2024 Revised : March 28, 2025 Accepted : April 2, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ 2) ระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ และ 3) การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 54 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการควบคุม ด้านการสั่งการ และด้านการวางแผน 2) ระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร ด้านการบรรลุเป้าหมาย และด้านการลดต้นทุน และ 3) การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ และด้านการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ควรนำข้อมูลทางบัญชีมาใช้ในการวางแผน สั่งการ และตัดสินใจในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ความสำเร็จของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹ Assistant Professor, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya

^{2,3} อาจารย์ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

^{2,3} Lecturer, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya

* Corresponding author E-mail: sopisilai.t@rmutsv.ac.th

Abstract

The objective of this research was to study: 1) The level of application of management accounting by community enterprise groups of beef cattle farmers in Nakhon Si Thammarat. 2) The level of success of community enterprise groups of beef cattle farmers in Nakhon Si Thammarat. And 3) The impact of the application of management accounting on the success of community enterprise groups of beef cattle farmers in Nakhon Si Thammarat. The sample group consisted of 54 members of beef cattle farming community enterprise groups in Nakhon Si Thammarat. Statistical analysis included percentages, means, standard deviations, Pearson correlation coefficients, and multiple regression analysis.

The findings of the research revealed the following: 1) The overall perception of the application of management accounting by community enterprise groups of beef cattle farmers was at a high level. When considering specific aspects, it was found that all aspects were at a high level, including decision-making, control, directing, and planning. 2) The overall perception of the success of community enterprise groups of beef cattle farmers was at a high level. When considering specific aspects, it was found that all aspects were at a high level, including operational processes, resource acquisition and utilization, goal achievement, and cost reduction, and 3) The application of management accounting, specifically in terms of planning, leadership, and decision-making, had a statistically significant impact on the success of community enterprise groups of beef cattle farmers in Nakhon Si Thammarat at a significance level of 0.05. Therefore, the administrators of community enterprise groups should utilize accounting information for planning, directing, and decision-making to enhance management efficiency and leading to sustainable operational success.

Keywords : Application of Management Accounting, Success of the Group, Community Enterprise

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีพื้นที่ที่มีความเหมาะสมต่อการเลี้ยง "โคเนื้อ" อีกทั้งรัฐบาลมีนโยบายผลักดัน "โคเนื้อไทย" เป็นสินค้าอุตสาหกรรมระดับพรีเมียม ด้วยการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ของสินค้า โดยภูมิภาคที่มีการเลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 46.85 รองลงมา คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคใต้ ร้อยละ 20.32 17.67 และ 15.16 ตามลำดับ ซึ่งจังหวัดที่เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ นครราชสีมา สุรินทร์ กาญจนบุรี ศรีสะเกษ อุบลราชธานี บุรีรัมย์ ร้อยเอ็ด สกลนคร และนครศรีธรรมราช (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้เสนอแนวทางและมาตรการที่ต้องเร่งดำเนินการเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและส่งผลให้ประเทศไทย "เป็นศูนย์กลางการผลิตโคเนื้อที่เพียงพอต่อการบริโภคและส่งออกในภูมิภาค" โดยมีประเด็นแนวทางในการพัฒนา รวมทั้งมาตรการต่าง ๆ ภายใต้องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ด้านเทคโนโลยี 2) ด้านการบริหารจัดการ และ 3) การสร้างแรงจูงใจ ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 สามารถวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อให้มีความยั่งยืนสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของระบบการค้าโลกใหม่ รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวในด้านการผลิตและการค้าอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากผลไม้ที่มีคุณภาพแล้ว เกษตรกรในบางพื้นที่ได้มีการทำปศุสัตว์ที่สามารถสร้างรายได้อีกหนึ่งช่องทาง จึงทำให้มีการจัดการในระบบฟาร์มอย่างมีแบบแผน สามารถนำวัตถุดิบที่เหลือจากสวนหรือในท้องถื่นมาเลี้ยงสัตว์ เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนอีกหนึ่งช่องทาง ทำให้การทำปศุสัตว์แม้จะทำเป็นอาชีพเสริมรายได้ แต่ก็สามารถมีเงินเป็นรายรับเพื่อใช้จ่ายในครัวเรือน (สุรเดช สดคมขำ, 2563) โดยวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีจำนวน 39 วิสาหกิจ (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) เกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อ จำนวน 40,438 ราย จำนวนโคเนื้อ 198,238 ตัว (สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ, 2563) ซึ่งวิสาหกิจชุมชนหลายแห่งในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังขาดการวางแผนการดำเนินงาน การควบคุมภายในที่ดี และการบันทึกบัญชีที่ถูกต้องเหมาะสม ทำให้ขาดข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เพื่อการบริหารและจัดการธุรกิจชุมชนได้ (วัชรสินธุ์, 2554) ซึ่งสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์นครศรีธรรมราช (2560) ส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปฏิบัติงานด้านการบริหารได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินและบัญชี รวมถึงการดำเนินงานของกลุ่มมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อให้บัญชีเป็นเครื่องมือควบคุมดูแลสภาพทางการเงินให้มีมาตรฐานการบัญชีที่เอื้อต่อการทำงานของกลุ่มต่อไป อีกทั้งรัฐมีนโยบายสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง

ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนควรได้รับการส่งเสริมให้มีศักยภาพเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศต่อไป การส่งเสริมที่สำคัญ คือ การเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านการเงินและการบัญชี เนื่องจากผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะส่งผลต่อการแข่งขันเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนดำรงอยู่ได้ โดยวิสาหกิจชุมชนจะนำข้อมูลและสารสนเทศทางการเงินที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้แก่ผู้บริหารและพนักงานภายในกิจการมาใช้ในการวิเคราะห์ วางแผน สั่งการ ควบคุมต้นทุน และประเมินผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งนำมาช่วยบริหารจัดการการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้ทรัพยากรเพื่อการดำเนินงาน ซึ่งการใช้บัญชีบริหารของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ประกอบด้วย 1) การวางแผน (Planning) 2) การสั่งการ (Directing) 3) การควบคุม (Controlling) และ 4) การตัดสินใจ (Decision Making) (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2563) โดยบัญชีบริหารเน้นให้ผู้บริหารสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางด้านบัญชีเพื่อบริหารจัดการองค์กรให้เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นหลักสำคัญ ทำให้ทราบถึงความสามารถในการดำเนินกิจการได้ดีและละเอียดยิ่งขึ้น สมาชิกสามารถนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานไปใช้ในการบริหารวิสาหกิจชุมชนและสร้างโอกาสในการแข่งขัน ซึ่งทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จทั้งในด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านการลดต้นทุน (กมลภู สันตะจักร, 2560) โดยกลุ่มมีการใช้ศักยภาพในการดำเนินการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เพื่อขยายโอกาสในการประกอบอาชีพและส่งเสริมการจัดสวัสดิการให้กับคนในหมู่บ้าน ชุมชน รวมทั้งช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนและความสำเร็จของกลุ่มในระยะยาวอีกด้วย

จากเหตุผลและปัญหาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ มีการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศมาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งตัวโคเนื้อสามารถนำไปแปรรูปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้อย่างหลากหลาย และเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาคอขวด สามารถนำมาวางแผนในการบริหารจัดการได้ สามารถสร้างโอกาสในการแข่งขันได้ในระยะยาว รวมถึงการหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งเพื่อให้เกิดการสร้างผลตอบแทนและการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.2 เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.3 เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในจังหวัดนครศรีธรรมราช

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร

การบัญชีบริหาร หมายถึง การจัดทำบัญชี และรายงานทางการเงินของส่วนงานต่าง ๆ ในองค์กรให้แก่ฝ่ายบริหารของกิจการเพื่อใช้ในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจ การจัดทำข้อมูลทางบัญชีตามความต้องการของฝ่ายบริหาร ซึ่งจะรายงานผลโดยละเอียดเฉพาะเรื่องตามความต้องการของผู้ใช้ (พิมพาภรณ์ พึ่งบุญพานิชย์, 2560)

การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเป็นการนำข้อมูลทางการบัญชีมาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการบริหารงาน เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งความสำเร็จดังกล่าว ไม่ใช่เพียงแค่การนำเทคนิคหรือวิธีการต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารงานเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถและทัศนคติของผู้บริหารในการทำหน้าที่บริหารงานได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วย (นิตยา โพธิ์ศรีจันทร์ และศิริวรรณ เพชรไพร, 2565 อ้างอิงใน Alvarez et al., 2021)

1. ด้านการวางแผน (Planning) หมายถึง การนำข้อมูลบัญชีบริหารมาประกอบการกำหนดและตรวจสอบทิศทาง แนวทางปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ดำเนินการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ นำผลการปฏิบัติงานตามแนวทางของข้อมูลการบัญชีบริหารมาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น

2. ด้านการสั่งการ (Leading/Directing) หมายถึง การใช้ข้อมูลบัญชีบริหารในการจัดสรรทรัพยากร การใช้ทรัพยากรร่วมกัน การกำหนดตำแหน่งงาน การประเมินผลงานและกำหนดผลตอบแทนได้อย่างเหมาะสมกับคุณสมบัติความรู้ ความสามารถของบุคคลากร เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปโดยราบรื่น ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

3. ด้านการควบคุม (Controlling) หมายถึง การบังคับหรือกำกับงานเพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ประเมินผลการดำเนินงานในปัจจุบันว่าเป็นไปตามเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้เป็นอย่างดี ตรวจสอบและสอบทานการใช้ทรัพยากร รวมถึงการตรวจสอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างยุติธรรม

4. ด้านการตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง ความสามารถของกิจการในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีประกอบการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การตัดสินใจเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีความถูกต้อง เหมาะสม และดีที่สุดส่งผลให้กิจการสามารถต่อสู้แข่งขันกับกิจการอื่นได้ วินิจฉัยปัจจัยและเหตุผลในประเด็นปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างสมเหตุสมผล ทำให้กิจการเลือกการลงทุนในโครงการที่ผลตอบแทนสูงสุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปฏิบัติตามขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามแผนที่วางไว้อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปได้ว่า การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหาร หมายถึง การบริหารจัดการโดยนำข้อมูลทางการบัญชีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการหรือกิจกรรมดำเนินงาน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่รับผิดชอบหน้าที่

บริหารงานเลือกใช้กลยุทธ์ให้ลุล่วงไปตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชีและงบการเงิน ซึ่งทำให้ทราบถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน รวมทั้งใช้ข้อมูลทางบัญชีในการวางแผน ซึ่งการควบคุม และการตัดสินใจในการบริหารงานภายใต้สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นการใช้บัญชีบริหาร ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการควบคุม และ ด้านการตัดสินใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของการดำเนินงาน

ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จนั้น ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีการประเมินผลหรือวัดผลการปฏิบัติงาน (Performance Measurement) โดยใช้บัญชีบริหารช่วยในด้านการวางแผน การควบคุม การสั่งการ และการตัดสินใจ เพราะการประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินงานจะทำให้ทราบสถานะของธุรกิจว่าเป็นอย่างไร สามารถแก้ไขปรับปรุงในส่วนใดได้บ้าง เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

กมลภู สันตะจักร (2560) กล่าวว่า ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน หมายถึง การวินิจฉัย การรับรู้และประเมินผล การปฏิบัติงานของบุคคลว่ามีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องและบรรลุในผลที่คาดหวังขององค์กร ความคาดหวังในความสำเร็จ ได้แก่

1) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Accomplishment) หมายถึง การประเมินผลผลิตหรือผลลัพธ์ของการทำงาน ว่าตรงตามเป้าหมายหรือความต้องการที่กำหนดไว้เพียงใด โดยมุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ในระดับที่น่าพึงพอใจหรือไม่

2) การจัดหาและการใช้ทรัพยากร (Procurement and Resource Using) หมายถึง การจัดสรรทรัพยากร และเครื่องจักรให้มีความเหมาะสมกับงานที่ทำ เพียงพอต่อความต้องการในการดำเนินงาน มีความขัดข้องของการดำเนินงานน้อยที่สุด และสามารถบริหารจัดการทรัพยากรให้เหมาะสมภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยให้ทรัพยากรที่มีอยู่เกิดความสุขุณเปล่าน้อยที่สุด และเกิดประสิทธิภาพสูงที่สุด (ฉัตรชรีภา จินุสรณ์, 2562)

3) กระบวนการปฏิบัติงาน (Operation Process) หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทของพนักงานให้มีประสิทธิภาพ และได้งานครบถ้วน ใช้เวลาน้อย ต้นทุนน้อย มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีช่วยในการปฏิบัติงาน บุคคลทำงานเต็มศักยภาพ ไม่มีสภาพคนล้นงานหรืองานล้นคน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและระหว่างกลุ่มงานมีความราบรื่น ไม่มีข้อขัดแย้ง

4) ด้านการลดต้นทุน เป็นการใช้ทรัพยากรในการบริหาร คือ คน เงิน วัสดุ เทคโนโลยี ที่มีอย่างประหยัด คุ่มค่าและเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด (ธัญญารัตน์ สาริกา, 2566 อ้างอิงใน ทิพาวิดี เมฆสุวรรณ, 2538)

สรุปได้ว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานจากการประกอบอาชีพต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นแนวทางที่จำเป็นต่อการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านการลดต้นทุน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นันทิยา อังกรวัฒนานุกูล และคณะ (2565) ได้ศึกษา ศักยภาพทางการบัญชีที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในสำนักงานบัญชี เขตจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชี เขตจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ไพโรจน์ พรเจริญ (2563) ได้ศึกษา การจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า การนำข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนดำเนินกิจการ มีวิสาหกิจชุมชนจำนวน

55 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.33 การนำข้อมูลประกอบการบริหารงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีวิสาหกิจชุมชนจำนวน 18 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 10.90

พียากัทร พึ่งคล้าย (2562) ได้ศึกษา การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารในด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ และด้านการตัดสินใจ ส่งผลในเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ด้านการบรรลุป้าหมาย โดยมีค่าร้อยละ 72.50 ($R_2 = 0.725$) ส่งผลในเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร โดยมีค่า 63.80 ($R_2 = 0.638$) ส่งผลในเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน โดยมีค่า 63.10 ($R_2 = 0.631$)

อุษณีย์ เส่งพานิช (2562) ได้ศึกษา การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารในการจัดการธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก มีการประยุกต์ใช้การบัญชีเพื่อการจัดการโดยภาพรวมในระดับมาก

นิรชา จันทรเรือน และคณะ (2561) ได้ศึกษา ความสามารถในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง พบว่า การใช้ข้อมูลทางการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการควบคุม และด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก และคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนมีความสามารถในการนำข้อมูลทางการบัญชีบริหารไปใช้ พบว่า ด้านการควบคุม ด้านการตัดสินใจ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านการวางแผน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของการบริหารองค์กรเพิ่มขึ้น

ศิริพร แซ่ตั้ง (2561) ได้ศึกษา ผลกระทบของการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารสมัยใหม่ต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารสมัยใหม่ในด้านการควบคุม ด้านการตัดสินใจ และด้านการสร้างคุณค่าในการบริหาร ส่งผลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ไม่พบผลกระทบของการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารสมัยใหม่ในด้านการวางแผนต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม

อรสา มั่งสกุล (2561) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ข้อมูลทางบัญชีบริหารและประสิทธิภาพการดำเนินงาน : กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ พบว่า ผู้บริหารธุรกิจ SMEs ใช้ข้อมูลทางบัญชีบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับการใช้ข้อมูลทางการบัญชีบริหาร ด้านการวางแผนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ

นุรน์จุมาล แวโด (2557) ได้ศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส พบว่า ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส มีระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส โดยรวมอยู่ในระดับมาก

มนูญชัย ธีระอกนิษฐ์ (2552) เรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารโดยรวม และเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการควบคุม และด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการภายใน

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 (H1) : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ด้านการวางแผน ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมุติฐานที่ 2 (H2) : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ด้านการสั่งการ ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมุติฐานที่ 3 (H3) : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ด้านการควบคุม ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมุติฐานที่ 4 (H4) : การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ด้านการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช



รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิด การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

4.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 39 กลุ่ม (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) กลุ่มละ 5 คน รวมทั้งหมด 195 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีการดำเนินงานมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี เพราะเป็นกลุ่มฯ ที่มีความมั่นคง เข้มแข็ง และสามารถพึ่งพาตัวเองได้ โดยสอบถาม ประธาน รองประธาน คณะกรรมการ และผู้จัดทำบัญชี กลุ่มละ 5 คน รวมทั้งหมด 195 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) พบว่า มีอัตราการตอบกลับ (Response rate) สมบูรณ์ จำนวน 8 กลุ่ม จากทั้งหมด 39 กลุ่ม (เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำบัญชีและไม่สะดวกในการให้ข้อมูล) คิดเป็นร้อยละ 20.51 สอบถามข้อมูลจากประธานหรือรองประธาน หรือคณะกรรมการ หรือผู้จัดทำบัญชี หรือเหรัญญิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ละ 5-8 คน โดยส่งมอบด้วยตนเองและเก็บคืนในทันที ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดจำนวน 54 คน จากทั้งหมด 195 คน คิดเป็นร้อยละ 27.69 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al. (2001) คือ อัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 ถือว่ายอมรับได้

4.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านการวางแผน จำนวน 5 ข้อ ด้านการสั่งการ จำนวน 3 ข้อ ด้านการควบคุม จำนวน 3 ข้อ และด้านการตัดสินใจ จำนวน 4 ข้อ

ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อเป็นตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมาย จำนวน 3 ข้อ ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร จำนวน 3 ข้อ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน จำนวน 3 ข้อ และด้านการลดต้นทุน จำนวน 3 ข้อ

4.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ในการวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่ง แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ จำนวนสมาชิก ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวนโคเนื้อ รายได้ต่อเดือน และการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการควบคุม และด้านการตัดสินใจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Rating Scale)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านการลดต้นทุน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Rating Scale)

ตอนที่ 3 และ 4 เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะของมาตราวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Rating Scale) มีวิธีการแปรผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ตามเกณฑ์คะแนน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557)

ระดับ 5	หมายถึง	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ มาก
ระดับ 3	หมายถึง	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ น้อยที่สุด
การจัดช่วงชั้นระดับคะแนน	=	ค่าคะแนนสูงสุด – ค่าคะแนนต่ำสุด
		จำนวนชั้น
	=	$\frac{5-1}{5}$
	=	0.80

โดยมีการกำหนดคะแนน ตามแนวคิดของเบสท์และคาห์น (Best & Kahn, 1993) ดังนี้

คะแนน	4.21 – 5.00	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ มากที่สุด
คะแนน	3.41 – 4.20	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ มาก
คะแนน	2.61 – 3.40	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ ปานกลาง

คะแนน	1.81 – 2.60	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ น้อย
คะแนน	1.00 – 1.80	ระดับการประยุกต์ใช้/ความสำเร็จ น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

โดยการสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) พบว่า มีค่ามากกว่า 0.6 ทุกข้อคำถาม และได้ทำการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด (Try Out) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของข้อมูล พบว่า การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.914 และความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.871 โดยรวมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.942 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่า 0.700 สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ (Nunnally & Bernstein, 1994)

4.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficient : r) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter

5. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 90.74 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 48.15 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และระดับ ปวช. – ปวส. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และมีตำแหน่งเป็นคณะกรรมการ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกมากกว่า 20 คนขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 51.85 ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 1 – 5 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 มีโคเนื้อ จำนวน 150 – 450 ตัว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 48.15 และรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร แสดงผลดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของการประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร โดยภาพรวม

การใช้บัญชีบริหาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการวางแผน	3.52	0.83	มาก
ด้านการสั่งการ	3.64	0.68	มาก
ด้านการควบคุม	3.65	0.55	มาก
ด้านการตัดสินใจ	3.94	0.71	มาก
รวม	3.69	0.55	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บัญชีบริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D.= 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ($\bar{X} = 3.94$, S.D.= 0.71) ด้านการควบคุม ($\bar{X} = 3.65$, S.D.= 0.55) ด้านการสั่งการ ($\bar{X} = 3.64$, S.D.= 0.68) และด้านการวางแผน ($\bar{X} = 3.52$, S.D.= 0.83) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเชื่อมั่นว่า ข้อมูลทางการบัญชี สามารถวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการตัดสินใจว่าจะเลี้ยงโคเนื้อด้วยวิธีการใด เพื่อให้ได้โคเนื้อที่มีคุณภาพ มีการนำข้อมูลทางการบัญชีทั้งภายในและภายนอกกลุ่มฯ มาวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการกลุ่มฯ เพื่อให้กลุ่มอยู่รอดยาวนาน โดยการนำข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ในการติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพโรจน์ พรเจริญ (2563) พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีการนำข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนดำเนินกิจการ และนำข้อมูลประกอบการบริหารงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณีย์ เส่งพานิช (2562) พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก มีการประยุกต์ใช้การบัญชีเพื่อการจัดการโดยภาพรวมในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรัช จันทรเรือน และคณะ (2561) พบว่า การใช้ข้อมูลทางการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการควบคุม และด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนูญชัย ธีระกนิษฐ์ (2552) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารโดยรวม และเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการควบคุม และด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ แสดงผลดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยภาพรวม

ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการบรรลุเป้าหมาย	3.80	0.63	มาก
ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร	3.81	0.64	มาก
ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	3.92	0.59	มาก
ด้านการลดต้นทุน	3.50	1.02	มาก
รวม	3.76	0.58	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D.= 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.92$, S.D.= 0.59) ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร ($\bar{X} = 3.81$, S.D.= 0.64) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.80$, S.D.= 0.63) และด้านการลดต้นทุน ($\bar{X} = 3.50$, S.D.= 1.02) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดสรรทรัพยากรให้กับสมาชิกในกลุ่มได้อย่างเหมาะสม มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาระบบการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทั้งด้านเวลาและคุณภาพของกลุ่มฯ ได้ รวมถึงมีการควบคุมการใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม จึงสามารถทำกำไรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิยา อังกรวัฒนานุกูล และคณะ (2565) พบว่า ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชี เขตจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุรน์จมาล แวโด (2557) พบว่า ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส มีระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนูญชัย ธีระอกนิษฐ์ (2552) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการภายใน

5. ผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficient) แสดงผลดังตาราง 3

ตาราง 3 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficient)

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	Y_T
ด้านการวางแผน (X_1)	1	0.590**	0.632**	0.388**	0.750**
Sig.		0.000	0.000	0.004	0.000
ด้านการสั่งการ (X_2)		1	0.522**	0.539**	0.705**
Sig.			0.000	0.000	0.000
ด้านการควบคุม (X_3)			1	0.349**	0.609**
Sig.				0.010	0.000
ด้านการตัดสินใจ (X_4)				1	0.715**
Sig.					0.000
ความสำเร็จของกลุ่มฯ (Y_T)					1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ไม่มีคู่ใดมีค่าความสัมพันธ์เกินกว่า 0.80 (Hair et al., 2010) จึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันสูงของตัวแปรอิสระ จึงสามารถทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ของการวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามได้

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ แสดงผลดังตาราง 4

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ด้านการวางแผน (X ₁)	0.286	0.062	0.413	4.619	0.000*	0.505	1.979
ด้านการสั่งการ (X ₂)	0.151	0.075	0.179	2.023	0.049*	0.518	1.932
ด้านการควบคุม (X ₃)	0.112	0.088	0.108	1.274	0.209	0.565	1.771
ด้านการตัดสินใจ (X ₄)	0.345	0.062	0.421	5.551	0.000*	0.700	1.428
ค่าคงที่ 0.431 ; SE _{est} = ± 0.267							
R = 0.896 R ² = 0.802 F = 49.719 P-value = 0.000*							

* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 4 ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF และค่า Tolerance ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารมีค่าตั้งแต่ 1.428 – 1.979 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Black, 2006 : 585) และค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระ การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารมีค่าตั้งแต่ 0.505 – 0.700 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ทุกตัวแปร ดังนั้นข้อมูลของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตนเอง หรือ Multicollinearity

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีแบบจำลองในการวิจัย ดังนี้

$$Y_T = a + \beta_1(X_1) + \beta_2(X_2) + \beta_3(X_3) + \beta_4(X_4) + \varepsilon$$

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จะเห็นว่าตัวแปรทั้ง 4 ด้าน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.896 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ผลความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ร้อยละ 80.23 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.267

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ด้านการวางแผน (X₁) ด้านการสั่งการ (X₂) และด้านการตัดสินใจ (X₄) ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ H1 H2 และ H4

การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ด้านการควบคุม (X₃) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ H3

โดยสามารถเขียนเป็นรูปสมการวิเคราะห์การถดถอยได้ดังนี้

$$Y_T = 0.431 + 0.286(X_1) + 0.151(X_2) + 0.345(X_4)$$

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการสั่งการโดยมอบหมายงานตามรายละเอียดงานที่กำหนดและนำข้อมูลทางการบัญชีมากำหนดวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการกลุ่มฯ ซึ่งมีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันต่อสถานการณ์ โดยนำข้อมูลทางการบัญชีทั้งภายในและภายนอกกลุ่มฯ มาวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาระบบการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทั้งด้านเวลาและคุณภาพของกลุ่มฯ ได้ และสามารถทำกำไรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการควบคุมการใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาสมาชิกในกลุ่มให้มีความรู้ความเข้าใจในการเลี้ยงโคเนื้ออย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเลี้ยง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรัช จันทรีเรือน และคณะ (2561) พบว่า ด้านการควบคุม ด้านการตัดสินใจ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านการวางแผน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของการบริหารองค์กรเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิราพร แซ่ตั้ง (2561) พบว่า การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารสมัยใหม่ในด้านการตัดสินใจ และด้านการสร้างคุณค่าในการบริหาร ส่งผลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสา มั่งสกุล (2561) พบว่า ผู้บริหารธุรกิจมีการใช้ข้อมูลทางการบัญชีบริหาร ด้านการวางแผนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.1.1 ควรมีการศึกษาการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลหรือผลการประเมินวิสาหกิจชุมชนดีเด่น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และเป็นต้นแบบที่ดีในการใช้บัญชีบริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ต่อไปให้มีความเหมาะสมและยั่งยืน

6.1.2 ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของสมรรถนะผู้ทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละด้าน เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาระบบการและวิธีการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6.1.3 ขอบเขตในการรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้กลุ่มประชากรอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการวิจัยในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ หรือในเขตภาคใด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

6.2.1 หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถบริหารจัดการกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน

6.2.2 ผู้บริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชีและงบการเงินที่จัดทำขึ้นให้มีความครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นระเบียบเรียบร้อย เนื่องจากผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีสามารถนำข้อมูลทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผน สั่งการ และตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และสามารถทำกำไรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างต่อเนื่อง

6.2.3 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารหรือผู้ที่สนใจได้ตระหนักและเข้าใจถึงการใช้บัญชีบริหารในการเพิ่มประสิทธิภาพและบริหารจัดการภายในกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อให้ทันต่อสภาพแวดล้อมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป

7. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ 2) ระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ และ 3) การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการควบคุม ด้านการสั่งการ และด้านการวางแผน 2) ระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร ด้านการบรรลุเป้าหมาย และด้านการลดต้นทุน และ 3) การประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ และด้านการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ควรนำข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ในการวางแผน สั่งการ และตัดสินใจในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กมลภู สันทะจักร์. (2560). คุณลักษณะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานราชการในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม].
- ฉัตรทริกา จินุสรณ์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันการทุจริตที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม].
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี: เอส อาร์พรีนติ้งแมสโปรดักส์ จำกัด.
- ธัญญารัตน์ สาลิกา. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินการคลัง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. กองบริหารทรัพยากรสุพรรณบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- นิตยา โพธิ์ศรีจันทร์ และศิริวรรณ เพชรไพร. (2565). ผลกระทบของการประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารเชิงรุกที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนครพนม. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ, 9(1), 19–30.
- นริชา จันทรเรือง, ปิยพร อุสาธรรม, พัชรารณณ์ เปียงปัน, ณัฐยา สักเส็ด, และปัญญพร ศรีชนาพันธ์. (2561). ความสามารถในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 12(1), 81–92.
- นุรน์จมาล เวโด. (2557). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่].
- นันทิยา อังกรพัฒนานุกุล, มลิวรรณ ศรีมงคล, และวิไลลักษณ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2565). ศักยภาพทางการบัญชีที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในสำนักงานบัญชีเขตจังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิจัยและนวัตกรรมการศึกษา, 6(2), 78–90.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). บทวิเคราะห์ – ข้อเสนอแนะ การผลิต “โคเนื้อไทย” สูตลาดโลก.

- พิมพ์ภรณ์ พึ่งบุญพานิชย์. (2560). แนวทางการจัดทำงานวิจัยด้านการบัญชีบริหาร. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 6(4), 72–86.
- พิยาภรณ์ พึ่งคล้าย. (2562). การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม].
- ไพโรจน์ พรเจริญ. (2563). การจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 22(2), 9–18.
- มนูญชัย ธีระกนิษฐ์. (2552). ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม].
- วิสาหกิจชุมชน ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). *รายชื่อวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ระดับจังหวัด (นครศรีธรรมราช)*.
- วัชรีย์ อันวิวัฒน์. (2554). ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช [ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].
- ศิวพร แซ่ตั้ง. (2561). ผลกระทบของการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารสมัยใหม่ต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs จังหวัดนครราชสีมา [วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน].
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). *การบัญชีบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: บริษัท กรีนไลฟ์พรินต์ติ้งเฮาส์ จำกัด.
- สุรเดช สดคมขำ. (2563). โคนี้อลูมิเนียม เมืองคอน เลี้ยงแบบลดต้นทุน เน้นคุณภาพ ราคาดี.
- สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์นครศรีธรรมราช. (2560). กำกับและสอนแนะนำการจัดทำบัญชีอย่างมีระบบ.
- สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2563). *จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ*.
- อรสา มั่งสกุล. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ข้อมูลทางบัญชีบริหารและประสิทธิภาพการดำเนินงาน: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ [วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์].
- อุษณีย์ เส็งพานิช. (2562). การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารในการจัดการธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 1(1), 59–60.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). *Research in education* (7th ed.). Allyn & Bacon.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed., p. 585). John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Education International.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

บทบาทของขนาดคณะกรรมการในการส่งผ่านอิทธิพลของ
ลักษณะคณะกรรมการต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานของ
บริษัทจดทะเบียนในดัชนี SETESG: ศึกษาตัวแปรในกลุ่มระดับสูง

The Role of Subcommittee Size in Mediating the Influence of
Board Characteristics on Disclosure Quality and Performance of Listed
Companies in the SETESG Index: A Study of Variables in High-Level Group

มณฑา เอ็มสวัสดิ์^{1,*}

Monta Aemsawas^{1,*}

Received: February 14, 2025; Revised: May 6, 2025; Accepted: May 26, 2025

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยเชิงประจักษ์นี้ คือ เพื่อศึกษาลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูง (ขนาด ความเชี่ยวชาญ เพศ อายุ การดำรงตำแหน่ง ความเป็นอิสระ/เจ้าของ และการประชุม) ที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงาน (ESG การเงิน และมูลค่าบริษัท) ผ่านขนาดคณะกรรมการกลุ่มระดับสูง และลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุม การวัดค่าตัวแปรจากข้อมูลทุติยภูมิ ดัชนีรายการเปิดเผยข้อมูลประเมินและให้คะแนนรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) พ.ศ. 2566 จำนวน 114 บริษัท และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้น

ผลการวิจัยพบว่า (1) ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวกและลบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงาน (2) ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวกและลบต่อขนาดคณะกรรมการกลุ่มระดับสูง และ (3) ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ผ่านขนาดคณะกรรมการกลุ่มระดับสูง (ทั้งบางส่วนและสมบูรณ์) รวมถึงลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมได้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยให้ข้อมูลเชิงลึกต่อผู้กำหนดนโยบายและนักลงทุนโดยเน้นบทบาทของขนาดคณะกรรมการกำกับดูแลสูงกว่าสามคน ขนาดคณะกรรมการบริหารสูงกว่าสี่คน และขนาดคณะกรรมการเทคโนโลยีอย่างน้อยหนึ่งคน ส่งผ่านอิทธิพลของลักษณะคณะกรรมการ (อายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62 ปี และอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65 ปี) ต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลสูงขึ้นในบริษัทที่มีระดับ ESG สูง

คำสำคัญ: ลักษณะคณะกรรมการ ขนาดคณะกรรมการ ลักษณะบริษัท คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ผลการดำเนินงานของบริษัท

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

¹ Assistant Professor, Accounting Curriculum, Faculty of Management Sciences, Suratthani Rajabhat University,

* Corresponding author: E-mail address: monta.aem@sru.ac.th

Abstract

The main objective of this empirical research is to examine high-level group board characteristics (namely size, expertise, gender, age, tenure, independence/ownership, and meeting frequency) and their influence on disclosure quality and performance (specifically ESG, financial, and firm value). The study also explores the mediating role of high-level group subcommittee size. High-level group firm characteristics are included as control variables. The variables were measured using secondary data, disclosure indices were employed to evaluate and score the annual report (Form 56-1 One Report) of 114 companies for 2023, and hypotheses were tested using hierarchical regression analysis.

The findings indicate that (1) high-level group board characteristics have both positive and negative influence on disclosure quality and performance; (2) high-level group board characteristics have both positive and negative influence on high-level group subcommittee size; and (3) these characteristics have a specifically positive influence on disclosure quality through the mediating role of high-level group subcommittee size (with both partial and complete mediation observed). Including, high-level group firm characteristics can be used as control variables. Additionally, the findings offer valuable insights for policymakers and investors, highlighting the significant mediating role of subcommittee size (particularly governance committee with more than three members, executive committee with more than four members, and technology committee with at least one member) in mediating the influence of board characteristics (especially pronounced when the average age of all board members exceeds 62 years and that of independent directors exceeds 65 years) on enhancing disclosure quality higher, particularly among companies with high ESG ratings.

Key words: Board characteristics, Subcommittee size, Firm characteristics, Disclosure quality, Firm performance

1. บทนำ (Introduction)

บริษัทจดทะเบียนในดัชนี SETESG เป็นดัชนีที่สะท้อนการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) ในการตัดสินใจลงทุนควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของบริษัทที่มีสภาพคล่องเพียงพอ (SET, 2018) กลุ่มนักลงทุนมีความกังวลเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการบูรณาการปัจจัยด้าน ESG ในการตัดสินใจลงทุนทำให้หน่วยงานกำกับดูแลจำเป็นต้องกำหนดข้อกำหนดสำหรับการเปิดเผยความยั่งยืนในรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (Ismail & Latiff, 2019) รวมถึงสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ออกประกาศปรับปรุงการจัดทำแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปี (แบบ 56-2) โดยได้รวมการรายงานทั้งสองแบบเข้าด้วยกันและเรียกว่ารายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) ซึ่งเป็นข้อมูลที่จำเป็นต่อนักลงทุนในการนำปัจจัยนอกเหนือจากข้อมูลทางการเงินมาวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน ข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงินหมายความว่ารวมถึงข้อมูลการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนโดยธุรกิจนั้นจะมีกระบวนการดำเนินงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการที่ดี ถูกจัดเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนสามารถนำมาพิจารณาทั้งด้านโอกาสและความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้ และตอบโจทย์นักลงทุนที่คาดหวังให้บริษัทที่ต้องการเข้าไปลงทุนเป็นกิจการที่มีความยั่งยืน (SEC, 2020) การรายงาน ESG ที่มีประสิทธิภาพมีปฏิสัมพันธ์กับความหลากหลายของคณะกรรมการและดึงดูดความสนใจของนักวิจัย เนื่องจากการรายงาน ESG ผ่านการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทตามแบบ 56-1 One Report (ที่ไม่สามารถระบุได้ในรายงานทางการเงิน) แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีศักยภาพ รวมถึงนักลงทุน พนักงาน และชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตามการตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังคงมีไม่มากนัก (Liu et al., 2022) จากปัญหาการตอบสนองมีไม่มากนัก

จึงเริ่มยอมรับการประเมิน ESG ที่ได้รับจากหน่วยงานจัดระดับ ESG (ESG ratings) ช่วยปรับปรุงแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีนัยสำคัญโดยดึงดูดนักลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Zheng et al., 2022) ถึงกระนั้นก็ตาม การศึกษาที่มีอยู่ได้ระบุหลักฐานเพียงเล็กน้อยว่าระดับ ESG มีส่วนสนับสนุนแนวทางปฏิบัติด้านนวัตกรรมสีเขียวอย่างไร (Li et al., 2023) นอกจากนี้ ความท้าทายของการบรรลุถึงระดับ ESG สูง ก็ต้องอาศัยการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ (Zheng et al., 2022) การตัดสินใจของกรรมการบริษัทมีส่วนสนับสนุนแนวทางปฏิบัติทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพทางนิเวศวิทยา (Xue et al., 2023) รวมถึงกรรมการอิสระที่มีภูมิหลัง ทักษะ และการฝึกอบรมที่หลากหลายมีความสามารถในการเข้าใจผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละรายได้เป็นอย่างดี (Khatib et al., 2021) ด้วยเหตุนี้ ความหลากหลายของคณะกรรมการ (ประกอบด้วย กรรมการภายในจากผู้บริหารระดับสูง กรรมการภายนอกบริษัท และกรรมการอิสระ) จึงมีส่วนสนับสนุนการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพให้บรรลุแนวทางปฏิบัติด้านนวัตกรรมสีเขียวและได้รับการจัดระดับ ESG สูง (Zheng et al., 2022) ผ่านการรายงาน ESG ที่โปร่งใส (Mohy-ud-Din, 2024)

สำหรับประเทศไทยมีศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานที่ประเมินระดับ ESG (SET ESG ratings) และการรายงาน ESG (FTSE Russell ESG Scores) ผ่านการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนของบริษัทตามแบบ 56-1 One Report โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 มิติ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านบรรษัทภิบาล ประกอบไปด้วย 14 ธีม ครอบคลุมกว่า 300 ตัวชี้วัด ซึ่งทาง FTSE Russell ใช้วิธีการประเมินแบบเดียวกันกับบริษัทชั้นนำอีกกว่า 8,000 แห่งใน 47 ประเทศทั่วโลก ทำให้ผลประเมินของบริษัทจดทะเบียนไทยสามารถเทียบได้กับบริษัทระดับโลก ในขณะเดียวกัน นักลงทุนระดับโลกก็สามารถนำ FTSE Russell ESG Scores ไปใช้คัดหุ้นและจัดพอร์ตการลงทุนได้สะดวกขึ้น เพราะสามารถเทียบคะแนนได้กับบริษัทจดทะเบียนทั่วโลก ซึ่ง FTSE Russell ESG Scores ของบริษัทจะเปลี่ยนในดัชนี SETESG ปี 2567 เป็นปีแรกที่มีการประเมิน มีค่าเฉลี่ย 48.25 และส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 20.99 (Settrade, 2023) และตั้งแต่ปี 2569 เป็นต้นไป ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะเริ่มประกาศผลประเมิน FTSE Russell ESG Scores ผู้สาธารณะ โดยจะยกเลิกการประเมิน SET ESG Ratings (SET, 2025) ผลค่าเฉลี่ย ESG Scores ของบริษัทจะเปลี่ยนในดัชนี SETESG ปี 2567 ปรากฏว่ามีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น สหรัฐอเมริกา ช่วงปี ค.ศ. 2010-2021 มีค่าเฉลี่ย 55.96 และส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 19.72 (Mohy-ud-Din, 2024); สิงคโปร์ ช่วงปี ค.ศ. 2010-2014 มีค่าเฉลี่ย 53.03 และส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 27.15; มาเลเซีย ช่วงปี ค.ศ. 2010-2014 มีค่าเฉลี่ย 49.43 และส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 28.43 (Tarmuji, 2016)

ประเด็น ESG ที่พบเห็นในปัจจุบันมักเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการและผู้บริหารที่อาจไม่เพียงพอ (Harjoto & Wang, 2020) นอกจากนี้ ปัจจัย ESG ที่มีพื้นฐานมาจากจริยธรรมและความยั่งยืนช่วยให้นักลงทุนมีมุมมองที่กว้างไกลในการประเมินความเป็นไปได้และความเสี่ยง และระบุเส้นทางสู่การสร้างมูลค่าในระยะยาวได้ (Zhang et al., 2024) การนำประเด็น ESG เข้ามาใช้ในกลยุทธ์องค์กรโดยรวมจึงตอกย้ำสมมติฐานที่ว่าความยั่งยืนไม่เพียงแต่เป็นข้อกังวลด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบเท่านั้น แต่ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการตัดสินใจอีกด้วย (Rahat & Nguyen, 2024) และบริษัทต่าง ๆ ควรใช้ ESG เพื่อสร้างข้อเท็จจริง สร้างการรับรู้ในเชิงบวกต่อสาธารณชน และเสริมสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Luo, et al., 2023) รวมถึงการกำกับดูแลกิจการเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างมากในห้องประชุม สื่อสารมวลชน และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Subramanian, 2015) เนื่องจากการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความซื่อสัตย์สุจริตและประสิทธิภาพของบริษัท รวมถึงบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีประสิทธิภาพได้ช่วยเหลือผู้ถือหุ้น นักลงทุน และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินงานตามกลไกต่าง ๆ เพื่อดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย (Elad et al., 2018) อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลกิจการที่ไม่ดีอาจทำให้อิทธิพลของบริษัทลดลงนำไปสู่ปัญหาทางการเงิน และในบางกรณีอาจทำให้ชื่อเสียงของบริษัทเสียหายในระยะยาว (McGilloway, 2024)

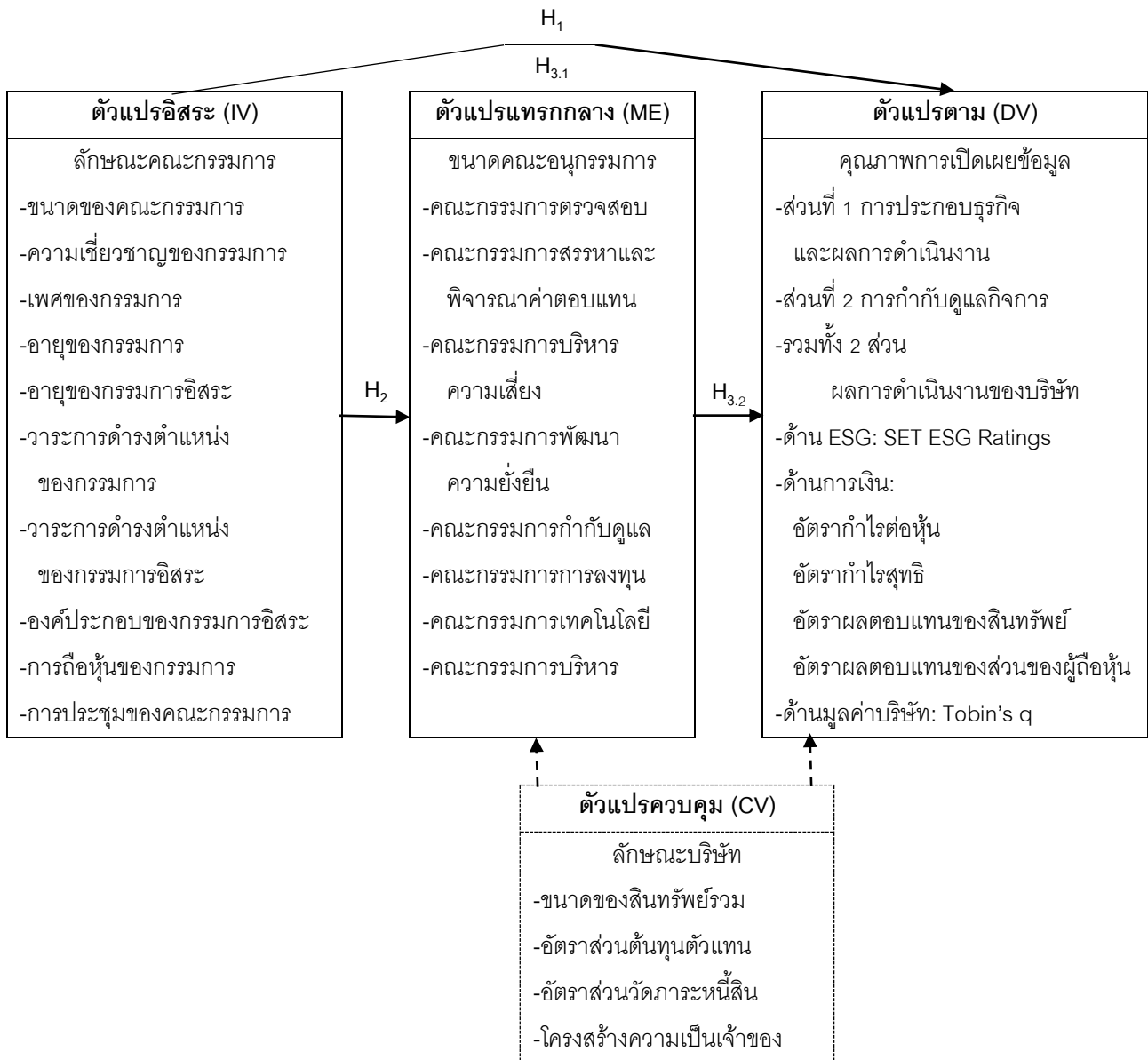
การติดตามคุณลักษณะของคณะกรรมการในการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นจุดสนใจหลักของบทความนี้ ตัวอย่างเช่น (1) ขนาดของคณะกรรมการ (Board size) โดยสันนิษฐานว่าคณะกรรมการขนาดใหญ่มีการเข้าถึงความเชี่ยวชาญ ทักษะ และการกำกับดูแลบริษัทด้านการบริหารจัดการที่หลากหลาย (Mehmood et al., 2024) ส่งผลต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลสูงขึ้น (Aifuwa & Embele, 2019) และผลการดำเนินงานของบริษัทสูงขึ้น (Mehmood et al., 2024) รวมถึงจุดสนใจก็คือคณะกรรมการขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กดีกว่ากัน; (2) ความหลากหลายของคณะกรรมการ (Board diversity) อยู่ภายใต้ทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการ (Governance theory) ได้แก่ ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (Expertise of directors) โดยนักวิจัยประเมินผลกระทบของความเชี่ยวชาญในทางบวกต่อประสิทธิภาพ ESG และคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล โดยอธิบายว่าเป็นผลมาจากบทบาทสำคัญในการกำหนดการเปิดเผยข้อมูล ESG ของบริษัท โดยให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพของบริษัท ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และข้อกำหนดด้านกฎระเบียบ (Soleimanian, 2024) และภูมิหลังทางการศึกษาของสมาชิกคณะกรรมการส่งเสริมมุมมองและความคิดที่หลากหลายเกี่ยวกับเป้าหมายสูงสุดของบริษัท ซึ่งสามารถส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานของบริษัท (Lee et al., 2024) รวมถึงจุดสนใจก็คือจำนวนของกรรมการที่มีความเชี่ยวชาญสูงหรือต่ำกว่ากัน; เพศของกรรมการ (Gender of directors) โดยความหลากหลายทางเพศได้กลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญสำหรับการปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากกรรมการเพศหญิง (Female directors) ช่วยให้การตัดสินใจทางธุรกิจเป็นไปอย่างยุติธรรมและเท่าเทียม ส่งผลต่อการปรับปรุงผลการดำเนินงานของบริษัท (Eklemet et al., 2023) รวมถึงจุดสนใจก็คือจำนวนของกรรมการเพศหญิงสูงหรือต่ำกว่ากัน; อายุของกรรมการ (Age of directors) โดยความหลากหลายด้านอายุของสมาชิกคณะกรรมการแสดงออกถึงการอยู่ร่วมกันของกรรมการที่มาจากกลุ่มรุ่นที่หลากหลายจะทำให้มีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายขึ้นและขยายขอบเขตการคิดเชิงปัญญาในการตัดสินใจและให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจและนโยบายขององค์กร ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้าน ESG สูงขึ้น (Ismail & Latiff, 2019) รวมถึงจุดสนใจก็คืออายุของกรรมการสูงหรือต่ำกว่ากัน; วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ (Tenure of directors) โดยผลกระทบเชิงบวกจากความหลากหลายของวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอาจเกิดจากการที่บริษัทที่มีกรรมการที่มีวาระการดำรงตำแหน่งที่แตกต่างกันจะมีความเชี่ยวชาญที่หลากหลายมากขึ้น และด้วยเหตุนี้จึงมีความสามารถในการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินสูงขึ้น (Li & Wahid, 2018) รวมถึงจุดสนใจก็คือวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการสูงหรือต่ำกว่ากัน; และองค์ประกอบของกรรมการอิสระ (Composition of independent directors) โดยองค์ประกอบของกรรมการอิสระในคณะกรรมการเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนบริษัทไปสู่กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนทำหน้าที่เป็นมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทและให้ความเชื่อมโยงเพิ่มเติมกับทรัพยากร เช่น เงินทุน หุ้นส่วนองค์กร ชักพลาเยอร์ และลูกค้า (Harjoto & Wang, 2020) ส่งผลต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลสูงขึ้น (Aifuwa & Embele, 2019) และผลการดำเนินงานของบริษัทสูงขึ้น (Fernández-Temprano, & Tejerina-Gaite, 2020) รวมถึงจุดสนใจก็คือจำนวนของกรรมการอิสระในคณะกรรมการสูงหรือต่ำกว่ากัน เป็นต้น; (3) การถือหุ้นของกรรมการ (Shareholding of directors) โดยกรรมการที่ถือหุ้นในบริษัทจะมีเป้าหมายเดียวกันกับผู้ถือหุ้นรายอื่น เนื่องจากจะมีแรงจูงใจในการติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายบริหารของบริษัทต่อไปและให้แน่ใจว่ากิจกรรมการดำเนินงานดำเนินไปอย่างราบรื่น อย่างไรก็ตาม การถือหุ้นจำนวนมากจะตามมาด้วยสิทธิการควบคุมในระดับสูงจากผู้ถือหุ้นที่ควบคุม ซึ่งสิทธิการควบคุมนี้สามารถส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทสูงขึ้นและลดโอกาสที่บริษัทจะประสบปัญหาทางการเงิน (Mariano et al., 2021) รวมถึงจุดสนใจก็คือจำนวนการถือหุ้นของกรรมการสูงหรือต่ำกว่ากัน; และ (4) การประชุมของคณะกรรมการ (Board meeting) ที่มีความถี่มากขึ้น ช่วยการกำกับดูแลกิจการด้านตรวจสอบจะใช้เวลานำเสนอรายงาน ให้คำแนะนำ และควบคุมฝ่ายบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลสูงขึ้น (Ahmed & Che-Ahmad, 2016) และผลการดำเนินงานของบริษัทสูงขึ้น (Hossain & Oon, 2022) รวมถึงจุดสนใจก็คือจำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการสูงหรือต่ำกว่ากัน เป็นต้น

นอกเหนือจากการติดตามคุณลักษณะของคณะกรรมการดังกล่าวข้างต้น จุดสนใจรองลงมาของบทความนี้เกิดขึ้นจาก คณะกรรมการอาจมอบหมายหน้าที่บางส่วนให้กับคณะอนุกรรมการ (Subcommittee) ทำหน้าที่เป็นคณะทำงานเล็ก ๆ และ เป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการ (Day, 2024) คณะอนุกรรมการมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เน้นหัวข้อเฉพาะหรือขอบเขต ความรับผิดชอบ การส่งเสริมประสิทธิภาพ การบรรลุความร่วมมือ และการตัดสินใจที่มีประสิทธิผลของคณะกรรมการ (Tait, 2024) คณะกรรมการสามารถแต่งตั้งคณะอนุกรรมการตามความจำเป็นของแต่ละบริษัท (โดยพิจารณาจากขนาด ปริมาณธุรกิจ ความซับซ้อน หรือความต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เป็นต้น) คณะอนุกรรมการที่มีการแต่งตั้งตามคู่มือกรรมการบริษัท จดทะเบียน เล่ม 1 ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2547 (SEC, 2004) และยังมีบทบาท ในปัจจุบัน ได้แก่ (1) คณะกรรมการบริหาร (Executive committee) ทำหน้าที่กำกับดูแลนโยบายของคณะกรรมการและรับรอง แนวทางการกำกับดูแลที่มีประสิทธิผล; (2) คณะกรรมการตรวจสอบ (Audit committee) ทำหน้าที่ตรวจสอบถ่วงดุลเพื่อกำกับดูแล กิจการอย่างเพียงพอและเป็นอิสระจากผู้บริหารและผู้ถือหุ้นเพียงพอที่จะกล้าตรวจสอบ ซักถามประเด็นที่อาจเป็นข้อสงสัย และ เปิดเผยในรายงานประจำปี; (3) คณะกรรมการสรรหา (Nominating committee) ทำหน้าที่แสวงหาและกลั่นกรองบุคคลที่เหมาะสม ก่อนการเสนอชื่อให้คณะกรรมการหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัทหรือผู้บริหารระดับสูง (ส่วนมาก แล้วคณะกรรมการสรรหามักแต่งตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นครั้งคราว); (4) คณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทน (Remuneration committee) มีการแต่งตั้งขึ้นมาจากหลักการที่ว่าค่าตอบแทนของกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูง ควรจะเหมาะสมกับอำนาจ หน้าที่ และปริมาณความรับผิดชอบ; (5) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk management committee) ทำหน้าที่ควบคุม ความเสี่ยงของบริษัท โดยกรรมการควรประกอบด้วยผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในธุรกิจเป็นอย่างดี; รวมถึง คณะอนุกรรมการที่มีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบัน ได้แก่ (6) คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainable development committee) มีหน้าที่กำกับดูแลแนวทางด้านความยั่งยืนของบริษัท ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบอย่างเข้มงวดในประเด็นสำคัญของการ ดำเนินงานด้าน ESG และทั้งการระบุและจัดการโอกาสและการจัดการความเสี่ยงเพื่อจำกัดผลกระทบของการดำเนินงานด้าน ความยั่งยืนเชิงลบต่อทั้งบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด (Abdullah et al., 2023); (7) คณะกรรมการกำกับดูแล (Governance committee) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลว่าคณะกรรมการจะบริหารงานอย่างไร เมื่อเกิดปัญหาคณะกรรมการกำกับดูแล จะติดตามประสิทธิผล ประสิทธิภาพ และนโยบายการกำกับดูแลของการดำเนินงานของคณะกรรมการ (Farnham, 2024); (8) คณะกรรมการการลงทุน (Investment committee) ทำหน้าที่เป็นผู้ตัดสินใจและมอบหมายการตัดสินใจบางอย่างให้กับ ที่ปรึกษาหรือบริษัท/บุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำการตัดสินใจลงทุนของบริษัทไปปฏิบัติ (Al-Matari, 2019); และ (9) คณะกรรมการเทคโนโลยี (Technology committee) มีหน้าที่กำกับดูแลการใช้จ่ายและการรับรู้ผลประโยชน์จาก การลงทุนด้านไอทีในปัจจุบันและอนาคต (Qahatan et al., 2020) คณะอนุกรรมการดังกล่าวข้างต้นให้ประโยชน์โดยการเปิด ใช้งานความเชี่ยวชาญด้านความรู้ ประสิทธิภาพการแบ่งงาน และความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น (Kanapathippillai et al., 2024) ส่งผลต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลสูงขึ้น (Wada et al., 2023) และผลการดำเนินงานของบริษัทสูงขึ้น (Singhanian & Panda, 2025) รวมถึงจุดสนใจก็คือขนาดของคณะอนุกรรมการที่แต่งตั้งมีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กดีกว่ากัน เพื่อสนับสนุนให้การปฏิบัติ หน้าที่ของคณะกรรมการในการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น (McGilloway, 2024)

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่มุ่งเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะคณะกรรมการ คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลใน รายงานประจำปี และผลการดำเนินงานของบริษัท โดยใช้ตัวแปรที่น่าสนใจจำนวนหนึ่งจากมุมมองที่แตกต่างกันในสภาพแวดล้อม ที่แตกต่างกัน ผลลัพธ์ที่ได้มีความหลากหลายเกี่ยวกับความสัมพันธ์นี้ อย่างไรก็ตาม มีการศึกษาจำนวนไม่มากที่ศึกษา ขนาดคณะอนุกรรมการในบทบาทเป็นตัวแปรแทรกกลางระหว่างความสัมพันธ์นี้ ซึ่งบทความวิจัยนี้จะมีการนำเสนอในลำดับต่อไป ได้แก่ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย วิธีการดำเนินงานวิจัย ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย และสรุปผลการวิจัย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยเชิงประจักษ์นี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาอิทธิพลของลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงที่มีต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานของบริษัท (2) ศึกษาอิทธิพลของลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงที่มีต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง และ (3) ศึกษาอิทธิพลของลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงที่มีต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานของบริษัท ผ่านขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG ทั้งสามวัตถุประสงค์การวิจัยนี้ และสร้างแบบจำลอง (Model) ตามรูปภาพประกอบ 1 ดังนี้



รูปภาพประกอบ 1

แบบจำลอง (Model) และสมมติฐานการวิจัย (Hypotheses) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (IV)

ตัวแปรแทรกกลาง (ME) ตัวแปรควบคุม (CV) และตัวแปรตาม (DV)

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัยภายใต้แบบจำลอง (Model) จากรูปภาพประกอบ 1 มีดังต่อไปนี้

2.1 ลักษณะคณะกรรมการ (Board characteristics) คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure quality) และผลการดำเนินงาน (Performance)

(1) ขนาดของคณะกรรมการ (IV1: Board size)

คณะกรรมการขนาดใหญ่มีมุมมองทฤษฎีที่หลากหลาย ได้แก่ ทฤษฎีตัวแทน (Agency theory) ทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร (Resource dependency theory) และทฤษฎีการดูแล (Stewardship theory) (Mehmood et al., 2024) ด้านหนึ่ง คณะกรรมการขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะลดอิทธิพลของ CEO ในคณะกรรมการโดยการติดตามกิจกรรมการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Aifuwa & Embele, 2019) และผลการดำเนินงานด้าน ESG (Harjoto & Wang, 2020) ด้านการเงินและมูลค่าบริษัท (Waheed & Malik, 2019) อีกด้านหนึ่ง มีข้อโต้แย้งว่า คณะกรรมการขนาดเล็กมีประสิทธิภาพมากกว่าคณะกรรมการขนาดใหญ่ โดยคณะกรรมการขนาดใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่าบริษัท (Arayssi et al., 2016) และไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Ahmed & Che-Ahmad, 2016) และผลการดำเนินงานด้าน ESG (Arayssi et al., 2016) และด้านการเงิน (Waheed & Malik, 2019) จากผลการวิจัยที่นำเสนอดังกล่าวนี้นี้ พบว่ามีผลการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวก เชิงลบ และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผลการวิจัยเหล่านี้ได้นำไปสู่การพัฒนสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (H_1) และสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ($H_{3.1}$) โดยไม่ได้กำหนดทิศทางของความสัมพันธ์อย่างชัดเจน

(2) ความหลากหลายของคณะกรรมการ (Board diversity)

ความหลากหลายของคณะกรรมการอยู่ภายใต้ทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการ (Governance theory) ซึ่งมีสี่ทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้องกันในการขับเคลื่อนบริษัทไปสู่กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ ทฤษฎีตัวแทน (Agency theory) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder theory) ทฤษฎีการดูแล (Stewardship theory) และทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร (Resource dependency theory) (Harjoto & Wang, 2020) มีดังต่อไปนี้

ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (IV2: Expertise of directors) มีบทบาทสำคัญในการกำหนดการเปิดเผยข้อมูล ESG ของบริษัท โดยให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพของบริษัท ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และข้อกำหนดด้านกฎระเบียบ (Soleimanian, 2024) ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Aifuwa & Embele, 2019) เมื่อคณะกรรมการมีการผสมผสานทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ที่หลากหลายของกรรมการจะสามารถพิจารณาและทำการกระทำและกิจการของการบริหารจัดการได้อย่างสร้างสรรค์ บางกรณีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้าน ESG (Harjoto et al., 2015; Ismail & Latiff, 2019) อย่างไรก็ตาม อีกกรณีไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Fernández-Temprano & Tejerina-Gaite, 2020)

เพศของกรรมการ (IV3: Gender of directors) โดยความหลากหลายทางเพศได้กลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญสำหรับการปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากกรรมการเพศหญิง (Female directors) ช่วยให้การตัดสินใจทางธุรกิจเป็นไปอย่างยุติธรรมและเท่าเทียม รวมถึงการปรับปรุงผลการดำเนินงานของบริษัท ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้าน ESG (Harjoto et al., 2015) ด้านการเงิน (Eklemet et al., 2023) เนื่องจากการมีส่วนร่วมในห้องประชุม คณะกรรมการของกรรมการเพศหญิงที่มีจำนวนน้อย ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Fahad & Rahman, 2020) และผลการดำเนินงานด้าน ESG (Ismail & Latiff, 2019) และไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Aifuwa & Embele, 2019)

อายุของกรรมการ (IV4: Age of directors) และอายุของกรรมการอิสระ (IV5: Age of independent Directors) โดยความหลากหลายด้านอายุของกรรมการแสดงออกถึงการอยู่ร่วมกันของกรรมการที่มาจากกลุ่มรุ่นที่หลากหลาย จะทำให้มีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายขึ้น ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Huang, 2015) และผลการดำเนินงานด้าน ESG (Ismail & Latiff, 2019) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Fahad & Rahman, 2020) และไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้าน ESG (Harjoto et al., 2015)

วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ (IV6: Tenure of directors) และวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระ (IV7: Tenure of independent directors) โดยผลกระทบเชิงบวกจากความหลากหลายของวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอาจเกิดจากการที่บริษัทที่มีกรรมการที่มีวาระการดำรงตำแหน่งที่แตกต่างกันจะมีความเชี่ยวชาญที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Song & Zhu, 2023) และผลการดำเนินงานด้าน ESG (Harjoto et al., 2015) ด้านการเงินและมูลค่าบริษัท (Masulis et al., 2023) และไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Fernández-Temprano & Tejerina-Gaite, 2020)

องค์ประกอบของกรรมการอิสระ (IV8: Composition of independent Directors) ในระดับคณะกรรมการจะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของลักษณะความหลากหลาย ซึ่งคณะกรรมการควรมีการถ่วงดุลอำนาจที่เหมาะสมไม่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีอำนาจโดยไม่มีข้อจำกัด ด้านหนึ่ง ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Fahad & Rahman, 2020) และผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Ismail & Latiff, 2019) อีกด้านหนึ่ง ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อ ผลการดำเนินงานด้าน ESG (Ismail & Latiff, 2019) และไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Aifuwa & Embele, 2019) และผลการดำเนินงานด้าน ESG (Harjoto et al., 2015) ด้านการเงินและมูลค่าบริษัท (Masulis et al., 2023)

จากผลการวิจัยที่น่าเสนอตั้งกล่าวนี พบว่ามีผลการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวก เชิงลบ และไม่มี ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผลการวิจัยเหล่านี้ได้ชี้ไปสู่การพัฒนสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (H_1) และสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ($H_{3.1}$) โดยไม่ได้กำหนดทิศทางของความสัมพันธ์อย่างชัดเจน

(3) การถือหุ้นของกรรมการ (IV9: Shareholding of directors)

กรรมการบริหารที่เป็นผู้ถือหุ้น (Managerial ownership) จะแสดงออกเสมือนกับเป็นเจ้าของและไม่ใช้ความอิสระ ทางความคิดเพื่อแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริหารฝ่ายเดียว และช่วยปรับปรุงการติดตามการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของคณะกรรมการ ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Fahad & Rahman, 2020) และผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Agustia et al., 2018) อย่างไรก็ตาม การถือหุ้นของกรรมการที่เป็นผู้บริหารอาจมีอำนาจเหนือกว่ากรรมการบริษัทคนอื่น (Di, 2022) อาจจงใจปิดกั้นข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลเชิงกลยุทธ์และข้อมูลทั่วไป เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับและบริษัทคู่แข่งอาจนำไปใช้เพื่อเสนอราคาสูงกว่าบริษัทได้ ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลภาคสมัครใจในรายงานประจำปี (Eneh et al., 2024) และไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงินและมูลค่าบริษัท (Masulis et al., 2023) จากผลการวิจัยที่น่าเสนอตั้งกล่าวนี พบว่ามีผลการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวก เชิงลบ และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผลการวิจัยเหล่านี้ได้ชี้ไปสู่การพัฒนสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (H_1) และสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ($H_{3.1}$) โดยไม่ได้กำหนดทิศทางของความสัมพันธ์อย่างชัดเจน

(4) การประชุมของคณะกรรมการ (IV10: Board meeting)

ทฤษฎีตัวแทน (Agency theory) สนับสนุนการประชุมของคณะกรรมการที่มีความถี่มากขึ้น สามารถตรวจสอบให้คำแนะนำและควบคุมฝ่ายบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท (Hossain & Oon, 2022) อย่างไรก็ตาม การประชุมคณะกรรมการบ่อยครั้งทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เสียเวลาในการจัดการ และปล่อยให้ค่าใช้จ่ายในการประชุมกรรมการเพิ่มขึ้น จึงไม่ส่งผลต่อความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงินและมูลค่า

ของบริษัท (Fernández-Temprano & Tejerina-Gaite, 2020) นอกจากนี้ กระบวนการส่วนใหญ่ในระหว่างการประชุมคณะกรรมการส่วนใหญ่ถามคำถามที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทซึ่งไม่มีเวลานำเสนอรายงาน จึงส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงลบ คุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Ahmed & Che-Ahmad, 2016) และไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Fahad & Rahman, 2020) จากผลการวิจัยที่นำเสนอดังกล่าวนี้ พบว่ามีผลการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวก เชิงลบ และไม่มี ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผลการวิจัยเหล่านี้ได้ชี้ไปสู่การพัฒนาศมมติฐานการวิจัยที่ 1 (H_1) และสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ($H_{3.1}$) โดยไม่ได้กำหนดทิศทางของความสัมพันธ์อย่างชัดเจน

2.2 ลักษณะคณะกรรมการ (Board characteristics) และขนาดคณะกรรมการ (Subcommittee size)

ลักษณะคณะกรรมการ (Board characteristics) ที่สมาชิกของคณะกรรมการมีความหลากหลายและแตกต่างกัน และในกรณีที่คณะกรรมการมอบหมายหน้าที่บางส่วนให้กับคณะกรรมการ (Subcommittee) ทำหน้าที่เป็นคณะทำงานเล็ก ๆ และเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการ (Day, 2024) รวมถึงจุดสนใจของนั้นคือขนาดของคณะกรรมการที่มีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กดีกว่ากัน

ด้านหนึ่ง คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เน้นหัวข้อเฉพาะหรือขอบเขตความรับผิดชอบ การส่งเสริมประสิทธิภาพ การบรรลุความร่วมมือ และการตัดสินใจที่มีประสิทธิผลของคณะกรรมการ (Tait, 2024) ส่งผลให้ลักษณะของคณะกรรมการ ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการ (IV1: Board size) วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ (IV6: Tenure of directors) และองค์ประกอบของกรรมการอิสระ (IV8: Composition of independent Directors) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับขนาดคณะกรรมการบริหาร (ME8: Executive committee size) และขนาดคณะกรรมการการลงทุน (ME6: Investment committee size) (Chen & Wu, 2016) รวมถึงขนาดของคณะกรรมการ (IV1: Board size) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (ME1: Audit committee size) และขนาดคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ME2: Nomination and remuneration committee size) (Masulis et al., 2023)

อีกด้านหนึ่ง ข้อได้เปรียบที่เป็นไปได้ของคณะกรรมการในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมด้านข้อมูลผ่านการสื่อสารที่ได้รับการปรับปรุงนั้นไม่ใช่เรื่องท้าทาย รวมถึงต้นทุนในการใช้คณะกรรมการ อุปสรรคในการสื่อสารและการจำกัด การตัดสินใจของกลุ่มที่มีประสิทธิผลยังไม่ชัดเจนว่าคณะกรรมการมีส่วนช่วยในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมด้านข้อมูลกลุ่มและการตัดสินใจอย่างไร (Adams et al., 2021) ส่งผลให้ลักษณะคณะกรรมการ ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการ (IV1: Board size) ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (IV2: Expertise of directors) เพศของกรรมการ (IV3: Gender of directors) คือ กรรมการเพศหญิง (Female directors) อายุของกรรมการอิสระ (IV5: Age of independent Directors) วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระ (IV7: Tenure of independent directors) และองค์ประกอบของกรรมการอิสระ (IV8: Composition of independent Directors) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (ME1: Audit committee size) ขนาดคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน (ME2: Nomination and Remuneration committee size) และขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (ME5: Governance committee size) (Masulis et al., 2023)

นอกจากนี้ การถือหุ้นของกรรมการ (IV9: Shareholding of directors) ไม่มีความสัมพันธ์กับขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (ME1: Audit committee size) ขนาดคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน (ME2: Nomination and Remuneration committee size) และขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (ME5: Governance committee size) (Masulis et al., 2023)

จากผลการวิจัยที่นำเสนอดังกล่าวนี้ พบว่ามีผลการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวก เชิงลบ และไม่มี ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผลการวิจัยเหล่านี้ได้ชี้ไปสู่การพัฒนาศมมติฐานการวิจัยที่ 2 (H_2) โดยไม่ได้กำหนดทิศทางของความสัมพันธ์อย่างชัดเจน

2.3 ขนาดคณะอนุกรรมการ (Subcommittee size) คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure quality) และผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance)

โครงสร้างคณะกรรมการในการกำกับดูแลกิจการเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น คณะกรรมการสามารถแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ ซึ่งให้ประโยชน์โดยการเปิดใช้งานความเชี่ยวชาญด้านความรู้ประสิทธิภาพการแบ่งงาน และความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น (Kanapathippillai et al., 2024) ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล ตัวอย่างเช่น ขนาดคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ME3: Risk management committee size) (Wada et al., 2023) ขนาดคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน (ME4: Sustainable development committee size) (Fahad & Rahman, 2020) และผลการดำเนินงานของบริษัท ตัวอย่างเช่น ขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (ME1: Audit committee size) (Singhanian & Panda, 2025); ขนาดคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน (ME4: Sustainable development committee size) (Garcia-Torea et al., 2016); ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล ตัวอย่างเช่น ขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (ME1: Audit committee size) (Fahad & Rahman, 2020) และผลการดำเนินงานของบริษัท ตัวอย่างเช่น ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (ME5: Governance committee size) (Garcia-Torea et al., 2016) และไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ตัวอย่างเช่น ขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (ME1: Audit committee size) (Garcia-Torea et al., 2016; Pathiraja et al., 2022) ขนาดคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (ME2: Nomination and remuneration committee size) (Garcia-Torea et al., 2016) จากผลการวิจัยที่นำเสนอตั้งกล่าวนี้นี้ พบว่ามีผลการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวก เชิงลบ และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผลการวิจัยเหล่านี้ได้ชี้นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 (H_{3.2}) โดยไม่ได้กำหนดทิศทางของความสัมพันธ์อย่างชัดเจน

2.4 ลักษณะบริษัท (Firm characteristics) คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure quality) ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance) และขนาดคณะอนุกรรมการ (Subcommittee size)

ลักษณะบริษัทในการศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นตัวแปรควบคุม (Control variable) เพื่อให้ผลการศึกษาก่อเกิดจากตัวแปรอิสระอย่างแท้จริงและป้องกันไม่ให้เกิดการศึกษาก่อเกิดความคลาดเคลื่อน โดยลักษณะบริษัทที่ใช้ในการศึกษานี้มีนักวิจัยด้านการบัญชีจำนวนมากได้ยืนยันความสัมพันธ์ที่สำคัญและมีการค้นพบอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีผลสรุปเด็ดขาดที่ได้รับการยืนยันความสัมพันธ์ที่สำคัญ มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

(1) ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับโครงสร้างของธุรกิจ (Business structure)

ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับโครงสร้างของธุรกิจในการศึกษาครั้งนี้ คือ CV1: ขนาดของสินทรัพย์รวม (Total assets size) การศึกษาก่อนหน้านี้ไม่มีผลสรุปเด็ดขาดของความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของสินทรัพย์รวมกับ DV1: คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Quality) (ตัวอย่างเช่น Ahmed & Che-Ahmad, 2016; Aifuwa & Embele, 2019; Huang, 2015; Majeed et al., 2015); DV2: ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance) ด้านการเงินและด้านมูลค่าบริษัท (ตัวอย่างเช่น Fernández-Temprano & Tejerina-Gaite, 2020; Waheed & Malik, 2019); และขนาดคณะอนุกรรมการ (ME: Subcommittee Size) (ตัวอย่างเช่น Wada et al., 2023) เป็นต้น

(2) ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับต้นทุนตัวแทน (Agency costs)

ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับต้นทุนตัวแทนในการศึกษาครั้งนี้ คือ CV2: อัตราส่วนต้นทุนตัวแทน (Agency costs ratio) การศึกษาก่อนหน้านี้ไม่มีผลสรุปเด็ดขาดของความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนต้นทุนตัวแทนกับ DV1: คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Quality) (ตัวอย่างเช่น Aemsawas, 2024); DV2: ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance) ด้านการเงินและด้านมูลค่าบริษัท (ตัวอย่างเช่น Baykara & Baykara, 2021; Hoang et al., 2019); และขนาดคณะอนุกรรมการ (ME: Subcommittee Size) (ตัวอย่างเช่น Singhanian & Panda, 2025) เป็นต้น

(3) ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับโครงสร้างเงินทุน (Capital structure)

ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับโครงสร้างเงินทุนในการศึกษาครั้งนี้ คือ CV3: อัตราส่วนวัดภาระหนี้สิน (Leverage ratio) โดยใช้อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (Total debts to total assets ratio) มีการศึกษาจำนวนมากใช้อัตราส่วนนี้ (Tarda et al., 2024) การศึกษาก่อนหน้านี้ไม่มีผลสรุปเด็ดขาดของความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมกับ DV1: คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Quality) (ตัวอย่างเช่น Ahmed & Che-Ahmad, 2016; Harjoto et al., 2015); DV2: ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance) ด้าน ESG (ตัวอย่างเช่น Harjoto et al., 2015) ด้านการเงินและด้านมูลค่าบริษัท (ตัวอย่างเช่น Fernández-Temprano & Tejerina-Gaite, 2020); และขนาดคณะกรรมการ (ME: Subcommittee Size) (ตัวอย่างเช่น Chen & Wu, 2016) เป็นต้น

(4) ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับโครงสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership structure)

ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับ CV4: โครงสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership structure) ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นใหญ่อันดับหนึ่ง (Number one largest shareholder) ซึ่งระดับเข้มข้นความเป็นเจ้าของสามารถเป็นกลไกของการตรวจสอบควบคุมดูแลที่มีประสิทธิภาพเพราะระดับเข้มข้นของความเป็นเจ้าของเป็นเครื่องมือกระตุ้นสำหรับผู้ถือหุ้น รายใหญ่เพื่อรับภาระต้นทุนของการตรวจสอบควบคุมดูแล การศึกษาก่อนหน้านี้ไม่มีผลสรุปเด็ดขาดความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นใหญ่อันดับหนึ่งกับ DV1: คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Quality) (ตัวอย่างเช่น Aemsawas, 2024); DV2: ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance) ด้าน ESG (ตัวอย่างเช่น Fahad & Rahman, 2020); และขนาดคณะกรรมการ (ME: Subcommittee Size) (ตัวอย่างเช่น Masulis et al., 2023) เป็นต้น

2.5 สมมติฐานการวิจัย (Hypotheses)

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลอง (Model) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ตัวแปรแทรกกลาง ตัวแปรควบคุม และตัวแปรตาม จากรูปภาพประกอบ 1 ดังกล่าว สามารถสร้างสมมติฐานการวิจัย (Hypotheses) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ 3 สมมติฐานหลัก และ 2 สมมติฐานย่อย ใน 2 กรณี ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1: ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG การเงิน และมูลค่าบริษัท) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG

สมมติฐานการวิจัยที่ 2: ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลต่อขนาดคณะกรรมการกลุ่มระดับสูง โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG

สมมติฐานการวิจัยที่ 3: ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG การเงิน และมูลค่าบริษัท) ผ่านขนาดคณะกรรมการกลุ่มระดับสูง โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG

การยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3 นี้ จะต้องทำการทดสอบ 2 สมมติฐานย่อย แบ่งออกเป็น 2 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 ขนาดของคณะกรรมการในกลุ่มระดับสูง เป็นตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน ได้แก่

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1: ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG การเงิน และมูลค่าบริษัท) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG และ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2: ขนาดคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG การเงิน และมูลค่าบริษัท) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG

กรณีที่ 2 ขนาดของคณะอนุกรรมการในกลุ่มระดับสูง เป็นตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ ได้แก่

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1: ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG การเงิน และมูลค่าบริษัท) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG และ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2: ขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG การเงิน และมูลค่าบริษัท) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสมัครใจเข้าร่วมประเมินหุ้นยั่งยืนและผ่านเกณฑ์การคัดเลือก SET ESG Ratings ประกาศผล 16 ธ.ค. 2566 จำนวน 262 บริษัท ตามข้อมูลออนไลน์ของของฝ่ายพัฒนาการลงทุนอย่างยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 16 ธันวาคม 2567 (<https://setsustainability.com//download/er83bt9om2lgjkp>)

กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทจดทะเบียนในดัชนี SETESG ตามเกณฑ์การคัดเลือกหุ้นเข้าดัชนีจากบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก SET ESG Ratings โดยมีการประกาศรายชื่อหลักทรัพย์ในการคำนวณดัชนี SETESG เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2567 จำนวน 115 บริษัท ตามข้อมูลออนไลน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้ 114 บริษัท โดยไม่รวมลำดับที่ 50 INTUCH เนื่องจากเป็นบริษัทโฮลดิ้ง (Holding company) ที่ไม่มีรายได้และต้นทุนจากขาย/บริการและค่าใช้จ่าย SG&A ซึ่งใช้คำนวณอัตราส่วนที่สำคัญ ได้แก่ Agency costs ratio

3.2 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย ได้แก่

(1) วิธีการวัดค่าตัวแปรควบคุม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรแทรกกลาง ปรากฏตามตาราง 1 เมื่อได้ค่าตัวแปรควบคุมตัวแปรอิสระ และตัวแปรแทรกกลาง จะนำมาจัดเป็นค่า Dummy (ใช่ = 1, ไม่ใช่ = 0) ได้แก่ (ใช่ = 1) เมื่อมีค่าสูงกว่าค่ามัธยฐานหรือจัดเป็นกลุ่มระดับสูง (High-level group); (ไม่ใช่ = 0) เมื่อมีค่าต่ำกว่าหรือเท่ากับค่ามัธยฐานจะจัดเป็นกลุ่มระดับต่ำ (Low-level group) ดังนี้

ตาราง 1 วิธีการวัดค่าตัวแปรควบคุม (CV) ตัวแปรอิสระ (IV) และตัวแปรแทรกกลาง (ME)

ตัวแปร (หน่วย)	อักษรย่อ (ทิศทาง)	วิธีการวัดค่าตัวแปร (ทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้อง)	การวิจัยก่อนหน้า (Previous researches)
ตัวแปรควบคุม (CV): ลักษณะบริษัท (Firm characteristics)			
ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับโครงสร้างของธุรกิจ (Business structure)			
CV1: ขนาดของสินทรัพย์รวม (ล้านบาท)	TOASIZ (+/-)	ขนาดของสินทรัพย์รวม (Positive theory of accounting)	Aifuwa & Embele, 2019
ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับต้นทุนตัวแทน (Agency costs)			
CV2: อัตราส่วนต้นทุน ตัวแทน (เท่า)	AGENCY (+/-)	อัตราส่วนยอดขายรวมต่อ สินทรัพย์รวม (Agency theory)	Baykara & Baykara, 2021

ตาราง 1 วิธีการวัดค่าตัวแปรควบคุม (CV) ตัวแปรอิสระ (IV) และตัวแปรแทรกกลาง (ME) (ต่อ)

ตัวแปร (หน่วย)	อักษรย่อ (ทิศทาง)	วิธีการวัดค่าตัวแปร (ทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้อง)	การวิจัยก่อนหน้า (Previous researches)
ตัวแปรควบคุม (CV): ลักษณะบริษัท (Firm characteristics) (ต่อ)			
ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับโครงสร้างเงินทุน (Capital structure)			
CV3: อัตราส่วนวัดภาระหนี้สิน (เท่า)	TODEBT (+/-)	อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (Resource dependency theory: RDT)	Tarda et al., 2024
ลักษณะบริษัทสัมพันธ์กับโครงสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership structure)			
CV4: โครงสร้างความเป็นเจ้าของ (%)	NUMONE (+/-)	ร้อยละของการถือหุ้นโดยตรงโดยอ้อม และครอบครัวเดียวกันของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อันดับหนึ่ง (Agency theory)	Aemsawas, 2024; Masulis et al., 2023
ตัวแปรอิสระ (IV): ลักษณะคณะกรรมการ (Board characteristics)			
IV1: ขนาดของคณะกรรมการ (คน)	BODSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมดในคณะกรรมการ (RDT)	Harjoto & Wang, 2020
IV2: ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (%)	BODEPT (+/-)	ร้อยละของกรรมการที่มีการศึกษาสูงสุด (ปริญญาเอก) และ/หรือคุณสมบัติทางวิชาชีพสูงสุด (ศาสตราจารย์) ในคณะกรรมการ (RDT)	Aifuwa & Embele, 2019
IV3: เพศของกรรมการ (%)	BODGEN (+/-)	ร้อยละของกรรมการเพศหญิงในคณะกรรมการ (RDT)	Eklemet et al., 2023
IV4: อายุของกรรมการ (ปี)	BODAGE (+/-)	อายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนในคณะกรรมการ (RDT)	Ismail & Latiff, 2019
IV5: อายุของกรรมการอิสระ (ปี)	INDAGE (+/-)	อายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนในคณะกรรมการ (RDT)	Huang, 2015
IV6: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ (ปี)	BODTEN (+/-)	วาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการทุกคนในคณะกรรมการ (RDT)	Harjoto et al., 2015
IV7: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระ (ปี)	INDTEN (+/-)	วาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนในคณะกรรมการ (RDT)	Masulis et al., 2023

ตาราง 1 วิธีการวัดค่าตัวแปรควบคุม (CV) ตัวแปรอิสระ (IV) และตัวแปรแทรกกลาง (ME) (ต่อ)

ตัวแปร (หน่วย)	อักษรย่อ (ทิศทาง)	วิธีการวัดค่าตัวแปร (ทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้อง)	การวิจัยก่อนหน้า (Previous researches)
ตัวแปรอิสระ (IV): ลักษณะคณะกรรมการ (Board characteristics) (ต่อ)			
IV8: องค์ประกอบของ กรรมการอิสระ (%)	BODIND (+/-)	ร้อยละของกรรมการอิสระ ในคณะกรรมการ (Stewardship theory)	Masulis et al., 2023
IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (%)	BODSHA (+/-)	ร้อยละของการถือหุ้นโดยตรงและ โดยอ้อมของกรรมการทุกคน ในคณะกรรมการ (Agency theory)	Eneh et al., 2024
IV10: การประชุมของ คณะกรรมการ (ครั้ง/ปี)	BODMET (+/-)	จำนวนครั้งการประชุมของ คณะกรรมการต่อปี (RDT)	Hossain & Oon, 2022
ตัวแปรแทรกกลาง (ME): ขนาดคณะอนุกรรมการ (Subcommittee Size) (Positive agency theory: PAT)			
ME1: ขนาดคณะกรรมการ ตรวจสอบ (คน)	AUCSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมด ในคณะกรรมการตรวจสอบ (PAT)	Kanapathippillai et al., 2024; Masulis et al., 2023
ME2: ขนาดคณะกรรมการ สรรหาและพิจารณา ค่าตอบแทน (คน)	NRCSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมด ในคณะกรรมการสรรหาและ พิจารณาค่าตอบแทน (PAT)	Kanapathippillai et al., 2024; Masulis et al., 2023
ME3: ขนาดคณะกรรมการ บริหารความเสี่ยง (คน)	RICSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมด ในคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (PAT)	Kanapathippillai et al., 2024; Wada et al., 2023
ME4: ขนาดคณะกรรมการ พัฒนาความยั่งยืน (คน)	SDCSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมด ในคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน (PAT)	López-Arceiz et al., 2022; Fahad & Rahman, 2020
ME5: ขนาดคณะกรรมการ กำกับดูแล(คน)	GOCSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมด ในคณะกรรมการกำกับดูแล (PAT)	Elad et al., 2018; Garcia-Torea et al., 2016
ME6: ขนาดคณะกรรมการ การลงทุน(คน)	INCSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมด ในคณะกรรมการการลงทุน (PAT)	Chen & Wu, 2016; Eulaiwai et al., 2020
ME7: ขนาดคณะกรรมการ เทคโนโลยี (คน)	TECSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมด ในคณะกรรมการเทคโนโลยี (PAT)	Gutterman, 2023; Price & Lankton, 2018
ME8: ขนาดคณะกรรมการ บริหาร (คน)	EXCSIZ (+/-)	จำนวนกรรมการทั้งหมด ในคณะกรรมการบริหาร (PAT)	Chen & Wu, 2016

(2) วิธีวัดค่าตัวแปรตาม: คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report)

วิธีการวัดค่าตัวแปรตาม (DV) ประกอบด้วย DV1: คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Quality) ของบริษัทจดทะเบียน ตามคู่มือจัดทำแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) ที่ยอมรับมาจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (SEC, 2020) ประกอบด้วย DV11: ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจและ

ผลการดำเนินงาน (Business operations and performances) ได้แก่ DV11(1): โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท 17 รายการ, DV11(2): การบริหารจัดการความเสี่ยง 4 รายการ, DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 7 รายการ, DV11(4): การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A) 3 รายการ, DV11(5): ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น 6 รายการ และ DV11(T): รวมส่วนที่ 1 จำนวน 37 รายการ; DV12: ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ (Corporate governance) ได้แก่ DV12(1): นโยบายการกำกับดูแลกิจการ 5 รายการ, DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ 14 รายการ, DV12(3): รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ 8 รายการ, DV12(4): การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน 2 รายการ และ DV12(T): รวมส่วนที่ 2 จำนวน 29 รายการ และ DV13: รวมทั้ง 2 ส่วน (Including 2 parts) ได้แก่ DV13(T): รวมทั้งหมด 66 รายการ โดยมีการประเมินและให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) จากรายการตรวจสอบของดัชนีรายการเปิดเผยข้อมูล เป็นแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted disclosure index: WDI) (Abasi et al., 2022) แบ่งเป็น 2 กรณี ดังนี้ กรณีที่ 1 มีการเปิดเผยข้อมูล “ทั้งหมด หรือ 100%” = 5 คะแนน; “ส่วนใหญ่ หรือ 80%” = 4 คะแนน; “ปานกลาง หรือ 60%” = 3 คะแนน; “ส่วนน้อย หรือ 40%” = 2 คะแนน; และ “เพียงเล็กน้อย หรือ 20%” = 1 คะแนน; และกรณีที่ 2 “ไม่มีการเปิดเผยข้อมูล หรือ 0%” = 0 คะแนน โดยมีสูตรในการคำนวณคะแนนเฉลี่ยของการเปิดเผยข้อมูลแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted average disclosure score: WADS) ดังนี้

WADS	=	TOTSI / m
------	---	-----------

โดย TOTSI (Total score disclosure) หมายถึง คะแนนรวมสูงสุดที่ได้รับจากการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และ m (Maximum number of items) หมายถึง จำนวนรายการที่คาดว่าจะมีการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) จะมีค่าเท่ากับจำนวนรายการสูงสุด อย่างไรก็ตาม เมื่อมีรายการไม่เหมาะสม (Not applicable: N/A) ที่ใช้วัดค่าการประเมินรายการตรวจสอบจะตัดรายการนี้ออกจากการตรวจสอบ ดังนั้น จำนวนรายการที่คาดว่าจะมีการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) จะมีค่าน้อยกว่าจำนวนรายการสูงสุด เมื่อได้ผลลัพธ์คะแนนเฉลี่ยของการเปิดเผยข้อมูลแบบถ่วงน้ำหนัก (WADS) จะนำไปแปลผลตามหัวข้อ 3.4.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ที่ใช้ในการแปลผลระดับผลลัพธ์ของตัวแปรตาม โดยการแจกแจงความถี่จัดหมวดหมู่ (Grouped data)

(3) วิธีวัดค่าตัวแปรตาม: ผลการดำเนินงานของบริษัท

วิธีวัดค่าตัวแปรตาม: ผลการดำเนินงานของบริษัท (ปรากฏตามตาราง 2) เมื่อได้ผลลัพธ์จะนำไปแปลผลตามหัวข้อ 3.4.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ที่ใช้ในการแปลผลระดับผลลัพธ์ของตัวแปรตาม โดยการแจกแจงความถี่จัดหมวดหมู่ (Grouped data)

ตาราง 2 วิธีวัดค่าตัวแปรตาม: ผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG ด้านการเงิน และด้านมูลค่าบริษัท)

ตัวแปร (หน่วย)	อักษรย่อ	วิธีการวัดค่าตัวแปร	การวิจัยก่อนหน้า (Previous researches)
DV2: ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance)			
DV21: ผลการดำเนินงานด้าน ESG (ESG performance)			
DV21: SET ESG ratings (ระดับ)	ESG	SET ESG ratings แบ่งออกเป็น 4 ระดับช่วงคะแนน ได้แก่ AAA = 4, AA = 3, A = 2, BBB = 1	Harjoto & Wang, 2020; Zhiyun Cheng et al., 2024

ตาราง 2 วิธีวัดค่าตัวแปรตาม: ผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG ด้านการเงิน และด้านมูลค่าบริษัท) (ต่อ)

ตัวแปร (หน่วย)	อักษรย่อ	วิธีการวัดค่าตัวแปร	การวิจัยก่อนหน้า (Previous researches)
DV22: ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial performance)			
DV22(1): อัตรากำไรต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	EPS	อัตราส่วนกำไรสุทธิที่เป็นของ ผู้ถือหุ้นสามัญหารด้วย จำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว	Solanke et al., 2022
DV22(2): อัตรากำไรสุทธิ (%)	NPM	ร้อยละของกำไรสุทธิก่อนรายการ พิเศษหารด้วยยอดขายสุทธิ และ/หรือรายได้จากการบริการ	Solanke et al., 2022
DV22(3): อัตราผลตอบแทน ของสินทรัพย์ (%)	ROA	ร้อยละของกำไรสุทธิก่อนรายการ พิเศษหารด้วยสินทรัพย์รวม (ค่าเฉลี่ย)	Masulis et al., 2023; Solanke et al., 2022; Waheed & Malik, 2019
DV22(4): อัตราผลตอบแทน ของส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	ROE	ร้อยละของกำไรสุทธิก่อนรายการ พิเศษหารด้วยมูลค่าทางบัญชีของ ส่วนของผู้ถือหุ้น (ค่าเฉลี่ย)	Solanke et al., 2022; Waheed & Malik, 2019
DV23: ผลการดำเนินงานด้านมูลค่าบริษัท (Firm's value performance)			
DV23: Tobin's q (เท่า)	TBQ	อัตราส่วนมูลค่าหลักทรัพย์ตาม ราคาตลาด ณ สิ้นปีบวกหนี้สินรวม หารด้วยสินทรัพย์รวม	Masulis et al., 2023; Waheed & Malik, 2019

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical research) ซึ่งใช้แหล่งข้อมูลทุติยภูมิและรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) พ.ศ. 2566 ปรากฏในข้อมูลออนไลน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (<https://www.set.or.th>company-profile>information>) เหตุผลที่ใช้รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) ปี พ.ศ. 2566 เนื่องจากช่วงเวลาทำงานวิจัยฉบับนี้ อยู่ระหว่างเดือนมิถุนายน-พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 มีรายงานประจำปี พ.ศ. 2566 เป็นฉบับล่าสุด อย่างไรก็ดี มีความสอดคล้องกับการคัดเลือกหลักทรัพย์ดัชนี SETESG ในรอบทบทวนจากหลักทรัพย์ของบริษัทที่มีผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings สำหรับ ปี พ.ศ. 2566 เป็นชุดล่าสุดที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีการประกาศให้ทราบโดยทั่วไป ณ วันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2567 ในช่วงเวลาที่ทำงานวิจัยฉบับนี้เช่นเดียวกัน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยได้ใช้แหล่งข้อมูลทุติยภูมิและรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) ของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี SETESG ปรากฏในข้อมูลออนไลน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของงานวิจัยนี้เกิดขึ้นจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิได้รวมบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจทางการเงิน (Financials) อันได้แก่ สถาบันการเงิน (Banking) ธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ (Finance & Securities) และ ธุรกิจประกันชีวิตและประกันภัย (Insurance) เนื่องจากกลุ่มนี้มีโครงสร้างทางการเงินและบัญชีที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมทั่วไป เช่น มีการใช้หนี้สินและสินทรัพย์ทางการเงินเป็นหลัก แต่อุตสาหกรรมทั่วไปใช้สินทรัพย์ที่จับต้องได้ (ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สินค้าคงเหลือ) ดังนั้น การสรุปผลจากการศึกษาโดยศึกษาจากทุกกลุ่มอุตสาหกรรมรวมกันอาจมีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถสะท้อนภาพรวมที่แท้จริงของผลการวิจัยได้อย่างถูกต้อง

3.4.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ที่ใช้ในการแปลผลระดับผลลัพธ์ของตัวแปรตาม โดยการแจกแจงความถี่จัดหมวดหมู่ (Grouped data) จากสูตรคำนวณ ดังนี้

ช่วงกว้างแต่ละระดับ	=	$\frac{\text{ค่าของข้อมูลสูงสุด} - \text{ค่าของข้อมูลต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$
---------------------	---	---

เมื่อได้ช่วงกว้างแต่ละระดับจะนำมากำหนดช่วงข้อมูลของแต่ละระดับให้ครอบคลุมข้อมูลจากน้อยไปมากได้แก่

(1) คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล เป็นข้อมูลระดับช่วง (Interval scale) ค่าของข้อมูลสูงสุด = 5.00 ค่าของข้อมูลต่ำสุด = 0.00 จำนวนระดับ = 5 ดังนั้น ช่วงกว้างแต่ละระดับ = 1.00 โดยช่วงคะแนนเฉลี่ยแต่ละระดับ ประกอบด้วย 4.01-5.00 หมายถึง ระดับสูงที่สุด; 3.01-4.00 หมายถึง ระดับสูง; 2.01-3.00 หมายถึง ระดับปานกลาง; 1.01-2.00 หมายถึง ระดับต่ำ; และ 0.01-1.00 หมายถึง ระดับต่ำที่สุด

(2) ผลการดำเนินงานของบริษัท ด้าน SET ESG ratings เป็นข้อมูลระดับช่วง (Interval scale) ค่าของข้อมูลสูงสุด = 4.00 ค่าของข้อมูลต่ำสุด = 1.00 จำนวนระดับ = 4 ดังนั้น ช่วงกว้างแต่ละระดับ = 0.75 โดยช่วงคะแนนเฉลี่ยแต่ละระดับ ประกอบด้วย 3.26-4.00 หมายถึง ระดับ AAA; 2.51-3.25 หมายถึง ระดับ AA; 1.76-2.50 หมายถึง ระดับ A; และ 1.00-1.75 หมายถึง ระดับ BBB

(3) ผลการดำเนินงานของบริษัท ด้านการเงินและมูลค่าบริษัท เป็นข้อมูลระดับอัตราส่วน (Ratio scale) ค่าของข้อมูลสูงสุดและค่าของข้อมูลต่ำสุดได้จากการคำนวณอัตราส่วน (ปรากฏตามตาราง 4) โดยกำหนดจำนวนระดับ เท่ากับ 5 เมื่อได้ช่วงกว้างแต่ละระดับ ดังนั้น ช่วงค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ ประกอบด้วย ระดับสูงที่สุด หมายถึง ค่าของข้อมูลสูงสุด ไม่เกิน 5 เท่าของช่วงค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ; ระดับสูง หมายถึง ค่าของข้อมูลสูงสุด ไม่เกิน 4 เท่าของช่วงค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ; ระดับปานกลาง หมายถึง ค่าของข้อมูลสูงสุด ไม่เกิน 3 เท่าของช่วงค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ; ระดับต่ำ หมายถึง ค่าของข้อมูลสูงสุด ไม่เกิน 2 เท่าของช่วงค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ; และระดับต่ำที่สุด หมายถึง ค่าของข้อมูลสูงสุด ไม่เกิน 1 เท่าของช่วงค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ

3.4.3 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้น (Hierarchical regression analysis) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ทดสอบการเกิด Multicollinearity ก่อนนำตัวแปรควบคุม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรแทรกกลาง ไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้น พบว่า มีค่าต่ำสุด เท่ากับ 0.000 และค่าสูงสุด เท่ากับ 0.533*** ไม่มากกว่า 0.80 สรุปผลการทดสอบส่วนที่ 1 ว่าไม่พบ Multicollinearity ระหว่างตัวแปรที่ทดสอบ และสามารถนำตัวแปรที่ศึกษาทุกตัวแปรไปใช้ในส่วนที่ 2 ต่อไปได้

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้นตามวัตถุประสงค์การวิจัย การยอมรับสมมติฐานการวิจัยจะต้องพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Standardized Beta) มีเครื่องหมายเป็นบวก (+/-) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ *.10, **.05, ***.01 การเกิด Multicollinearity ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา เมื่อค่า VIF มากกว่า 10 หรือค่า Tolerance น้อยกว่า .10 และการเกิด Autocorrelation วัดค่าจาก Durbin-Watson เมื่อมีค่าระหว่าง 1.50 – 2.50 แสดงว่าไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) จึงสรุปผลยอมรับสมมติฐานการวิจัย โดยมีรูปแบบของสมการที่ยอมรับมาจาก (Muller et al., 2005) ดังนี้

DV	=	β_{10}	+	$\beta_{11}CV$	+	$\beta_{12}IV$	+	ϵ_1	(1)		
ME	=	β_{20}	+	$\beta_{21}CV$	+	$\beta_{22}IV$	+	ϵ_2	(2)		
DV	=	β_{30}	+	$\beta_{31}CV$	+	$\beta_{32}IV$	+	$\beta_{33}ME$	+	ϵ_3	(3)

โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้น ในการพิจารณาบทบาทของตัวแปรแทรกกลาง มี 4 เงื่อนไข ดังนี้

เงื่อนไขที่ 1 (จากสมการที่ 1) IV มีอิทธิพลเชิงบวกหรือเชิงลบต่อ DV อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยลักษณะของธุรกิจเป็น CV

เงื่อนไขที่ 2 (จากสมการที่ 2) IV มีอิทธิพลเชิงบวกหรือเชิงลบต่อ ME อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยลักษณะของธุรกิจเป็น CV

หากเงื่อนไขที่ 1 และเงื่อนไขที่ 2 ถูกต้องทั้งหมด จึงนำ IV, ME, DV ดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ต่อไปตามเงื่อนไขที่ 3 (จากสมการที่ 3) เกี่ยวข้องกับ ME มีอิทธิพลเชิงบวกหรือเชิงลบต่อ DV อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยลักษณะของธุรกิจเป็น CV หากทั้งสามเงื่อนไขถูกต้องทั้งหมด จึงนำ IV, ME, DV ดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ต่อไปตามเงื่อนไขที่ 4 (จากสมการที่ 3) ด้านหนึ่ง ถ้า IV มีอิทธิพลเชิงบวกหรือเชิงลบต่อ DV อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยลักษณะของธุรกิจเป็น CV และค่า β_{32} ของ IV จากสมการที่ 3 จะต้องน้อยกว่า β_{12} จากสมการที่ 1 (นั่นคือ $\beta_{32} < \beta_{12}$) จะเรียกประเภทของ ME คือ ตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน (Partial mediation) อีกด้านหนึ่ง ถ้า IV มีอิทธิพลเชิงบวกหรือเชิงลบต่อ DV อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Not significance: ns) จะเรียกประเภทของ ME คือ ตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ (Complete mediation) (Baron & Kenny, 1986)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลลัพธ์การวิจัย

4.1.1 ผลการศึกษาของตัวแปรควบคุม (CV) ตัวแปรอิสระ (IV) ตัวแปรแทรกกลาง (ME) ปรากฏตามตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 ผลการศึกษาหน่วย (Unit) ค่าสูงสุด (Max) ค่าต่ำสุด (Min) ค่ามัธยฐาน (Median) จำนวนบริษัทกลุ่มระดับสูง (High) จำนวนบริษัทกลุ่มระดับต่ำ (Low) และจำนวนข้อมูลทั้งหมด (N=114) ของตัวแปรควบคุม (CV) ตัวแปรอิสระ (IV) ตัวแปรแทรกกลาง (ME)

ตัวแปร Variables	หน่วย Unit	ค่าสูงสุด Max	ค่าต่ำสุด Min	ค่ามัธยฐาน Median	High (บริษัท)	Low (บริษัท)
ตัวแปรควบคุม (CV): ลักษณะบริษัท (Firm characteristics)						
CV1: TOASIZ	ล้านบาท	4,514,484	2,313	56,424	57	57
CV2: AGENCY	เท่า	3.52	0.05	0.42	57	57
CV3: TODEBT	เท่า	0.89	0.09	0.57	56	58
CV4: NUMONE	%	99.99	18.82	53.78	57	57
ตัวแปรอิสระ (IV): ลักษณะคณะกรรมการ (Board characteristics)						
IV1: BODSIZ	คน	20.00	7.00	12.00	34	80
IV2: BODEPT	%	61.51	0.00	20.00	54	60
IV3: BODGEN	%	61.54	0.00	21.43	55	59
IV4: BODAGE	ปี	72.00	51.00	62.00	47	67
IV5: INDAGE	ปี	78.00	51.00	65.00	48	66
IV6: BODTEN	ปี	25.00	1.00	9.00	51	63
IV7: INDTEN	ปี	25.00	1.00	6.00	56	58
IV8: BODIND	%	80.00	30.00	41.67	56	58
IV9: BODSHA	%	73.98	0.00	5.56	57	57
IV10: BODMET	ครั้ง/ปี	25.00	4.00	8.00	49	65

ตาราง 3 ผลการศึกษาหน่วย (Unit) ค่าสูงสุด (Max) ค่าต่ำสุด (Min) ค่ามัธยฐาน (Median) จำนวนบริษัทกลุ่มระดับสูง (High) จำนวนบริษัทกลุ่มระดับต่ำ (Low) และจำนวนข้อมูลทั้งหมด (N=114) ของตัวแปรควบคุม (CV) ตัวแปรอิสระ (IV) ตัวแปรแทรกกลาง (ME) (ต่อ)

ตัวแปร Variables	หน่วย Unit	ค่าสูงสุด Max	ค่าต่ำสุด Min	ค่ามัธยฐาน Median	High (บริษัท)	Low (บริษัท)
ตัวแปรแทรกกลาง (ME): ขนาดคณะอนุกรรมการ (Subcommittee Size)						
ME1: AUCSIZ	คน	5.00	3.00	3.00	23	91
ME2: NRCSIZ	คน	8.00	0.00	3.00	43	71
ME3: RICSIZ	คน	15.00	0.00	4.00	50	64
ME4: SDCSIZ	คน	12.00	0.00	3.00	49	65
ME5: GOCSIZ	คน	13.00	0.00	3.00	47	67
ME6: INCSIZ	คน	6.00	0.00	0.00	16	98
ME7: TECSIZ	คน	9.00	0.00	0.00	7	107
ME8: EXCSIZ	คน	14.00	0.00	4.00	57	57

ผลการศึกษาของตัวแปรควบคุม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรแทรกกลาง มีดังต่อไปนี้

จากตาราง 3 พบว่า *ตัวแปรควบคุม (CV): ลักษณะบริษัท (Firm characteristics)* กลุ่มระดับสูง คือ สูงกว่าค่ามัธยฐาน (57 บริษัท) มีจำนวนบริษัทเท่ากับกลุ่มระดับต่ำ คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับค่ามัธยฐาน (57 บริษัท) ได้แก่ CV1: ขนาดของสินทรัพย์รวม (TOASIZ) สูงกว่า 56,424 ล้านบาท, CV2: อัตราส่วนต้นทุนตัวแทน (AGENCY) สูงกว่า 0.42 เท่า และ CV4: โครงสร้างความเป็นเจ้าของ (NUMONE) โดยการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นใหญ่อันดับหนึ่งสูงกว่า 53.78%; กลุ่มระดับสูง (56 บริษัท) มีจำนวนบริษัทน้อยกว่ากลุ่มระดับต่ำ (58 บริษัท) ได้แก่ CV3: อัตราส่วนวัดภาระหนี้สิน (TODEBT) โดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมสูงกว่า 0.57 เท่า

ตัวแปรอิสระ (IV): ลักษณะคณะกรรมการ (Board characteristics) กลุ่มระดับสูง (57 บริษัท) มีจำนวนบริษัทเท่ากับกลุ่มระดับต่ำ (57 บริษัท) ได้แก่ IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56%; กลุ่มระดับสูง (34, 54, 55, 47, 48, 51, 56, 56, 49 บริษัท ตามลำดับ) มีจำนวนบริษัทน้อยกว่ากลุ่มระดับต่ำ (80, 60, 59, 67, 66, 63, 58, 58, 65 บริษัท ตามลำดับ) ได้แก่ IV1: ขนาดของคณะกรรมการ (BODSIZ) สูงกว่า 12 คน, IV2: ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (BODEPT) สูงกว่า 20.00%, IV3: เพศของกรรมการ (BODGEN) โดยกรรมการเพศหญิงสูงกว่า 21.43%, IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี, IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี, IV6: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ (BODTEN) โดยวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 9.00 ปี, IV7: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระ (INDTEN) โดยวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 6.00 ปี, IV8: องค์ประกอบของกรรมการอิสระ (BODIND) สูงกว่า 41.67% และ IV10: การประชุมของคณะกรรมการ (BODMET) โดยจำนวนครั้งของการประชุมสูงกว่า 8.00 ครั้ง/ปี

ตัวแปรแทรกกลาง (ME): ขนาดคณะอนุกรรมการ (Subcommittee Size) กลุ่มระดับสูง (57 บริษัท) มีจำนวนบริษัทเท่ากับกลุ่มระดับต่ำ (57 บริษัท) ได้แก่ ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) สูงกว่า 4.00 คน; กลุ่มระดับสูง (23, 43, 50, 49, 47, 16, 7 บริษัท ตามลำดับ) มีจำนวนบริษัทน้อยกว่ากลุ่มระดับต่ำ (91, 71, 64, 65, 67, 98, 107 บริษัท ตามลำดับ) ได้แก่ ME1: ขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (AUCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, ME2: ขนาดคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน (NRCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, ME3: ขนาดคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (RICSIZ) สูงกว่า 4.00 คน, ME4: ขนาดคณะกรรมการ

พัฒนาความยั่งยืน (SDCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, ME6: ขนาดคณะกรรมการการลงทุน (INCSIZ) สูงกว่า 0.00 คน (หรือมีอย่างน้อย 1 คน) และ ME7: ขนาดคณะกรรมการเทคโนโลยี (TECSIZ) สูงกว่า 0.00 คน (หรือมีอย่างน้อย 1 คน)

4.1.2 ผลการศึกษาของตัวแปรตาม (DV) ได้แก่ คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure quality) และผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance) ปรากฏตามตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 ผลการศึกษานหน่วย (Unit) ค่าสูงสุด (Max) ค่าต่ำสุด (Min) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การแปลผลระดับของผลลัพธ์ (Level) ค่าอัลฟ่าครอนบาช (Cronbach's Alpha) (Alpha) และจำนวนข้อมูลทั้งหมด (N=114) ของตัวแปรตาม (DV)

ตัวแปร Variables	หน่วย Unit	ค่าสูงสุด Max	ค่าต่ำสุด Min	ค่าเฉลี่ย Mean	SD	ระดับ Level
DV1: คุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure quality)						
DV11: ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน (Alpha = 0.86, n=6)						
DV11(1)	คะแนน	4.06	1.00	2.68	0.58	ปานกลาง
DV11(2)	คะแนน	5.00	1.00	2.78	0.76	ปานกลาง
DV11(3)	คะแนน	4.43	1.00	2.91	0.70	ปานกลาง
DV11(4)	คะแนน	5.00	0.00	3.10	0.82	สูง
DV11(5)	คะแนน	4.33	1.00	2.21	0.79	ปานกลาง
DV11(T)	คะแนน	4.41	1.00	2.74	0.54	ปานกลาง
DV12: ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ (Alpha = 0.84, n=5)						
DV12(1)	คะแนน	5.00	1.00	2.96	0.63	ปานกลาง
DV12(2)	คะแนน	4.43	1.57	2.82	0.44	ปานกลาง
DV12(3)	คะแนน	4.50	0.63	2.75	0.67	ปานกลาง
DV12(4)	คะแนน	5.00	1.00	3.04	0.91	สูง
DV12(T)	คะแนน	4.67	1.23	2.89	0.51	ปานกลาง
DV13: รวมทั้ง 2 ส่วน (Alpha = 0.88, n=9)						
DV13(T)	คะแนน	4.40	1.13	2.81	0.48	ปานกลาง
DV2: ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance)						
DV21: ผลการดำเนินงานด้าน ESG (ESG performance)						
DV21: ESG	ระดับ	4.00	1.00	2.81	0.93	AA
DV22: ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial performance), Alpha = 0.74, n=4						
DV22(1): EPS	บาท/หุ้น	21.81	-15.93	1.95	4.44	ปานกลาง
DV22(2): NPM	%	58.23	-33.80	12.72	12.83	ปานกลาง
DV22(3): ROA	%	25.93	-42.71	7.12	7.26	สูง
DV22(4): ROE	%	56.63	-84.79	10.56	12.83	สูง
DV23: ผลการดำเนินงานด้านมูลค่าบริษัท (Firm's value performance)						
DV23: TBQ	เท่า	27.65	0.61	1.77	2.62	ต่ำที่สุด

ผลการศึกษาของตัวแปรตาม (DV) มีดังต่อไปนี้

จากตาราง 4 พบว่า DV1: คุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Quality) ประกอบด้วย DV11: ส่วนที่ 1 การเปิดเผยข้อมูลส่วนของการประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน (Business operations and performances) ประกอบด้วย 6 ตัวแปรตาม ค่า Alpha เท่ากับ 0.86 หมายถึง มีความน่าเชื่อถือสูงตามเกณฑ์ของ Cortina (1993) ซึ่งบ่งบอกว่าการวัดผลมีความสม่ำเสมอและเชื่อถือได้ มีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในระดับสูง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01-4.00) ได้แก่ DV11(4): การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A) เท่ากับ 3.10 และมีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01-3.00) ได้แก่ DV11(1): โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท, DV11(2): การบริหารจัดการความเสี่ยง, DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน, DV11(5): ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น และ DV11(T): รวมส่วนที่ 1 เท่ากับ 2.68, 2.78, 2.91, 2.21 และ 2.74 ตามลำดับ; DV12: ส่วนที่ 2 การเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการ (Corporate governance) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรตาม ค่า Alpha เท่ากับ 0.84 หมายถึง มีความน่าเชื่อถือสูงตามเกณฑ์ของ Cortina (1993) ซึ่งบ่งบอกว่าการวัดผลมีความสม่ำเสมอและเชื่อถือได้ มีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในระดับสูง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01-4.00) ได้แก่ DV12(4): การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน เท่ากับ 3.04 และมีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01-3.00) ได้แก่ DV12(1): นโยบายการกำกับดูแลกิจการ, DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ, DV12(3): รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ และ DV12(T): รวมส่วนที่ 2 เท่ากับ 2.96, 2.82, 2.75 และ 2.89 ตามลำดับ; และ DV13: รวมทั้ง 2 ส่วน (Including 2 parts) ประกอบด้วย 9 ตัวแปรตาม [DV11(1) – DV11(5) และ DV12(1) – DV12(4)] ค่า Alpha เท่ากับ 0.88 หมายถึง มีความน่าเชื่อถือสูงตามเกณฑ์ของ Cortina (1993) ซึ่งบ่งบอกว่าการวัดผลมีความสม่ำเสมอและเชื่อถือได้ มีคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01-3.00) ได้แก่ DV13(T): รวมทั้งหมด เท่ากับ 2.81

DV2: ผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance) ประกอบด้วย DV21: ผลการดำเนินงานด้าน ESG (ESG performance) ได้แก่ DV21: SET ESG ratings (ESG) มีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 2.81 หมายถึง มีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับ AA (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.25); DV22: ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial performance) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรตาม ค่า Alpha เท่ากับ 0.74 หมายถึง มีความน่าเชื่อถือยอมรับได้ตามเกณฑ์ของ Cortina (1993) ซึ่งบ่งบอกว่าการวัดผลมีความสม่ำเสมอและเชื่อถือได้ โดยค่าเฉลี่ย (Mean) ของ DV22(1): อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) เท่ากับ 1.95 บาทต่อหุ้น มีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง -0.82 – 6.72); DV22(2): อัตรากำไรสุทธิ (NPM) เท่ากับ 12.72% มีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.03 – 21.43); DV22(3): อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (ROA) เท่ากับ 7.12% มีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับสูง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง -1.51 – 12.21); และ DV22(4): อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับ 10.56% มีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับสูง (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.06 – 28.33); และ DV23: ผลการดำเนินงานด้านมูลค่าบริษัท (Firm's value performance) ได้แก่ DV23: Tobin's q (TBQ) เท่ากับ 1.77 เท่า มีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับต่ำที่สุด (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.61 – 6.02)

4.1.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้นตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยส่วนที่ 2 โดยสรุป ได้แก่ ค่า F Change และค่า Beta มีนัยสำคัญทางสถิติตามที่กำหนด รวมทั้งไม่เกิด Multicollinearity วัดค่าจาก VIF น้อยกว่า 10 (ผลการวิเคราะห์มีค่าระหว่าง 1.01 - 1.35) หรือ ค่า Tolerance มากกว่า .10 (ผลการวิเคราะห์มีค่าระหว่าง .74 - .99) และไม่มีอัตสหสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) วัดค่าจาก Durbin-Watson เมื่อมีค่าระหว่าง 1.50 – 2.50 (ผลการวิเคราะห์มีค่าระหว่าง 1.65 – 2.17) และสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์การถดถอยโดยลำดับขั้นและแสดงเฉพาะค่าสถิติทดสอบ F ที่มีการเปลี่ยนแปลง (F Change) และค่าเบต้าของสัมประสิทธิ์มาตรฐาน

(β) ที่ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (ปรากฏตามตาราง 5); สมมติฐานการวิจัยที่ 2 (ปรากฏตามตาราง 6) และสมมติฐานการวิจัยที่ 3 (ปรากฏตามตาราง 7) ดังนี้

ตาราง 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (Hypothesis 1) โดยการวิเคราะห์การถดถอยโดยลำดับขั้นและแสดงเฉพาะค่าสถิติทดสอบ F ที่มีการเปลี่ยนแปลง (F Change) และค่าเบต้าของสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) ที่ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1

สมมติฐานการวิจัยที่ 1	DV	F Change	$\beta_{11}CV$	DV	F Change	$\beta_{11}CV$
ขั้นที่ 1 (Step 1): นำตัวแปรควบคุม (CV) เข้าสมการที่ 1 (Equation 1)						
CV1: TOASIZ	ESG	5.02***	.43***	TBQ	2.73**	-.20*
	EPS	2.39*	.28**			
CV2: AGENCY	NPM	7.84***	-.47***	TBQ	2.73**	.17*
CV3: TODEBT	NPM	7.84***	-.20**	ROA	3.32**	-.25**
สมมติฐานการวิจัยที่ 1	DV	F Change	$\beta_{12}IV$	DV	F Change	$\beta_{12}IV$
ขั้นที่ 2 (Step 2): นำตัวแปรอิสระ (IV) เข้าสมการที่ 1 (Equation 1)						
IV1: BODSIZ	EPS	5.24**	.23**			
IV2: BODEPT	DV11(1)	5.15**	.22**	ESG	8.04***	.25***
	DV12(2)	8.03***	.27***			
IV3: BODGEN	DV11(3)	6.37**	-.25**	DV13(T)	4.64**	-.22**
	DV12(3)	4.06**	-.21**	EPS	3.26*	.18*
	DV12(4)	4.79**	-.22**	ROA	3.27*	.18*
	DV12(T)	5.83**	-.24**	ROE	4.56**	.22**
IV4: BODAGE	DV11(2)	3.32*	.17*	DV12(4)	4.98**	.21**
	DV11(3)	4.76**	.20**	DV12(T)	2.98*	.16*
	DV11(T)	3.66*	.18*	DV13(T)	3.94**	.19**
	DV12(2)	7.00***	.25***			
IV5: INDAGE	DV11(1)	7.54***	.26***	DV12(2)	4.53**	.20**
	DV11(2)	3.44*	.18*	DV12(3)	6.40**	.24**
	DV11(3)	5.89**	.23**	DV12(4)	7.20***	.25***
	DV11(5)	4.22**	.20**	DV12(T)	7.65***	.26***
	DV11(T)	6.59**	.24**	DV13(T)	8.46***	.27***
IV6: BODTEN	DV11(3)	3.59*	.18*	DV12(3)	5.16**	.22**
	DV12(2)	2.85*	.17*			
IV7: INDTEN	DV12(2)	5.67**	.23**	ROE	4.23**	.20**
	DV12(3)	4.69**	.21**			

Statistically significant at the level *p< .10, **p<.05, ***p< .01

ตาราง 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (Hypothesis 1) โดยการวิเคราะห์การถดถอยโดยลำดับขั้นและแสดงเฉพาะค่าสถิติทดสอบ F ที่มีการเปลี่ยนแปลง (F Change) และค่าเบต้าของสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) ที่ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1	DV	F Change	β_{12}/IV	DV	F Change	β_{12}/IV
ขั้นที่ 2 (Step 2): นำตัวแปรอิสระ (IV) เข้าสมการที่ 1 (Equation 1) (ต่อ)						
IV8: BODIND	DV12(3)	3.03*	-.17*			
IV9: BODSHA	DV11(5)	3.96**	-.21**	ROA	10.06***	.31***
	ESG	9.74***	-.29***	ROE	9.98***	.32***
	NPM	3.72*	.18*			
IV10: BODMET	TBQ	3.83*	.20*			

Statistically significant at the level *p< .10, **p<.05, ***p< .01

จากตาราง 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1: ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวก/ลบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG การเงินและมูลค่าบริษัท) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุม ดังนี้

ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ได้แก่ IV2: ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (BODEPT) สูงกว่า 20.00% ที่มีต่อ DV11(1): โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท (.22**) และ DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ (.27***); IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี ที่มีต่อ DV11(2): การบริหารจัดการความเสี่ยง (.17*), DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (.20**), DV11(T): รวมส่วนที่ 1 (.18*), DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ (.25***), DV12(4): การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน (.21**), DV12(T): รวมส่วนที่ 2 (.16*) และ DV13(T): รวมทั้งหมด (.19**); IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี ที่มีต่อ DV11(1): โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท (.26***), DV11(2): การบริหารจัดการความเสี่ยง (.18*), DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (.23**), DV11(5): ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น (.20**), DV11(T): รวมส่วนที่ 1 (.24**), DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ (.20**), DV12(3): รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ (.24**), DV12(4): การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน (.25***), DV12(T): รวมส่วนที่ 2 (.26***), DV13(T): รวมทั้งหมด (.27***); IV6: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ (BODTEN) โดยวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 9.00 ปี ที่มีต่อ DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (.18*), DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ (.17*) และ DV12(3): รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ (.22**); IV7: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระ (INDTEN) โดยวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 6.00 ปี ที่มีต่อ DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ (.23**), DV12(3): รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ (.21**) และ DV22(4): อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) (.20**)

ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงลบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ได้แก่ IV3: เพศของกรรมการ (BODGEN) โดยกรรมการเพศหญิงสูงกว่า 21.43% ที่มีต่อ DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (-.25**), DV12(3): รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ (-.21**), DV12(4): การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน (-.22**), DV12(T): รวมส่วนที่ 2 (-.24**) และ DV13(T): รวมทั้ง 2 ส่วน (-.22**); IV8: องค์ประกอบของกรรมการอิสระ (BODIND) สูงกว่า 41.67% ที่มีต่อ DV12(3): รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ (-.17*); IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% ที่มีต่อ DV11(5): ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น (-.21**)

ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ IV1: ขนาดของคณะกรรมการ (BODSIZ) สูงกว่า 12 คน ที่มีต่อ DV22(1): อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) (.23**); IV2: ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (BODEPT) สูงกว่า 20.00% ที่มีต่อ DV21: SET ESG ratings (ESG) (.25***); IV3: เพศของกรรมการ (BODGEN) โดยกรรมการเพศหญิงสูงกว่า 21.43% ที่มีต่อ DV22(1): อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) (.18*), DV22(3): อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวมเฉลี่ย (ROA) (.18*) และ DV22(4): อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) (.22**); IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% ที่มีต่อ DV22(2): อัตรากำไรสุทธิ (NPM) (.18*), DV22(3): อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวมเฉลี่ย (ROA) (.31***), DV22(4): อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) (.32***); IV10: การประชุมของคณะกรรมการ (BODMET) โดยจำนวนครั้งของการประชุมสูงกว่า 8.00 ครั้ง/ปี ที่มีต่อ DV23: Tobin's q (TBQ) (.20*)

ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% ที่มีต่อ DV21: SET ESG ratings (ESG) (-.29***)

นอกจากนี้ ลักษณะบริษัท (Firm characteristics) ที่สามารถใช้เป็นตัวแปรควบคุม (CV) ได้ ประกอบด้วย CV1: ขนาดของสินทรัพย์รวม (TOASIZ) สูงกว่า 56,424 ล้านบาท มีผลกระทบเชิงบวกต่อ DV21: SET ESG ratings (ESG) (.43***), DV22(1): อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) (.28**) และมีผลกระทบเชิงลบต่อ DV23: Tobin's q (TBQ) (-.20*); CV2: อัตราส่วนต้นทุนตัวแทน (AGENCY) สูงกว่า 0.42 เท่า มีผลกระทบเชิงบวกต่อ DV23: Tobin's q (TBQ) (.17*) และมีผลกระทบเชิงลบต่อ DV22(2): อัตรากำไรสุทธิ (NPM) (-.47***); และ CV3: อัตราส่วนวัดภาวะหนี้สิน (TODEBT) โดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม สูงกว่า 0.57 เท่า มีผลกระทบเชิงลบต่อ DV22(2): อัตรากำไรสุทธิ (NPM) (-.20**), DV22(3): อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวมเฉลี่ย (ROA) (-.25**) แต่ไม่มีผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล

ตาราง 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 (Hypothesis 2) โดยการวิเคราะห์การถดถอยโดยลำดับขั้นและแสดงเฉพาะค่าสถิติทดสอบ F ที่มีการเปลี่ยนแปลง (F Change) และค่าเบต้าของสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) ที่ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

สมมติฐานการวิจัยที่ 2	DV	F Change	$\beta_{21}CV$	DV	F Change	$\beta_{21}CV$
ขั้นที่ 1 (Step 1): นำตัวแปรควบคุม (CV) เข้าสมการที่ 2 (Equation 2)						
CV1: TOASIZ	ME8	2.28*	-.21*			
CV2: AGENCY	ME8	2.28*	-.26***			
CV3: TODEBT	ME7	2.20*	.22**			
สมมติฐานการวิจัยที่ 2	DV	F Change	$\beta_{22}IV$	DV	F Change	$\beta_{22}IV$
ขั้นที่ 2 (Step 2): นำตัวแปรอิสระ (IV) เข้าสมการที่ 2 (Equation 2)						
IV1: BODSIZ	ME1	11.37***	.34***	ME5	4.55**	.22**
IV4: BODAGE	ME5	2.80*	.16*			
IV5: INDAGE	ME2	4.73**	-.21*	ME8	3.38*	.17*
IV8: BODIND	ME8	4.84**	-.20**			
IV9: BODSHA	ME7	4.60**	-.22**			
IV10: BODMET	ME1	2.84*	.18*			

Statistically significant at the level *p< .10, **p <.05, ***p< .01

จากตาราง 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2: ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวก/ลบต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุม ดังนี้

ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง ได้แก่ IV1: ขนาดของคณะกรรมการ (BODSIZ) สูงกว่า 12 คน ที่มีต่อ ME1: ขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (AUCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน (.34***) และ ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน (.22**); IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี ที่มีต่อ ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน (.16*); IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี ที่มีต่อ ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) สูงกว่า 4.00 คน (.17*); IV10: การประชุมของคณะกรรมการ (BODMET) โดยจำนวนครั้งของการประชุมสูงกว่า 8.00 ครั้ง/ปีที่มีต่อ ME1: ขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (AUCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน (.18*)

ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงลบต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง ได้แก่ IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี ที่มีต่อ ME2: ขนาดคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (NRCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน (-.21*); IV8: องค์ประกอบของกรรมการอิสระ (BODIND) สูงกว่า 41.67% ที่มีต่อ ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) สูงกว่า 4.00 คน (-.20**); IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% ที่มีต่อ ME7: ขนาดคณะกรรมการเทคโนโลยี (TECSIZ) สูงกว่า 0.00 คน (หรือมีอย่างน้อย 1 คน) (-.22**)

นอกจากนี้ ลักษณะบริษัท (Firm characteristics) ที่สามารถใช้เป็นตัวแปรควบคุม (CV) ได้ ประกอบด้วย CV1: ขนาดของสินทรัพย์รวม (TOASIZ) สูงกว่า 56,424 ล้านบาท มีผลกระทบเชิงลบต่อ ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) (-.21*); CV2: อัตราส่วนต้นทุนตัวแทน (AGENCY) มีผลกระทบเชิงลบต่อ ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) (-.26***) และ CV3: อัตราส่วนวัดภาระหนี้สิน (TODEBT) โดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม สูงกว่า 0.57 เท่า มีผลกระทบเชิงบวกต่อ ME7: ขนาดคณะกรรมการเทคโนโลยี (TECSIZ) (.22**)

ตาราง 7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 (Hypothesis 3) โดยการวิเคราะห์การถดถอยโดยลำดับขั้นและแสดงเฉพาะค่าสถิติทดสอบ F ที่มีการเปลี่ยนแปลง (F Change) และค่าเบต้าของสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) ที่ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 3

สมมติฐานการวิจัยที่ 3	DV	F Change	$B_{31}CV$	DV	F Change	$B_{31}CV$
ขั้นที่ 1 (Step 1): นำตัวแปรควบคุม (CV) เข้าสมการที่ 3 (Equation 3)						
CV1: TOASIZ	ESG	5.02***	.43***	TBQ	2.73**	-.20*
	EPS	2.39*	.28**			
CV2: AGENCY	NPM	7.84***	-.47***	TBQ	2.73**	.17*
CV3: TODEBT	NPM	7.84***	-.20**	ROA	3.32**	-.25**
สมมติฐานการวิจัยที่ 3	DV	F Change	$\beta_{32}IV$, $\beta_{33}ME$	ประเภทของตัวแปรแทรกกลาง Type of mediating variable		
ขั้นที่ 2 (Step 2): นำตัวแปรอิสระ (IV) และตัวแปรแทรกกลาง (ME) เข้าสมการที่ 3 (Equation 3)						
IV4: BODAGE	DV11(2)	3.29**	.15 ns	.15 ns ($\beta_{32}IV$) < .17* ($\beta_{12}IV$);		
ME5: GOCSIZ	DV11(2)	3.29**	.17*	กรณีที่ 2: ตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ (Complete mediation)		

ตาราง 7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 (Hypothesis 3) โดยการวิเคราะห์การถดถอยโดยลำดับขั้นและแสดงเฉพาะค่าสถิติทดสอบ F ที่มีการเปลี่ยนแปลง (F Change) และค่าเบต้าของสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) ที่ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3	DV	F Change	$\beta_{32}IV$, $\beta_{33}ME$	ประเภทของตัวแปรแทรกกลาง Type of mediating variable
ขั้นที่ 2 (Step 2): นำตัวแปรอิสระ (IV) และตัวแปรแทรกกลาง (ME) เข้าสมการที่ 3 (Equation 3) (ต่อ)				
IV4: BODAGE	DV11(3)	3.92**	.18*	.18* ($\beta_{32}IV$) < .20** ($\beta_{12}IV$);
ME5: GOCSIZ	DV11(3)	3.92**	.17*	กรณีที่ 1: ตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน (Partial mediation)
IV4: BODAGE	DV11(T)	4.60**	.15 ns	.15 ns ($\beta_{32}IV$) < .18* ($\beta_{12}IV$);
ME5: GOCSIZ	DV11(T)	4.60**	.23**	กรณีที่ 2: ตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ (Complete mediation)
IV4: BODAGE	DV12(2)	6.23***	.21**	.21** ($\beta_{32}IV$) < .25*** ($\beta_{12}IV$);
ME5: GOCSIZ	DV12(2)	6.23***	.22**	กรณีที่ 1: ตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน (Partial mediation)
IV4: BODAGE	DV13(T)	4.26**	.16 ns	.16 ns ($\beta_{32}IV$) < .19** ($\beta_{12}IV$);
ME5: GOCSIZ	DV13(T)	4.26**	.21**	กรณีที่ 2: ตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ (Complete mediation)
IV5: INDAGE	DV11(3)	4.67**	.20**	.20** ($\beta_{32}IV$) < .23** ($\beta_{12}IV$);
ME8: EXCSIZ	DV11(3)	4.67**	.18*	กรณีที่ 1: ตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน (Partial mediation)
IV9: BODSHA	DV11(5)	3.76**	-.17 ns	-.17 ns ($\beta_{32}IV$) < -.21** ($\beta_{12}IV$);
ME7: TECSIZ	DV11(5)	3.76**	.18*	กรณีที่ 2: ตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ (Complete mediation)

Statistically significant at the level *p < .10, **p < .05, ***p < .01

จากตาราง 7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3: ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงมีอิทธิพลเชิงบวก/ลบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และผลการดำเนินงานของบริษัท (ด้าน ESG การเงิน และมูลค่าบริษัท) ผ่านขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุม แบ่งออกเป็น 2 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 ขนาดของคณะอนุกรรมการในกลุ่มระดับสูง เป็นตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน (Partial mediation)

IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน, DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ โดย $\beta_{32}IV$ มีค่าเท่ากับ .18*, .21** ตามลำดับ ผ่าน ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน, DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญ โดย $\beta_{33}ME$ มีค่าเท่ากับ .17*, .22** ตามลำดับ และ $\beta_{32}IV < \beta_{12}IV$ ($\beta_{32}IV$ มีค่าเท่ากับ .18*, .21** < $\beta_{12}IV$ มีค่าเท่ากับ .20**, .25*** ตามลำดับ)

ดังนั้น สรุปผลบทบาทของ ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน เป็นตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน ในการส่งผ่านอิทธิพลเชิงบวกของ IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี ที่มีต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ได้แก่ DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน และ DV12(2): โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญ

IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน โดย $\beta_{32}IV$ มีค่าเท่ากับ .20** ผ่าน ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) สูงกว่า 4.00 คน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน โดย $\beta_{33}ME$ มีค่าเท่ากับ .18* และ $\beta_{32}IV < \beta_{12}IV$ ($\beta_{32}IV$ มีค่าเท่ากับ .20** < $\beta_{12}IV$ มีค่าเท่ากับ .23**) ดังนั้น สรุปผลบทบาทของ ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) สูงกว่า 4.00 คน เป็นตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน ในการส่งผ่านอิทธิพลเชิงบวกของ IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี ที่มีต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ได้แก่ DV11(3): การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

กรณีที่ 2 ขนาดของคณะอนุกรรมการในกลุ่มระดับสูง เป็นตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ (Complete mediation)

IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี ไม่มีอิทธิพลต่อ DV11(2): การบริหารจัดการความเสี่ยง, DV11(T): รวมส่วนที่ 1, DV13(T): รวมทั้งหมด โดย $\beta_{32}IV$ มีค่าเท่ากับ .15 ns, .15 ns, .16 ns ตามลำดับ ผ่าน ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ DV11(2): การบริหารจัดการความเสี่ยง, DV11(T): รวมส่วนที่ 1, DV13(T): รวมทั้งหมด โดย $\beta_{33}ME$ มีค่าเท่ากับ .17*, .23**, .21** ตามลำดับ และ $\beta_{32}IV < \beta_{12}IV$ ($\beta_{32}IV$ มีค่าเท่ากับ .15 ns, .15 ns, .16 ns < $\beta_{12}IV$ มีค่าเท่ากับ .17*, .18*, .19** ตามลำดับ) ดังนั้น สรุปผลบทบาทของ ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน เป็นตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ ในการส่งผ่านอิทธิพลเชิงบวกของ IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี ที่มีต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ได้แก่ DV11(2): การบริหารจัดการความเสี่ยง, DV11(T): รวมส่วนที่ 1 และ DV13(T): รวมทั้งหมด

IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% ไม่มีอิทธิพลต่อ DV11(5): ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น โดย $\beta_{32}IV$ มีค่าเท่ากับ -.17 ns ผ่าน ME7: ขนาดคณะกรรมการเทคโนโลยี (TECSIZ) สูงกว่า 0.00 คน (หรือมีอย่างน้อย 1 คน) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ DV11(5): ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น โดย $\beta_{33}ME$ มีค่าเท่ากับ .18* และ $\beta_{32}IV < \beta_{12}IV$ ($\beta_{32}IV$ มีค่าเท่ากับ -.17 ns < $\beta_{12}IV$ มีค่าเท่ากับ -.21**) ดังนั้น สรุปผลบทบาทของ ME7: ขนาดคณะกรรมการเทคโนโลยี (TECSIZ) สูงกว่า 0.00 คน (หรือมีอย่างน้อย 1 คน) เป็นตัวแปรแทรกกลางแบบสมบูรณ์ ในการส่งผ่านอิทธิพลเชิงบวกของ IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% ที่มีต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ได้แก่ DV11(5): ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

นอกจากนี้ *ลักษณะบริษัท (Firm characteristics)* สามารถใช้เป็นตัวแปรควบคุม (CV) ได้ โดยมีผลลัพธ์เช่นเดียวกับการนำตัวแปรควบคุม (CV) เข้าสมการที่ 1 (Equation 1) ตามตาราง 5

4.2 การอภิปรายผล

4.2.1 อภิปรายผลการศึกษาของตัวแปรตาม

ผลการศึกษาคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure quality) ในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) พบว่า ข้อมูลทุกรายการมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นรายการ DV11(4): การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A) และ DV12(4): การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง เหตุผลที่เป็นไปได้อาจมาจากแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการรายงาน ESG ผ่านการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทตามแบบ 56-1 One Report (ที่ไม่สามารถระบุได้ในรายงานทางการเงิน) แสดงให้เห็นถึงบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG มีการเปิดเผยข้อมูลได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจ รวมถึงความน่าเชื่อถือและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีศักยภาพ เช่น นักลงทุน

พนักงาน และชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังคงมีไม่มากนักเนื่องจากดัชนีรายการตรวจสอบการเปิดเผยข้อมูลมีจำนวนน้อย (Liu et al., 2022)

ผลการศึกษาผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm performance) พบว่า ผลการดำเนินงานด้าน ESG โดย DV21: SET ESG ratings อยู่ในระดับ AA สะท้อนว่าบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG กำลังเร่งปรับตัวและยกระดับ ESG อย่างเข้มข้น โดยสอดคล้องกับเทรนด์ทั่วโลกที่เริ่มกลายเป็นกฎเกณฑ์ และนักลงทุนกำลังมองหาเพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน (Setinvestnow, 2024); ผลการดำเนินงานด้านการเงิน เทียบกับข้อมูลสรุปภาวะตลาดเกี่ยวกับจัดอันดับภาพรวม Top 20 (Settrade, 2024) ได้แก่ DV22(1): อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 บาทต่อหุ้น อยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ค่าสูงสุด เท่ากับ 21.81 บาทต่อหุ้น โดยมีค่าสูงกว่าค่าต่ำสุดของ Top 20 EPS เท่ากับ 11.82 บาทต่อหุ้น; DV22(2): อัตรากำไรสุทธิ (NPM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.72% อยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ค่าสูงสุด เท่ากับ 58.23 % โดยมีค่าสูงกว่าค่าต่ำสุดของ Top 20 NPM เท่ากับ 31.27%; DV22(3): อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (ROA) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.12% อยู่ในระดับสูง และมีค่าสูงสุด เท่ากับ 25.93% โดยมีค่าสูงกว่าค่าต่ำสุดของ Top 20 ROA เท่ากับ 19.32%; DV22(4): อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.56% อยู่ในระดับสูง และมีค่าสูงสุด เท่ากับ 56.63% โดยมีค่าสูงกว่าค่าต่ำสุดของ Top 20 ROE เท่ากับ 28.98% สะท้อนว่าบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG มีพื้นฐานมาจากจริยธรรมและความยั่งยืนช่วยให้นักลงทุนมีมุมมองที่กว้างไกลในการประเมินความเป็นไปได้และความเสี่ยง และระบุเส้นทางสู่การสร้างมูลค่าในระยะยาวได้ (Zhang et al., 2024) และผลการดำเนินงานด้านมูลค่าบริษัท ได้แก่ DV23: Tobin's q (TBQ) เท่ากับ 1.77 เท่า อยู่ในระดับต่ำที่สุด อย่างไรก็ตาม ค่าสูงสุด เท่ากับ 27.65 เท่า โดยมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยของ Tobin's q ของ SET100 index (ปี 2560-2564) เท่ากับ 1.96 เท่า (Konartorn & Phetruen, 2024) สะท้อนว่าการตัดสินใจของกรรมการบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG สนับสนุนการมีส่วนร่วมประเมินหุ้นยังมีส่วนสนับสนุนแนวทางปฏิบัติทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพทางนิเวศวิทยา (Xue et al., 2023) และ Tobin's q ในฐานะมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีของบริษัทได้รับการอ้างอิงสถิติและสันนิษฐานไว้ล่วงหน้าเป็นหลักฐานว่าตลาดสามารถระบุแนวโน้มการเติบโตและสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เมื่อมีค่า Tobin's q มากกว่า 1.00 เท่า และมีหนี้สินน้อยลง ผลทางกลไกจึงเพิ่มค่า Tobin's q ของบริษัทโดยไม่ต้องมีมุมมองการเติบโตหรือสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Cardao-Pito, 2022)

4.2.2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1

IV1: ขนาดของคณะกรรมการ (BODSIZ) สูงกว่า 12 คน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัทด้านการเงิน สอดคล้องกับ Mehmood et al. (2024) และจุดสนใจก็คือคณะกรรมการขนาดใหญ่มีการเข้าถึงความเชี่ยวชาญทรัพยากร และการกำกับดูแลบริษัทด้านการบริหารจัดการที่หลากหลาย (Mehmood et al., 2024)

IV2: ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (BODEPT) สูงกว่า 20.00% มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล สอดคล้องกับ Soleimanian (2024) และผลการดำเนินงานด้าน ESG สอดคล้องกับ Lee et al. (2024) และจุดสนใจก็คือจำนวนของกรรมการที่มีความเชี่ยวชาญสูงมีความเข้าใจถึงความสำคัญของ ESG ต่อการสร้างมูลค่า

IV3: เพศของกรรมการ (BODGEN) โดยกรรมการเพศหญิงสูงกว่า 21.43% มีอิทธิพลเชิงลบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล สอดคล้องกับ Fahad & Rahman (2020) และจุดสนใจก็คือจำนวนของกรรมการเพศหญิงมีส่วนร่วมในห้องประชุมคณะกรรมการของกรรมการเพศหญิงที่มีจำนวนน้อย ส่งผลให้มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล แต่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน สอดคล้องกับ Eklemet et al. (2023) และจุดสนใจก็คือจำนวนของกรรมการเพศหญิงสูงมีการตัดสินใจทางธุรกิจเป็นไปอย่างยุติธรรมและเท่าเทียม ส่งผลต่อการปรับปรุงผลการดำเนินงานของบริษัท

IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพ การเปิดเผยข้อมูล สอดคล้องกับ Huang (2015) และจุดสนใจก็คืออายุของกรรมการสูงมีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายขึ้น

และขยายขอบเขตการคิดเชิงปัญญาในการตัดสินใจและให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจและนโยบายขององค์กร

IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล สอดคล้องกับ Huang (2015) และจุดสนใจก็คืออายุของกรรมการสูงมีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายขึ้นและขยายขอบเขตการคิดเชิงปัญญาในการตัดสินใจและให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจและนโยบายขององค์กร และกรรมการอิสระในคณะกรรมการเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนบริษัทไปสู่กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน

IV6: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ (BODTEN) โดยวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 9.00 ปี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล สอดคล้องกับ Song & Zhu (2023) และจุดสนใจก็คือวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการสูงมีความเชี่ยวชาญที่หลากหลายมากขึ้นจึงมีความสามารถในการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

IV7: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระ (INDTEN) โดยวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 6.00 ปี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล สอดคล้องกับ Song & Zhu (2023) และจุดสนใจก็คือวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระสูงมีความเชี่ยวชาญที่หลากหลายมากขึ้นจึงมีความสามารถในการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และผลการดำเนินงานด้านการเงิน สอดคล้องกับ Masulis et al. (2023) และจุดสนใจก็คือวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระสูงทำหน้าที่เป็นมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทและให้ความเชื่อมโยงเพิ่มเติมกับทรัพยากร เช่น เงินทุน หนี้ส่วนขององค์กร ชัพพลายเออร์ และลูกค้า (Harjoto & Wang, 2020)

IV8: องค์ประกอบของกรรมการอิสระ (BODIND) สูงกว่า 41.67% มีอิทธิพลเชิงลบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล สอดคล้องกับ Ismail & Latiff (2019) และจุดสนใจก็คือจำนวนของกรรมการอิสระในคณะกรรมการสูงไม่มีการถ่วงดุลอำนาจของกรรมการบริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นที่เหมาะสมจึงทำให้นักลงทุนบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีอำนาจโดยไม่มีข้อจำกัด

IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% มีอิทธิพลเชิงลบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล และผลการดำเนินงานของบริษัทด้าน ESG สอดคล้องกับ Eneh et al. (2024) และจุดสนใจก็คือจำนวนการถือหุ้นของกรรมการสูงจะแสดงออกเสมือนกับเป็นเจ้าของและมีอำนาจเหนือกว่ากรรมการบริษัทคนอื่น (Di, 2022) อาจจงใจปิดกั้นข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลเชิงกลยุทธ์และข้อมูลทั่วไป เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับและบริษัทคู่แข่งอาจนำไปใช้เพื่อเสนอราคาสูงกว่าบริษัทได้ แต่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน สอดคล้องกับ Agustia et al. (2018) และจุดสนใจก็คือจำนวนการถือหุ้นของกรรมการสูงจะแสดงออกเสมือนกับเป็นเจ้าของและไม่ใช้ความอิสระทางความคิดเพื่อแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริหารฝ่ายเดียวจึงมีแรงจูงใจในการติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายบริหารของบริษัทต่อไป และให้แน่ใจว่ากิจกรรมการดำเนินงานได้ดำเนินไปอย่างราบรื่นและลดโอกาสที่บริษัทจะประสบปัญหาทางการเงิน (Mariano et al., 2021)

IV10: การประชุมของคณะกรรมการ (BODMET) โดยจำนวนครั้งของการประชุมสูงกว่า 8.00 ครั้ง/ปี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่าบริษัท สอดคล้องกับ Hossain & Oon (2022) และจุดสนใจก็คือจำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการสูงสามารถตรวจสอบให้คำแนะนำและควบคุมฝ่ายบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผลการศึกษาพบว่าลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูงอยู่ภายใต้ทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการ (Governance theory) ที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานของบริษัทดังกล่าวข้างต้น มีประโยชน์หลายประการมาสู่องค์กรซึ่งหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สำคัญสนับสนุนผลประโยชน์ทั้งโดยทั่วไปและโดยเฉพาะจึงสามารถกำหนดเป็นกลไกการกำกับดูแลกิจการภายในกลไกหนึ่ง (Majeed et al., 2015) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมเพื่อให้ผลการศึกษา เกิดจากตัวแปรอิสระอย่างแท้จริงและป้องกันไม่ให้ผลการศึกษาเกิดความคลาดเคลื่อน ได้แก่ CV1: ขนาดของสินทรัพย์รวม (TOASIZ) สูงกว่า 56,424 ล้านบาท มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้าน ESG และด้านการเงิน และมี

ผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่าบริษัท, CV2: อัตราส่วนต้นทุนตัวแทน (AGENCY) สูงกว่า 0.42 เท่า มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่าบริษัท และมีผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ CV3: อัตราส่วนวัดภาระหนี้สิน (TODEBT) โดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมสูงกว่า 0.57 เท่า มีผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน จึงได้ยืนยันความสัมพันธ์ที่สำคัญเพื่อระบุปัจจัยพื้นฐานที่กลั่นกรองความแปรปรวนที่ชัดเจนของผลลัพธ์ อย่างไรก็ตาม ลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมที่ไม่มีผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล จึงไม่มีผลสรุปเด็ดขาดที่ใช้ในการยืนยันความสัมพันธ์ที่สำคัญเพื่อให้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่องต่อไป ได้แก่ CV1: ขนาดของสินทรัพย์รวม (TOASIZ) สอดคล้องกับ Ahmed & Che-Ahmad (2016), Aifuwa & Embele (2019), Huang (2015), Majeed et al. (2015); CV2: อัตราส่วนต้นทุนตัวแทน (AGENCY) สอดคล้องกับ Aemsawas (2024); CV3: อัตราส่วนวัดภาระหนี้สิน (TODEBT) สอดคล้องกับ Ahmed & Che-Ahmad (2016), Harjoto et al. (2015); และ CV4: โครงสร้างความเป็นเจ้าของ (NUMONE) สอดคล้องกับ Aemsawas (2024)

4.2.3 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2

IV1: ขนาดของคณะกรรมการ (BODSIZ) สูงกว่า 12 คน, IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี, IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี และ IV10: การประชุมของคณะกรรมการ (BODMET) โดยจำนวนครั้งของการประชุมสูงกว่า 8.00 ครั้ง/ปี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง สอดคล้องกับ Chen & Wu (2016), Masulis et al. (2023) ตามทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากรยืนยันว่ายิ่งขนาดของคณะกรรมการมีขนาดใหญ่เท่าใด การกำกับดูแลกิจการก็จะยิ่งมีความสามารถมากขึ้นเท่านั้น เนื่องจากมีทักษะความรู้ และความเชี่ยวชาญจากข้อมูลจำนวนมากในรูปแบบของคำแนะนำและที่ปรึกษาที่มีการกำหนดให้จำนวนสมาชิกในคณะอนุกรรมการมากขึ้นในโครงสร้างของคณะกรรมการ (Aifuwa & Embele, 2019) โดยคณะอนุกรรมการมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เน้นหัวข้อเฉพาะหรือขอบเขตความรับผิดชอบ การส่งเสริมประสิทธิภาพ การบรรลุความร่วมมือ และการตัดสินใจที่มีประสิทธิผลของคณะกรรมการ (Tait, 2024)

IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี, IV8: องค์ประกอบของกรรมการอิสระ (BODIND) สูงกว่า 41.67% และ IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% มีอิทธิพลเชิงลบต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง สอดคล้องกับ Masulis et al. (2023) ตามทฤษฎีตัวแทนสมาชิกในคณะกรรมการจำนวนมากขึ้นจะลดประสิทธิผลลง เนื่องจากสมาชิกจะใช้เวลาในการตัดสินใจมากขึ้น จากข้อมูลในรูปแบบของคำแนะนำและที่ปรึกษาที่มีการกำหนดให้จำนวนสมาชิกในคณะอนุกรรมการลดลงในโครงสร้างของคณะกรรมการ (Aifuwa & Embele, 2019) โดยข้อได้เปรียบที่เป็นไปได้ของคณะอนุกรรมการในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมด้านข้อมูลผ่านการสื่อสารที่ได้รับการปรับปรุงนั้นไม่ใช่เรื่องท้าทาย รวมถึงต้นทุนในการใช้คณะอนุกรรมการ อุปสรรคในการสื่อสารและการจำกัดการตัดสินใจของกลุ่มที่มีประสิทธิผลยังไม่ชัดเจนว่าคณะอนุกรรมการมีส่วนช่วยในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมด้านข้อมูลกลุ่มและการตัดสินใจอย่างไร (Adams et al., 2021)

ดังนั้น ผลการศึกษาพบว่าลักษณะคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูงอยู่ภายใต้ทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการ (Governance theory) ที่มีอิทธิพลต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูงดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น คณะกรรมการสามารถแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ ซึ่งให้ประโยชน์โดยการเปิดใช้งานความเชี่ยวชาญด้านความรู้ ประสิทธิภาพการแบ่งงาน และความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น (Kanapathippillai et al., 2024) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมเพื่อให้ผลการศึกษาเกิดจากตัวแปรอิสระอย่างแท้จริงและป้องกันไม่ให้เกิดการศึกษาเกิดความคลาดเคลื่อน ได้แก่ CV1: ขนาดของสินทรัพย์รวม (TOASIZ) สูงกว่า 56,424 ล้านบาท มีผลกระทบเชิงลบต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง; CV2: อัตราส่วนต้นทุนตัวแทน (AGENCY) มีผลกระทบเชิงลบขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง และ CV3: อัตราส่วนวัดภาระหนี้สิน (TODEBT) โดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมสูงกว่า 0.57 เท่า มีผลกระทบ

เชิงบวกต่อขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง จึงได้ยืนยันความสัมพันธ์ที่สำคัญเพื่อระบุปัจจัยพื้นฐานที่กลั่นกรองความแปรปรวนที่ชัดเจนของผลลัพธ์

4.2.4 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3

ลักษณะคณะกรรมการกลุ่มระดับสูง ได้แก่ IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี, IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี และ IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ผ่านขนาดคณะอนุกรรมการกลุ่มระดับสูง ได้แก่ ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, ME7: ขนาดคณะกรรมการเทคโนโลยี (TECSIZ) สูงกว่า 0.00 คน (หรือมีอย่างน้อย 1 คน) และ ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) สูงกว่า 4.00 คน สอดคล้องกับ Fahad & Rahman (2020), Wada et al. (2023) จึงสามารถกำหนดคณะอนุกรรมการเป็นกลไกการกำกับดูแลกิจการภายในเชิงบวกอีกกลไกหนึ่งโดยขยายขอบเขตคุณสมบัติของคณะกรรมการออกไป (Aifuwa & Embele, 2019) จากการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการซึ่งให้ประโยชน์โดยการเปิดใช้งานความเชี่ยวชาญด้านความรู้ ประสิทธิภาพการแบ่งงาน และความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น (Kanapathippillai et al., 2024) โดยมีลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมเพื่อให้ผลการศึกษาก่อเกิดจากตัวแปรอิสระอย่างแท้จริงและป้องกันไม่ให้เกิดการศึกษาเกิดความคลาดเคลื่อน จึงได้ยืนยันความสัมพันธ์ที่สำคัญเพื่อระบุปัจจัยพื้นฐานที่กลั่นกรองความแปรปรวนที่ชัดเจนของผลลัพธ์ อย่างไรก็ตาม ลักษณะบริษัทกลุ่มระดับสูงเป็นตัวแปรควบคุมที่ไม่มีผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบต่อคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูล จึงไม่มีผลสรุปเด็ดขาดที่ใช้ในการยืนยันความสัมพันธ์ที่สำคัญเพื่อให้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่องต่อไปเช่นเดียวกับ 4.2.2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

- (1) ควรมีการวิจัยเรื่องนี้ซ้ำอีกในช่วงเวลาอื่นเนื่องจากมีรอบการทบทวนรายชื่อหลักทรัพย์ทุก 6 เดือน อาจมีผลทำให้บริษัทจดทะเบียนในดัชนี SETESG เปลี่ยนแปลงได้
- (2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระดับคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลระหว่างวิธีไม่ถ่วงน้ำหนัก วิธีถ่วงน้ำหนัก และวิธีอื่นที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากแต่ละวิธีจะแสดงถึงความสำคัญของข้อมูลเพื่อผู้ใช้แต่ละกลุ่มแตกต่างกันได้
- (3) ควรมีการศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติมเมื่อ ก.ล.ด. มีการแบ่งออกเป็นสองส่วนและจำนวนรายการใหม่จะส่งผลทำให้ระดับคะแนนที่ได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจทำให้ลักษณะของคณะกรรมการที่ศึกษามีอิทธิพลเปลี่ยนแปลงได้

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

- (1) ประโยชน์ของการวิจัยจากการนำผลการวิจัยไปใช้สนับสนุนทฤษฎีที่ใช้ ในการวิจัยครั้งนี้ได้บูรณาการทฤษฎีหลักเข้าด้วยกันเพื่อตรวจสอบลักษณะคณะกรรมการ จำนวน 10 ตัวแปร อยู่ภายใต้ทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการ (Governance theory) เป็นส่วนผสมของขนาด ความเชี่ยวชาญ เพศ อายุ การดำรงตำแหน่ง ความเป็นอิสระ/เจ้าของ และการประชุม ที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกคณะกรรมการที่หลากหลายเพื่อปรับปรุงทรัพยากรของคณะกรรมการและขยายเครือข่ายที่หลากหลาย (Booth-Bell & Jackson, 2021) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าลักษณะคณะกรรมการทั้ง 10 ตัวแปร มีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกและ/หรือเชิงลบต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและ/หรือผลการดำเนินงานของบริษัท (ทั้งสามด้าน) รวมทั้งลักษณะคณะกรรมการบางตัวแปรมีอิทธิพลโดยอ้อมเชิงบวกต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ผ่านขนาดของคณะอนุกรรมการ จำนวน 3 ตัวแปร ทั้งแบบบางส่วนและแบบสมบูรณ์ และลักษณะบริษัทสามารถเป็นตัวแปรควบคุมได้ จำนวน 3 ตัวแปร ยกเว้น CV4: โครงสร้างความเป็นเจ้าของ (NUMONE) ดังนั้น ลักษณะคณะกรรมการ จำนวน 10 ตัวแปร และขนาดของคณะอนุกรรมการ จำนวน 3 ตัวแปรดังกล่าว ซึ่งอยู่ภายใต้ทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการ (Governance theory) เป็นการผสมผสานทฤษฎีหลักต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ได้แก่ ทฤษฎีตัวแทน (Agency

theory) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder theory) ทฤษฎีการดูแล (Stewardship theory) และทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร (Resource dependency theory) ในการขับเคลื่อนบริษัทไปสู่กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน (Harjoto & Wang, 2020)

(2) ประโยชน์ของการวิจัยจากการนำผลการวิจัยไปใช้สนับสนุนการทำงานเพื่อให้มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างมีคุณภาพมีความโปร่งใส และเพียงพอต่อการตัดสินใจลงทุน ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ข้อมูลทุกรายการมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นรายการ DV11(4): การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A) และ DV12(4): การควบคุมภายใน และรายการระหว่างกัน มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม การตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ยังคงมีไม่มากนักเนื่องจากดัชนีรายการตรวจสอบการเปิดเผยข้อมูลมีจำนวนน้อย (Liu et al., 2022) ดังนั้น ก.ล.ต. ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาการจัดทำคู่มือแบบแสดงรายการตรวจสอบการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) (SEC, 2020) พร้อมกับคำอธิบาย แนวปฏิบัติ คำแนะนำ และตัวอย่างประกอบ ให้ครอบคลุมสอดคล้องกับการรายงาน ESG (FTSE Russell ESG Scores) ผ่านการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนของบริษัทตามแบบ 56-1 One Report โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 มิติ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านบรรษัทภิบาล ประกอบไปด้วย 14 มิติ ครอบคลุมกว่า 300 ตัวชี้วัด เนื่องจากตั้งแต่ปี 2569 เป็นต้นไป ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะเริ่มประกาศผลประเมิน FTSE Russell ESG Scores ผู้สาธารณะ โดยจะยกเลิกการประเมิน SET ESG Ratings ทำให้ผลประเมินของบริษัทจดทะเบียนไทยสามารถเทียบได้กับบริษัทระดับโลก ในขณะเดียวกัน นักลงทุนระดับโลกก็สามารถนำ FTSE Russell ESG Scores ไปใช้คัดหุ้นและจัดพอร์ตการลงทุนได้สะดวกขึ้น เพราะสามารถเทียบคะแนนได้กับบริษัทจดทะเบียนทั่วโลก (SET, 2025) และเพียงพอต่อการตัดสินใจลงทุน (Alwardat, 2019)

(3) ประโยชน์ของการวิจัยจากการนำผลการวิจัยไปใช้สนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการในการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Elad et al., 2018) ประกอบด้วย *ลักษณะคณะกรรมการที่เหมาะสมควรมีการส่งเสริมในการพิจารณาแต่งตั้ง* ได้แก่ IV1: ขนาดของคณะกรรมการ (BODSIZ) สูงกว่า 12 คน, IV2: ความเชี่ยวชาญของกรรมการ (BODEPT) สูงกว่า 20.00%, IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี, IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี, IV6: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ (BODTEN) โดยวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 9.00 ปี, IV7: วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระ (INDTEN) โดยวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 6.00 ปี และ IV10: การประชุมของคณะกรรมการ (BODMET) โดยจำนวนครั้งของการประชุมสูงกว่า 8.00 ครั้ง/ปี ที่มีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงและ/หรือโดยอ้อมต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล และ/หรือผลการดำเนินงานของบริษัท (ทั้งสามด้าน); *ลักษณะคณะกรรมการที่ไม่เหมาะสมควรมีการปรับปรุงในการพิจารณาแต่งตั้ง* ได้แก่ IV8: องค์ประกอบของกรรมการอิสระ (BODIND) สูงกว่า 41.67% ที่มีอิทธิพลเชิงลบโดยตรงต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (ทั้งสามด้าน); และ *ลักษณะของคณะกรรมการที่ควรมีการรักษาสมดุลในการพิจารณาแต่งตั้ง* ได้แก่ IV3: เพศของกรรมการ (BODGEN) โดยกรรมการเพศหญิงสูงกว่า 21.43% ที่มีอิทธิพลเชิงลบโดยตรงต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล แต่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% ที่มีอิทธิพลเชิงลบโดยตรงต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานด้าน ESG แต่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

(4) ประโยชน์ของการวิจัยจากการนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดขนาดของคณะอนุกรรมการเพื่อสนับสนุนให้การทำงานของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น (Kanapathippillai et al., 2024) ประกอบด้วย *ควรมีระบบการรักษาขนาดของคณะอนุกรรมการ* ได้แก่ ME5: ขนาดคณะกรรมการกำกับดูแล (GOCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, ME7: ขนาดคณะกรรมการเทคโนโลยี (TECSIZ) สูงกว่า 0.00 คน (หรือมีอย่างน้อย 1 คน) และ ME8: ขนาดคณะกรรมการบริหาร (EXCSIZ) สูงกว่า 4.00 คน ที่มีบทบาทเป็นตัวแปรแทรกกลางทั้งแบบบางส่วนและ/หรือแบบสมบูรณ์ ในการส่งผ่านอิทธิพล

เชิงบวกของ IV4: อายุของกรรมการ (BODAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการทุกคนสูงกว่า 62.00 ปี, IV5: อายุของกรรมการอิสระ (INDAGE) โดยอายุเฉลี่ยกรรมการอิสระทุกคนสูงกว่า 65.00 ปี และ IV9: การถือหุ้นของกรรมการ (BODSHA) สูงกว่า 5.56% ที่มีต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล; และควรมีระบบตรวจสอบควบคุมดูแลขนาดของคณะอนุกรรมการ ได้แก่ ME1: ขนาดคณะกรรมการตรวจสอบ (AUCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, ME2: ขนาดคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (NRCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, ME3: ขนาดคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (RICSIZ) สูงกว่า 4.00 คน, ME4: ขนาดคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน (SDCSIZ) สูงกว่า 3.00 คน, และ ME6: ขนาดคณะกรรมการการลงทุน (INCSIZ) สูงกว่า 0.00 คน (หรือมีอย่างน้อย 1 คน) ที่ไม่มีบทบาทเป็นตัวแปรแทรกกลาง

6. สรุปผลการวิจัย

การกำกับดูแลกิจการถือเป็นวาระสำคัญขององค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบัน การที่คณะกรรมการของบริษัทมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อที่จะมีส่วนสนับสนุนการพัฒนากำกับดูแลกิจการของบริษัท นักวิชาการหลายท่านได้ระบุถึงลักษณะคณะกรรมการและขนาดคณะอนุกรรมการที่อาจส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงการวิจัยนี้ก็เช่นเดียวกันที่ได้พัฒนาการวิเคราะห์อย่างครอบคลุมเกี่ยวกับอิทธิพลของลักษณะคณะกรรมการทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านขนาดคณะอนุกรรมการที่ปฏิบัติตามทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการโดยมีสี่ทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้องกันในการขับเคลื่อนบริษัทไปสู่กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์จากข้อมูลทุติยภูมิปรากฏในข้อมูลออนไลน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เปิดเผยต่อสาธารณชน ซึ่งครอบคลุมและเข้าถึงได้สะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG ปี พ.ศ. 2566 จำนวน 114 บริษัท เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะคณะกรรมการ จำนวน 10 ตัวแปรอิสระ ผ่านขนาดคณะอนุกรรมการ จำนวน 8 ตัวแปรแทรกกลาง โดยมีลักษณะบริษัทเป็นตัวแปรควบคุม จำนวน 4 ตัวแปร (โดยใช้การแบ่งกลุ่มระดับสูง-ต่ำจากค่ามัธยฐาน) กับคุณภาพจากการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) มีการวัดค่าโดยการประเมินและให้คะแนนจากดัชนีรายการตรวจสอบการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) พ.ศ. 2566 แบ่งออกเป็น 2 ส่วน และรวมทั้ง 2 ส่วน จำนวน 13 ตัวแปรตาม และผลการดำเนินงานของบริษัท มีการวัดค่าที่ยอมรับมาจากการวิจัยก่อนหน้านี้ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน จำนวน 6 ตัวแปรตาม และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้น (Hierarchical regression analysis)

ผลการวิเคราะห์ลักษณะคณะกรรมการมี 3 ลักษณะที่สำคัญบ่งชี้ถึงความสำคัญที่มีต่อการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิผลโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสม ประกอบด้วย ลักษณะที่เหมาะสมควรมีการส่งเสริมในการพิจารณาแต่งตั้ง ลักษณะที่ไม่เหมาะสมควรมีการปรับปรุงในการพิจารณาแต่งตั้ง และลักษณะที่ควรมีการรักษาสมดุลในการพิจารณาแต่งตั้ง รวมถึงบทบาทของขนาดคณะอนุกรรมการเพื่อสนับสนุนให้การทำงานของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น ประกอบด้วย ควรมีระบบการรักษาขนาดของคณะอนุกรรมการ และควรมีระบบตรวจสอบควบคุมดูแลขนาดของคณะอนุกรรมการ ที่มีต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจของนักลงทุน และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนี SETESG ที่มีพื้นฐานมาจากจริยธรรมและความยั่งยืนช่วยให้นักลงทุนมีมุมมองที่กว้างไกลในการประเมินความเป็นไปได้และความเสี่ยง และระบุเส้นทางสู่การสร้างมูลค่าในระยะยาวได้

การวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่บทบาทเชิงปริมาณต่อประสิทธิผลของการกำกับดูแลกิจการของตัวแปรต่าง ๆ ที่ศึกษาในกลุ่มระดับสูงเป็นหลัก ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจเน้นบทบาททั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพต่อประสิทธิผลของการกำกับดูแลกิจการของตัวแปรต่าง ๆ ที่ศึกษา และ/หรือในบทบาทอื่น รวมถึงเพิ่มเติมการศึกษาจากบริษัทจดทะเบียนในองค์ประกอบดัชนีอื่นเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการ โครงสร้างคณะกรรมการ คุณภาพ

การเปิดเผยข้อมูล และผลการดำเนินงานของบริษัท โดยมีลักษณะบริษัทเป็นตัวแปรควบคุม เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ให้ขยายออกไปมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Abasi, A.K., Oseifuah, E.K., & Munzhelele, F.N. (2022). Formulation of weighted disclosure index for evaluating accounting disclosure and its application to JSE listed firms. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 27(S1), 1-24. https://www.researchgate.net/publication/377715393_Formulation-of_weighted-disclosure-index-for-evaluating-accounting-disclosure-and-its-application-to-jse-listed-firms-1528-2686-27-S1-010
- Abdullah, A., Yamak, S., Korzhenitskaya, A., Rahimi, R., & McClellan, J. (2023). Sustainable development: The role of sustainability committees in achieving ESG targets. *Business Strategy and the Environment*, 33(3), 2250-2268.
- Adams, R.B., Ragunathan, V., & Tumarkin, R. (2021). Death by committee? An analysis of corporate board (sub-) committees. *Journal of Financial Economics*, 141(3), 1119-1146.
- Aemsawas, M. (2024). Factors influencing the level of disclosure in the annual report (Form 56-1 One Report) of listed companies in the SET100 index constituents. *Parichart Journal*, 37(4), 795–811.
- Ahmed, M.I., & Che-Ahmad, A. (2016). *Effects of Board Size, Board Committees Characteristics and Audit Quality on Audit Report Lags*. Conference: ISSC 2016 International Conference on Soft Science.
- Aifuwa, H.O., & Embele, K. (2019). Board Characteristics and Financial Reporting Quality. *Journal of Accounting and Financial Management*, 5(1), 30-49. https://www.researchgate.net/publication/331476199_Board_Characteristics_and_Financial_Reporting_Quality
- Al-Matari, E.M. (2019). The Effect of investment committee on the financial sector performance of Saudi financial market in view of vision 2030: A panel data approach. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 9(4), 221-241.
- Alwardat, Y. (2019). Disclosure Quality and its Impact on Financial Reporting Quality, Audit Quality, and Investors' Perceptions of the Quality of Financial Reporting: A Literature Review. *Accounting and Finance Research*, 8(3), 201-218.
- Agustia, D., Dianawati, W., & Indah D.R.A. (2018). Managerial ownership, corporate social responsibility disclosure and corporate performance. *Management of Sustainable Development*, 10(2), 67-71.
- Arayssi, M., Dah, M., & Jizi, M. (2016). Women on boards, sustainability reporting and firm performance. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(3), 376-401.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Baykara, S., & Baykara, B. (2021). The impact of agency costs on firm performance: an analysis on BIST SME Firms. *PressAcademic Procedia (PAP)*, 14, 28-32.

- Booth-Bell, D., & Jackson, P. (2021). Governance theory and board diversity, where do the rationales for board diversity and governance theories converge? *Global Journal of Accounting and Finance*, 5(2), 70-87. https://www.igbr.org/wp-content/Journals/Articles/GJAF_Vol_5_No_2_2021%20pp%2070-87.pdf
- Cardao-Pito, T. (2022). Hypothesis that Tobin's q captures organizations' debt levels instead of their growth opportunities and intangible assets. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 1-18.
- Chen, K.D., & Wu, A. (2016). *The structure of board committees*. Working Paper 17-032. https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/17-032_22ea9e7a-4f26-4645-af3d-042f2b4e058c.pdf
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98–1104.
- Day, M. (2024). *The role of the board of directors in corporate governance*. <https://www.diligent.com/resources/blog/the-role-of-the-board-of-directors-in-corporate-governance>
- Di, M. (2022). The relationship between managerial ownership and firm performance: Reviewing and evaluating. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 615, 1467-1473.
- Eklemet, I., Mohammed, I., Gyamera, E., & Twumwaah, D.A. (2023). Moderating role of board size between the board characteristics and the bank's performance: Application of GMM. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 13(3), 145-157.
- Elad, F.L., Wong, M.N., & Bongbee, N.S. (2018). The role of board characteristics in effective corporate governance: The case of Airbus Group. *International Journal of Social Sciences Perspectives*, 2(1), 87-95.
- Eneh, S.N., Nwafor, I.V., Udefi, G.N., Agbo, B.O., Sandra, O.N., Priscilia, O. A., Akwue, O.S., & Ikenna, M.C. (2024). Corporate governance and voluntary disclosures in annual reports: Evidence from Nigeria. *Seybold Report Journal*, 19(11), 25–53. <https://zenodo.org/records/14201827>
- Eulaiwai, B., Al-Hadi, A., Al-Yahyaee, K.H., & Taylor, G. (2020). Investment board committee and investment efficiency in a unique environment. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(15), 4408-4423.
- Fahad, P., & Rahman, P.M. (2020). *Impact of corporate governance on CSR disclosure*. International Journal of Disclosure and Governance.
- Farnham, K. (2024). *Governance committee: What it is & why boards need one*. <https://www.diligent.com/resources/blog/governance-committees-role-in-corporate-governance>
- Fernández-Temprano, M.A., & Tejerina-Gaite, F. (2020). Types of director, board diversity and firm performance. *Corporate Governance*, 20(2), 324-342.
- Garcia-Torea, N., Fernandez-Feijoo, B., & de la Cuesta, M. (2016). Board of director's effectiveness and the stakeholder perspective of corporate governance: Do effective boards promote the interests of shareholders and stakeholders? *BRQ Business Research Quarterly*, 19, 246-260.
- Gutterman, A.S. (2023). *Board of directors: The technology committee*. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4450084> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4450084>

- Harjoto, M.A., Laksmana, I. & Lee, R. (2015). Board diversity and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 641–660.
- Harjoto, M.A., & Wang, Y. (2020). Board of directors' network centrality and environmental, social and governance (ESG) performance. *Corporate Governance*, 20(6), 965-985.
- Hoang, L.D., Tuan, T.M., Nha, P.V.T., Long, T.P., & Phuong, T.T. (2019). Impact of agency costs on firm performance: Evidence from Vietnam. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 10(2), 294–309.
- Hossain, M.A., & Oon, E.Y.N. (2022). Board leadership, board meeting frequency and firm performance in two-tier boards. *Managerial and Decision Economics*, 43(3), 862–879.
- Huang, W.W. (2015). Research on the influence of the characteristics of independent director to the quality of internal control self-assessment report. *Modern Economy*, 6, 687-693.
- Ismail, A.M., & Latiff, I.H.M. (2019). Board diversity and corporate sustainability practices: Evidence on environmental, social and governance (ESG) reporting. *International Journal of Financial Research*, 10(3), 31-50.
- Kanapathippillai, S., Puwanenthiren, P., Mihret, D., & Dang, M. (2024). Board sub-committee effectiveness, director attraction and director attrition: Do nomination and remuneration committees matter? *Pacific-Basin Finance Journal*, 86, 1-22.
- Khatib, S.F.A., Abdullah, D.F., Elamer, A., Yahaya, I.S., & Owusu, A. (2021). Global trends in board diversity research: A bibliometric view. *Meditari Accountancy Research*, 31(2), 441–469.
- Konartorn, P., & Phetruen, W. (2024). The relationship between assured sustainability report and firm value of listed companies in SET100 index of the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 10(2), 169-183. (In Thai).
- Lee, C.Y., Wen, C.R., & Binh, T.T.N. (2024). Board expertise background and firm performance. *International Journal of Financial Studies*, 12(17), 1-15.
- Li, C., Ba, S., Ma, K., Xu, Y., Huang, W., & Huang, N. (2023). ESG rating events, financial investment behavior and corporate innovation. *Economic Analysis and Policy*, 77, 372–387.
- Li, N., & Wahid, A.S. (2018). Director tenure diversity and board monitoring effectiveness. *Contemporary Accounting Research*, 35(3), 1363-1394.
- Liu, Z., Zheng, R., Qiu, Z., & Jiang, X. (2022). Stakeholders and ESG disclosure strategies adoption: The role of goals compatibility and resources dependence. *Elementa: Science of the Anthropocene*, 10(1), 1-12.
- López-Arceiz, F.J., del Río, C., & Bellostas, A. (2022). The mediating effect of sustainability strategy between sustainability committees and business performance: can persistent assessment condition this effect? *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 13(3), 708-739.
- Luo, W., Tian, Z., Fang, X., & Deng, M. (2023). Can good ESG performance reduce stock price crash risk? Evidence from Chinese listed companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(3), 1469-1492.

- Majeed, P.S., Aziz, T., & Saleem, S. (2015). The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) disclosure: An empirical evidence from listed companies at KSE Pakistan. *International Journal of Financial Studies*, 3, 530-556. <https://doi:10.3390/ijfs3040530>
- Mariano, S.S.G., Izadi, J., & Pratt, M. (2021). Can we predict the likelihood of financial distress in companies from their corporate governance and borrowing? *International Journal of Accounting & Information Management*, 29(2), 305–323. <https://doi.org/10.1108/ijaim-08-2020-0130>
- Masulis, R.W., Wang, C., Xie, F., & Zhang, S. (2023). *Directors: older and wiser, or too old to govern?* European Corporate Governance Institute (ECGI) – Finance Working Paper No. 584/2018
Journal of Financial and Quantitative Analysis – Forthcoming (July 18, 2023).
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3284874>
- McGilloway, S. (2024). *The core principles of good corporate governance*.
<https://www.hawksford.com/insights-and-guides/the-core-principles-of-good-corporate-governance>
- Mehmood, A, della porta, a., & De Luca, F. (2024). *The impact of corporate board size on sustainability performance*. <https://ssrn.com/abstract=5063607>
- Mohy-ud-Din, K. (2024). ESG reporting, corporate green innovation and interaction role of board diversity: A new insight from US. *Innovation and Green Development*, 3(4), 1-13.
- Muller, D., Judd, C.M., & Yzerbyt, V.Y. (2005). When moderation is mediated and mediation is moderated. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(6), 852–863.
- Pathiraja, A., Dissanayake, H., Mendis, O., & Iddagoda, A. (2022). Audit committee attributes and firm performance. *Economic Insights – Trends and Challenges*, 2022(4), 59-75.
- Price, J.B., & Lankton, N. (2018). A framework and guidelines for assessing and developing board-level information technology committee charters. *Journal of Information Systems*, 32(1), 109–129.
- Qahatan, N., Basiruddin, R., & Mohdali, R. (2020). Board IT committees and firm performance: A review of literature. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(8), 1728-1738.
https://www.researchgate.net/publication/344228556_Board_IT_Committees_And_Firm_Performance_A_Review_Of_Literature
- Rahat, B., & Nguyen, P. (2024). The impact of ESG profile on firm's valuation in emerging markets. *International Review of Financial Analysis*, 95(A). <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103361>
- SEC (The Office of the Securities and Exchange Commission). (2004). *Director's handbook 1: Roles, duties and responsibilities of directors and committees*. (In Thai).
<https://setsustainability.com/download/1p5xatlvyi3dsk7>
- SEC (The Office of the Securities and Exchange Commission). (2020). *Manual for preparing the annual data entry form/annual report, Form 56-1 One Report*. (In Thai). <https://publish.sec.or.th/nrs/8619s.pdf>
- SET (The Stock Exchange of Thailand). (2018). *SETESG index*. (In Thai).
<https://www.set.or.th/th/market/index/setesg/profile>
- SET (The Stock Exchange of Thailand). (2025). *The guideline to FTSE RUSSELL ESG Scores*. (English version).

- https://setsustainability.com/storage/files/32/Guidelines-FTSE-Russell-EN-final_1_Optimized.pdf
- Setinvestnow. (2024). *Examining the results of the SET ESG Ratings assessment for 2024*.
(In Thai). <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/615-setesgratings2567>
- Settrade. (2023). *Sustainable stock information (ESG investment) - ESG assessment results*.
(In Thai). <https://www.settrade.com/th/equities/esg-investment/esg-rating>
- Settrade. (2024). *Top Ranking*. (In Thai).
<https://www.settrade.com/th/equities/market-summary/top-ranking/overview>
- Singhania, A.K., & Panda, N.M. (2025). Does audit committee composition influence firm performance? Evidence from the top NSE-listed non-financial companies of India. *Asian Journal of Accounting Research*, 10(1), 2-18. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ajar-10-2023-0333/full/html>
- Solanke, F.T., Olugbamiye, D.O., Olorok, C., Adeboboye, R., Nweze, G.N., Efuntade, A.O., & Olaniyi, R.B. (2022). Corporate governance and profitability of listed multinational firms in Nigeria. *Innovation and Entrepreneurship*, 1(1), 257 – 267. <https://fuoye-jmie.com/index.php/jmie/article/view/41/22>
- Soleimani, M. (2024). *Board environmental, social, and governance (ESG) expertise and the usefulness of ESG reports*. McGill University. https://www.mcgill.ca/desautels/files/desautels/board_environmental_social_and_governance.pdf
- Song, Y., & Zhu, M. (2023). The staggered tenure of CEO and board secretary and information disclosure quality. *Finance Research Letters*, 58, Part D.
- Subramanian, G. (2015). Corporate governance 2.0. *Harvard Business Review*, 93(3), 96-105.
<https://hbr.org/2015/03/corporate-governance-2-0>
- Tait, M. (2024). *The essential role of subcommittees*.
<https://independent-chairman.com/blog/the-essential-role-of-subcommittees/>
- Tarda, O., Haron, H., Ramli, N., & Salleh, S. (2024). The mediator effect of financial performance on the relationship between board of directors' size and corporate social responsibility disclosure: A case study of Palestinian listed companies. *Cogent Economics & Finance*, 12(1), 1-16.
- Tarmuji, I., Maelah, R., & Nor Habibah Tarmuji, N.H. (2016). The impact of environmental, social and governance practices (ESG) on economic performance: Evidence from ESG score. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(3), 67-74.
- Wada, N.A., Rabi, N.B., & Dandago, K.I. (2023). Risk committee and risk disclosure quality: Evidence from listed insurance firms in Nigeria. *Journal of Accounting Research, Organization, and Economics*, 6(2), 162-182.
- Waheed, A., & Malik, Q.A. (2019). Board characteristics, ownership concentration and firms' performance: A contingent theoretical based approach. *South Asian Journal of Business Studies*, 8(2), 146-165.
- Xue, Q., Wang, H., & Bai, C. (2023). Local green finance policies and corporate ESG performance. *International Review of Finance*, 23(4), 721-749.

Zhang, C., Farooq, U., Jamali, D., & Alam, M.M. (2024). The role of ESG performance in the nexus between economic policy uncertainty and corporate investment. *Research in International Business and Finance*, 70(B), 102358.

Zheng, J., Khurram, M.U., & Chen, L. (2022). Can green innovation affect ESG ratings and financial performance? Evidence from Chinese GEM listed companies. *Sustainability*, 14(14), 8677, 1-32.

Zhiyun Cheng, Z., Zhang, L., & Li, D. (2024). Research on the mechanism of ESG performance's impact on enterprise value: Based on the perspective of corporate governance. *Frontiers in Science and Engineering*, 4(4), 6-17.

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย
ของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: บทบาทตัวแปรคั่นกลาง
ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ไทย

Effect of Integrated Marketing Communication towards Watching Decision on Thai Series
of Consumers in Lao People's Democratic Republic, Mediating Role of Thai Soft Power

Soupaphone Manivongsack¹ และ อารีรัตน์ ลิ้มพะพันธุ์^{2,*}

Soupaphone Manivongsack¹ and Areerat Leelhaphunt^{2,*}

Received : November 25, 2024 Revised : March 18, 2025 Accepted : March 21, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและซอฟต์แวร์พาวเวอร์ไทย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคใน สปป.ลาว ที่เคยรับชมซีรีส์ไทย ในนครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นชั้นภูมิ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และการทดสอบสมมติฐานของอิทธิพลคั่นกลางใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ รวมถึงการทดสอบไคเบล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า (1) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.489 (2) ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ไทยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.548 (3) การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.641 (4) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว (5) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลทางตรงต่อซอฟต์แวร์พาวเวอร์ไทย (6) ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ไทยมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว และ (7) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งอิทธิพลผ่านซอฟต์แวร์พาวเวอร์ไทย และส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว ดังนั้น จึงเป็นการยืนยันได้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและซอฟต์แวร์พาวเวอร์ไทย เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ไทย การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย

¹ นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

¹ Graduate Student, Master of Business Administration, Burapha Business School, Burapha University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

² Assistant Professor, Burapha Business School, Burapha University

* Corresponding author E-mail: areerat.le@buu.ac.th

Abstract

This study's objective is to explore both the direct and indirect effects of integrated marketing communication and Thai soft power on consumer's watching decision on Thai series in the Lao People's Democratic Republic (Lao PDR). It is a quantitative study utilizing a questionnaire for data collection. The 400 Lao samples who have watched Thai series in Vientiane and it is stratified random sampling. All hypotheses of direct effects were tested by simple linear regression analysis, while the hypothesis of mediating effect was tested by multiple regression analysis and the Sobel test at a significant level of 0.05. It was found that (1) the integrated marketing communication has a mean = 4.17 and S.D. = 0.489, (2) Thai soft power has a mean = 4.17 and S.D. = 0.548, (3) the consumer's watching decision has a mean = 3.96 and S.D. = 0.641, (4) integrated marketing communication has a direct effect on the consumer's watching decision to Thai series in the Lao PDR, (5) integrated marketing communication has a direct effect on Thai soft power, (6) Thai soft power has a direct effect on consumer's watching decision to Thai series in the Lao PDR, and (7) Thai soft power will mediate a positive effect between integrated marketing communication and consumer's watching decision to Thai series in the Lao PDR. Therefore, it is to confirm that integrated marketing communication and Thai soft power are the key factors affecting consumer's watching decision for Thai series in the Lao PDR.

Keywords : Integrated Marketing Communication, Thai Soft Power, Watching Decision on Thai Series

1. บทนำ

ปัจจุบันซีรีส์ไทยได้รับความนิยมอย่างมากในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) โดยดึงดูดผู้ชมทุกวัย ความนิยมนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรมและความใกล้ชิดทางภาษาระหว่างประเทศลาวและประเทศไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ภาษาไทยมีความคล้ายคลึงกับภาษาลาว ทำให้ผู้บริโภคใน สปป.ลาว สามารถเข้าใจเนื้อหาของซีรีส์ไทยได้โดยไม่ต้องพึ่งพาการแปลภาษา (วราวุธ ฤทธมจิตร์, 2558) ในความหลากหลายของเนื้อเรื่องและประเภทของซีรีส์ไทย เช่น โรแมนติก คอมเมดี้ ดราม่า แอ็กชัน สืบสวน และสยองขวัญ ทำให้ผู้ชมเลือกชมได้ตามความชอบ ซีรีส์ไทยหลายเรื่องมีเนื้อเรื่องที่สนุกสนานและน่าติดตามซึ่งทำให้ผู้ชมสนใจนักแสดงไทยก็ได้รับความนิยมใน สปป.ลาว เช่นกัน ด้วยความน่าดึงดูดและเสน่ห์ของพวกเขาส่งผลให้ผู้บริโภคใน สปป.ลาว จำนวนมากติดตามผลงานของนักแสดงไทยและเข้าถึงสื่อไทยได้ง่าย และส่งอิทธิพลอย่างมากต่อวิถีชีวิตของผู้บริโภคใน สปป.ลาว (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2559) รวมถึงช่องทางการรับชมซีรีส์ไทยที่หลากหลาย ผู้บริโภคใน สปป.ลาว สามารถรับชมซีรีส์ไทยผ่านช่องทางโทรทัศน์ ดาวเทียม เว็บไซต์สตรีมมิ่ง และแอปพลิเคชันต่างๆ โดยไม่ผ่านการเปลี่ยนภาษาให้เป็นภาษาลาว ซึ่งเพิ่มความสะดวกในการรับชมมากยิ่งขึ้น (บุญยง นาคะ, 2565)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซีรีส์ไทยได้มีโอกาสดูออกไปสู่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง การรับชมซีรีส์ไทยไม่ว่าจะเป็นช่องทางที่เป็นทางการคือผ่านทางสถานีโทรทัศน์และช่องทางแบบไม่เป็นทางการคือการรับชมผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งในปัจจุบันการรับชมซีรีส์ไทยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตนั้น

ก้าวเข้ามาแทนที่การรับชมทางโทรทัศน์มากขึ้น แม้ว่าความนิยมซีรีส์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มมากขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่บริบทสังคมของวัฒนธรรมชาตินิยมที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละประเทศ ทำให้กระบวนการปรับตัวของอุตสาหกรรมซีรีส์ไทยยังคงต้องทำความเข้าใจในบริบททางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมืองของแต่ละประเทศนั้นๆ แม้ผู้ประกอบการผลิตและผู้ประกอบการส่งออกซีรีส์ไทย เริ่มมีการปรับตัวเพื่อบุกตลาดภูมิภาคนี้มากขึ้น แต่กลับพบว่า ผู้ประกอบการผลิตซีรีส์ไทยรายใหญ่ยังไม่ตื่นตัวหรือตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเท่าไรนัก อย่างเช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 หรือ ช่อง 3 ยังมองว่า บริษัทไม่สามารถแสวงหาประโยชน์จากการรับชมผ่านเว็บไซต์นอกประเทศได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการผลิตขนาดกลางหรือผู้ประกอบการผลิตรายใหม่ที่กำลังเข้าสู่ตลาดละครโทรทัศน์ได้ไม่นาน กลับเริ่มมีความพยายามที่จะแสวงหาช่องทางที่จะเจาะตลาดนอกประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น (อัมพร จิรัฐติกร, 2562)

การปรับตัวของผู้ประกอบการผลิตซีรีส์ไทย ในการเข้าถึงผู้บริโภคทั้งในและนอกประเทศนั้นมีอยู่ 3 ประการหลัก ได้แก่ (1) การปรับเชิงเนื้อหา ในยุคที่มีการแข่งขันที่รุนแรง และเมื่อผู้ประกอบการผลิตซีรีส์รายใหม่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนารูปแบบซีรีส์ให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองของกลุ่มผู้ชมเฉพาะ เช่น ซีรีส์แนวโรแมนติก และซีรีส์แนว Reality Drama (2) การปรับตัวเชิงเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการปรับรูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับการใช้งานออนไลน์ ผู้ประกอบการผลิตซีรีส์จึงพัฒนาแพลตฟอร์มของตนเอง รวมถึงความร่วมมือกับบริษัทเทคโนโลยีโทรคมนาคมที่มีฐานผู้ใช้งานจำนวนมากในการขยายตลาดต่างประเทศผ่านช่องทางที่เป็นทางการ (3) การปรับตัวเชิงโครงสร้างที่มีการขยายตัวของผู้ประกอบการส่งออกซีรีส์ไทย และการมุ่งเนื้อหาที่เป็นสากลมากขึ้นผ่านซีรีส์แนว "Remake" และการให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ชมนอกประเทศเพิ่มขึ้น (อัมพร จิรัฐติกร, 2562)

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ซีรีส์ไทยถือว่าเป็นหนึ่งในประเภทของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นอย่างสูง และถือเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น วัฒนธรรมด้านอาหาร แฟชั่น ประเพณี รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมและมีศักยภาพแฝงอยู่มาก ด้วยการมีวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับค่านิยม ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นซอฟต์แวร์ที่มีอิทธิพลในสังคมปัจจุบัน และเป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาด โดยในปี พ.ศ. 2567 ธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์ไทยมีมูลค่าถึง 4,814.86 ล้านบาท (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ, 2567) แต่อย่างไรก็ตาม ซอฟต์แวร์ไทยก็ไม่สามารถสร้างตลาดให้กับซีรีส์ไทยได้เสมอไป อาจต้องมีการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่เหมาะสมด้วย (ธัญญลักษณ์ รุ่งแสงจันทร์, 2566)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า ได้มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาถึงการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย แต่ยังมีช่องว่างการวิจัยการศึกษาใน สปป.ลาว ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญในการทำการตลาดซีรีส์ไทยในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและความเป็นซอฟต์แวร์ไทย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว ผู้วิจัยเห็นว่าการเข้าใจปัจจัยเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการผลิตซีรีส์ไทยและผู้ประกอบการส่งออกซีรีส์ไทย ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อขยายฐานผู้ชมใน สปป.ลาว จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนากลยุทธ์ในด้านปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีประสิทธิภาพ และการใช้ประโยชน์จากซอฟต์แวร์ไทยจะช่วยเพิ่มจำนวนการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย ส่งเสริมวัฒนธรรมไทย และสร้างโอกาสทางธุรกิจด้านอุตสาหกรรมบันเทิงไทยได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และซอฟต์แวร์ไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่พัฒนาโดย Ajzen (1991) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างมากในการวิเคราะห์และทำนายพฤติกรรมของมนุษย์ โดยเฉพาะการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ (Kalafatis, Pollard, East, & Tsogas, 1999) ทฤษฎีนี้เสนอว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกขับเคลื่อนจาก 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) หมายถึงความรู้สึกและการประเมินผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดจากการกระทำนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อความตั้งใจในการปฏิบัติตามพฤติกรรม (2) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) หมายถึงแรงกดดันทางสังคมจากบุคคลที่สำคัญ เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน หัวหน้างาน เป็นต้น ที่สามารถส่งผลให้บุคคลรับรู้ถึงความคาดหวังและอิทธิพลจากผู้อื่นในการแสดงพฤติกรรม และ (3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ซึ่งเป็นการประเมินของบุคคลถึงความสามารถในการปฏิบัติพฤติกรรมนั้น รวมถึงการรับรู้ถึงอุปสรรคหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการแสดงพฤติกรรม นักการตลาดใช้ทฤษฎีนี้เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น การประเมินทัศนคติเชิงบวกที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้า บรรทัดฐานทางสังคมจากคนรอบข้าง และการรับรู้ว่าการซื้อสินค้านั้นเป็นไปได้ง่ายหรือยาก Ajzen (1991) ได้เสนอว่ายังสามารถเพิ่มปัจจัยอื่นๆ ในการอธิบายพฤติกรรมเพื่อทำให้ทฤษฎีนี้ครอบคลุมและสอดคล้องกับบริบทที่หลากหลายได้มากขึ้น

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) เป็นแนวคิดช่วยอธิบายและคาดการณ์พฤติกรรมมนุษย์ โดยเฉพาะในด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยมุ่งเน้นที่ทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การวิจัยครั้งนี้ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาใช้เป็นกรอบแนวคิด ในการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยใน สปป. ลาว โดยผลจากการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและซอฟต์แวร์ไทย เป็นตัวแปรสำคัญ ซึ่งทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ช่วยให้เข้าใจถึงแรงกระตุ้นและการโน้มน้าวใจผู้บริโภคในการตัดสินใจรับ ชมซีรีส์ไทย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจบริโภค

การตัดสินใจบริโภคของผู้บริโภคเป็นกระบวนการซับซ้อนที่ถูกศึกษามายาวนานในวงการการตลาด หนึ่งในทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับและใช้เป็นแนวทางสำคัญคือทฤษฎีของ Kotler (2000) ซึ่งอธิบายถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยปัจจัยเหล่านี้สะท้อนถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ตระหนักว่ามีสินค้าที่หลากหลายให้เลือก ในกระบวนการนี้ผู้บริโภคจะเชื่อมโยงข้อมูลที่มีอยู่หรือข้อมูลจากผู้ผลิตเพื่อนำไปใช้ในการประเมินคุณค่าของตัวเลือกที่มีอยู่ ผู้บริโภคจะเชื่อมโยงข้อมูลที่มีอยู่นั้น เพื่อนำไปใช้ในการประเมินคุณค่าของตัวเลือกเหล่านั้น ประกอบด้วย การพิจารณาด้านจิตใจและพฤติกรรมทางกายภาพ การตัดสินใจซื้อจึงเป็นกิจกรรมที่รวมทั้งจิตใจและกายภาพที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจและการซื้อตามแนวโน้มจากบุคคลอื่นด้วย (Schiffman & Kanuk, 1994)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) เป็นหนึ่งในทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดที่ได้มีการศึกษากันมาตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 และหนึ่งในแนวคิดการสื่อสารทางการตลาดที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงคือทฤษฎีของ Duncan (2002) โดยได้ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการว่า เป็นการสื่อสารที่อยู่ภายใต้การวางแผน การกำหนดเนื้อหาของสินค้าและบริการ และนำไปปฏิบัติอย่างมีกลยุทธ์ ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดคุณค่า และมีการประเมินอย่างเป็นกลยุทธ์ ผ่านการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ การส่งเสริมการขาย การโฆษณา พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ต่อมา ในบริบทที่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูงขึ้น จึงได้มีการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในการสื่อสารทางการตลาดทางออนไลน์ ส่งผลให้สามารถเข้าถึงลูกค้าและสร้างการรับรู้ในสื่อที่ส่งไปได้อย่างรวดเร็ว สมบูรณ์ชัดเจน และเต็มรูปแบบมากขึ้น นอกจากนี้ มีหลักฐานเชิงประจักษ์ได้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการทางออนไลน์สามารถนำรูปแบบการสื่อสารการตลาดต่างๆ ไปใช้ร่วมกันได้ เพื่อเชิญชวนใ้มนั้วให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนพฤติกรรมคล้อยตามคำเชิญชวนเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Gurau, 2008; Jain, Kaure, & Saihjpai, 2023)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับซอฟต์แวร์

ซอฟต์แวร์ (Soft Power) เป็นแนวคิดของ Joseph Nye ที่พัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 2005 หมายถึงการมีอิทธิพลต่อผู้อื่นในการให้กรยอมรับและทำตามโดยไม่ต้องใช้การบังคับ แต่มุ่งเน้นการสร้างแรงจูงใจและความดึงดูดใจ (Nye, 2005) นักวิชาการหลายท่านยังมองว่าซอฟต์แวร์คือการใช้ความเข้าใจและการยอมรับสมัครใจเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ใช้อำนาจ ซึ่ง Joseph Nye ได้ชี้ให้เห็นว่าซอฟต์แวร์มาจากวัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศ ซึ่งสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างยั่งยืน

ความน่าสนใจของซอฟต์แวร์ เป็นการกระทำเพื่อการโน้มน้าวใจหรือการโฆษณาโดยกำหนดกรอบการสื่อสารและเป้าหมายอย่างชัดเจน เพื่อเพิ่มลูกเล่นและความน่าสนใจ แม้ว่าการรับสารเต็มไปด้วยความสมัครใจ และความพร้อมในการรับสารในยุคของอินเทอร์เน็ตข่าวสารถึงกันทั่วโลก ทำให้นิยามของซอฟต์แวร์มีมิติที่ซับซ้อนมากขึ้น (Chen, 2023; Zamorano, 2016)

ประเทศไทยได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 สาขา และได้จัดหมวดหมู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาที่มีศักยภาพขึ้นมาเป็นซอฟต์แวร์ของไทย เป็นวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ 5F ได้แก่ เทศกาล ประเพณีไทย (Festival) อาหาร (Food) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fight) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) และภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) โดยซอฟต์แวร์ไทยทั้ง 5F ได้แสดงถึงเอกลักษณ์และสินค้าวัฒนธรรมไทยได้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก (สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์, 2565) ประเทศไทย ได้ใช้วัฒนธรรมอย่างภาพยนตร์ อาหาร และแฟชั่นเป็นซอฟต์แวร์ เช่น มวยไทย ภาพยนตร์ไทย และการโปรโมตอาหารไทย เพื่อสร้างเอกลักษณ์ประจำชาติที่มีคุณค่า ส่งผลต่อความสัมพันธ์และเศรษฐกิจโดยรวม ซอฟต์แวร์ของไทยยังมีศักยภาพสูงที่จะเป็นผู้นำด้านวัฒนธรรมในภูมิภาคอาเซียน ทั้งนี้ ในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมบันเทิงไทยได้สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย โดยได้รับรางวัลระดับนานาชาติจำนวนมาก อีกทั้งภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไทย ยังได้รับความนิยมอย่างมากในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีน และในปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์ของไทยถึง 345 เรื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความขึ้นช่อบซอฟต์แวร์ของไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมภาพยนตร์ (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ, 2567)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของตัวแปรต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงเกิดเป็นสมมติฐานของการวิจัย และกรอบแนวคิดการวิจัยดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัย 1 : การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว

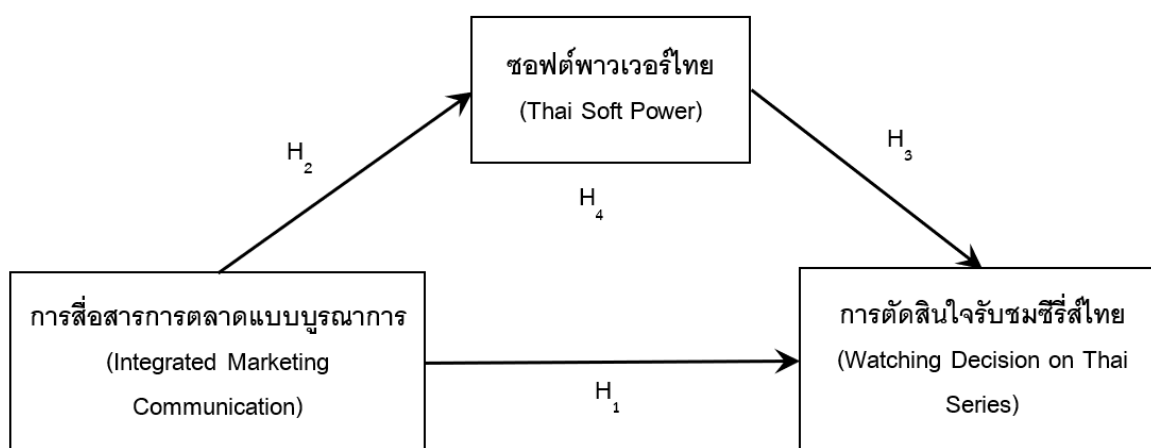
สมมติฐานการวิจัย 2 : ซอฟต์พาวเวอร์ไทยส่งผลทางบวกต่อซอฟต์แวร์ไทย

สมมติฐานการวิจัย 3 : ซอฟต์พาวเวอร์ไทยส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว

สมมติฐานการวิจัย 4 : ซอฟต์พาวเวอร์ไทยเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว

รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย



3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคใน สปป.ลาว ที่อาศัยอยู่ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป. ลาว จำนวน 889,831 คน (World Population Review, 2024)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคใน สปป.ลาว ที่เคยรับชมซีรีส์ไทย จำนวน 400 คน โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีไม่ทราบขนาดของจำนวนประชากรที่เคยรับชมซีรีส์ไทย จากสูตรของ Cochran (1953) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) มีการจัดแบ่งประชากรเป็นอำเภอ แล้วเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional) ในแต่ละชั้น และมีการกระจายการเก็บแบบสอบถามไปตามอำเภอต่างๆ ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว จากนั้นจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง มีการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างโดยใช้คำถามคัดกรองว่าเคยรับชมซีรีส์ไทยหรือไม่ในแบบสอบถาม

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีเครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งได้พัฒนาและปรับจากแบบวัดตัวแปรของนักวิชาการที่ได้เคยศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรดังกล่าว โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าสามารถสะท้อนตัวแปรนั้นได้อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ดังนี้

1. ตัวแปรการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พัฒนาจาก ปองกานต์ เขียววัฒนา (2564)
2. ตัวแปรซอฟต์แวร์ไทย พัฒนาจาก Costa (2023)
3. ตัวแปรการตัดสินใจรับชม พัฒนาจาก Abu-Alkeir (2020) และ Hien, Phuong, Tran, & Thang (2020)

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Content Validity) โดยใช้ Index of Item-Objective Congruence (IOC) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และคำถามทุกข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 – 1.00 (Rovinelli & Hambleton, 1976) (การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ = 9.4, ซอฟต์แวร์ไทย = 9.8, การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย = 1) อยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ สำหรับการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อคำถามแต่ละตัวแปร มีค่า Cronbach's alpha coefficient อยู่ระหว่าง 0.887 - 0.925 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.7 แสดงว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสม (Hair, Bush, & Ortinau, 2000)

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) รวมถึงการวิเคราะห์สถิติอนุมานโดยการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธี Pearson Correlation เพื่อดูความเหมาะสมในการทดสอบด้วยวิธี Ordinary Least Square Regression และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น รวมถึงการทดสอบ Sobel test

การวิจัยนี้ได้ดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และผ่านการรับรองผลการพิจารณาตามเอกสารเลขที่ IRB4-133/2567 จากมหาวิทยาลัยบูรพา โดยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน คือเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2567 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ศึกษา

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 มีประสบการณ์ดูซีรีส์ไทย 6-10 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8

4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

จากตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.489 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรซอฟต์แวร์ไทย อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.548 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.641 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 3 ตัว (การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซอฟต์แวร์ไทย การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.727 – 0.767 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับที่เหมาะสม

ตาราง 1 แสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

Variable	Correlation Coefficient		
	X ₁	X ₂	Y
ค่าเฉลี่ย	4.17	4.17	3.96
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.489	0.548	0.641
สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X ₁)	1.00		
ซอฟต์แวร์ไทย (X ₂)	0.767**	1.00	
การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย (Y)	0.727**	0.728**	1.00

** ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.01

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X₁) ที่มีต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย (Y) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมีค่าเท่ากับ 0.953 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และ VIF มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่าตัวแปรในการทดสอบครั้งนี้ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 กล่าวคือ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ทางบวก และมีอิทธิพลทางตรงกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ตัวแปรการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสามารถอธิบายตัวแปรการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว ได้ร้อยละ 52.8 (Adjusted R² = 0.528) และมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว ได้อีกถึงร้อยละ 47.2 ซึ่งจะมีการอธิบายเพิ่มเติมได้จากการทดสอบสมมติฐานในลำดับถัดไป

ตาราง 2 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว

Variable	การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย (Y)				Collinearity Statistic	
	B	β	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-0.011		-0.058	0.954		
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X ₁)	0.953	0.727	21.130	0.000***	1.00	1.00

R = 0.727, R² = 0.529, Adjust R² = 0.528, Durbin-Watson = 1.579, F = 446.477, Sig = 0.000***

*** ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.001

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X₁) ที่มีต่อซอฟต์แวร์ไทย (X₂) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมีค่าเท่ากับ 0.859 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และ VIF มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่าตัวแปรในการทดสอบครั้งนี้ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 กล่าวคือ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ทางบวก และมีอิทธิพลทางตรงต่อซอฟต์แวร์ไทย นอกจากนี้ยังพบ

อีกว่า ตัวแปรการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสามารถอธิบายตัวแปรซอฟต์แวร์ไทย ได้ร้อยละ 58.7 (Adjusted $R^2 = 0.587$) และมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อซอฟต์แวร์ไทย ได้อีกถึงร้อยละ 41.3

ตาราง 3 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลทางบวกต่อซอฟต์แวร์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว

Variable	ซอฟต์แวร์ไทย (X_2)				Collinearity Statistic	
	B	β	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.589		3.884	0.000***		
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X_1)	0.859	0.767	23.835	0.000***	1.00	1.00
R = 0.767, $R^2 = 0.588$, Adjust $R^2 = 0.587$, Durbin-Watson = 1.686, F = 568.097, Sig = 0.000***						

*** ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.001

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของซอฟต์แวร์ไทย (X_2) ที่มีต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย (Y) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมีค่าเท่ากับ 0.852 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และ VIF มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่าตัวแปรในการทดสอบครั้งนี้ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 กล่าวคือ ซอฟต์แวร์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวก และมีอิทธิพลทางตรงกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ตัวแปรซอฟต์แวร์ไทย สามารถอธิบายตัวแปรการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว ได้ร้อยละ 52.9 (Adjusted $R^2 = 0.529$) และมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว ได้อีกถึงร้อยละ 47.1

ตาราง 4 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงของซอฟต์แวร์ไทยส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว

Variable	การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย (Y)				Collinearity Statistic	
	B	β	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.412		2.432	0.015*		
ซอฟต์แวร์ไทย (X_2)	0.852	0.728	21.187	0.000***	1.00	1.00
R = 0.728, $R^2 = 0.530$, Adjust $R^2 = 0.529$, Durbin - Watson = 1.675, F = 448.881, Sig = 0.000***						

* ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.05

*** ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.001

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

สำหรับการทดสอบอิทธิพลคั่นกลาง (Mediating Effect) นั้น จะเป็นการทดสอบสำหรับสมมติฐานที่ 4 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นการหาค่า Path b (Path $X_2 \rightarrow Y$) และ Path c' (Path $X_1 \rightarrow Y$) รวมถึงการทดสอบโซเบล (Sobel Test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 0.05 ดังแสดงใน ตาราง 5

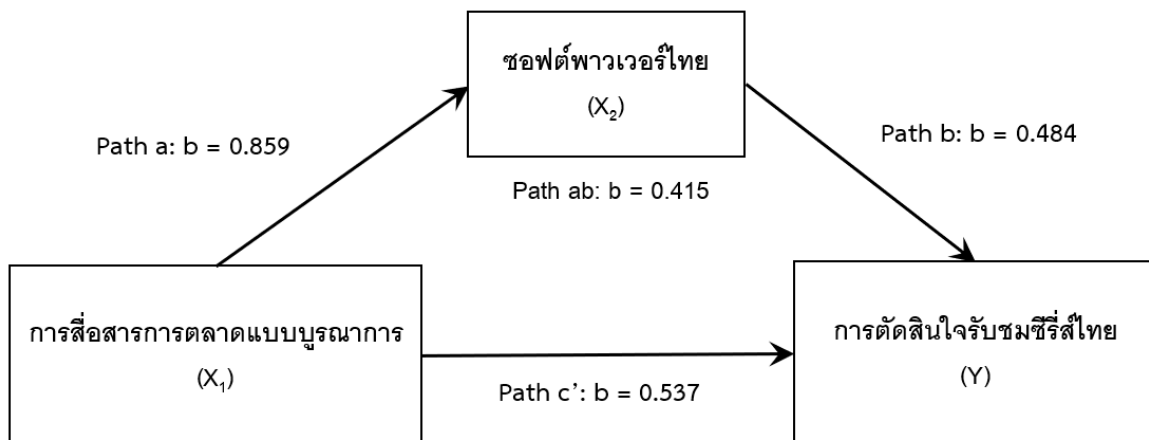
ตาราง 5 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมของซอฟต์แวร์ไทยเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป. ลาว

Variable	การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย (Y)				Collinearity Statistic	
	B	β	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-0.296		-1.659	0.098		
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (X_1)	0.537	0.410	8.279	0.000***	0.412	2.427
ซอฟต์แวร์ไทย (X_2)	0.484	0.414	8.359	0.000***	0.412	2.427
R = 0.774, R ² =0.599, Adjust R ² = 0.597, Durbin – Watson= 1.647, F= 296.801, Sig= 0.000***						

*** ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.001

รูปภาพประกอบ 2

อิทธิพลทางอ้อมของซอฟต์แวร์ไทยเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย



การคำนวณค่าอิทธิพลคั่นกลาง มาจากผลคูณของ Path a = 0.859 (มาจากการทดสอบในสมมติฐานที่ 2) และ Path b = 0.484 ซึ่งมีค่าเท่ากับ Path ab = 0.415 ดังแสดงในรูปภาพประกอบ 2 และลำดับถัดไป จะเป็นการทดสอบ Sobel Test เพื่อหาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบ Sobel test (Sobel, 1982) พบว่าค่าสถิติการทดสอบของโซเบล มีค่าเท่ากับ 7.87 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.001 กล่าวคืออิทธิพลคั่นกลางของ Path ab ที่แสดงถึงการส่งผ่านอิทธิพลจาก X_1 ไปยัง X_2 และสุดท้ายอิทธิพลร่วมของ Path ab ไปสู่ Y ดังแสดงในรูปภาพประกอบ 2 และเมื่อ c แทนอิทธิพลทั้งหมด โดยที่ $c = ab + c'$ จะได้สมการอิทธิพลทั้งหมด (c) ดังนี้

$$c = 0.415 + 0.537 = 0.952$$

เมื่อ $c' \neq 0$ และ $c' < c$ แสดงให้เห็นว่า ซอฟต์แวร์ไทยเป็นตัวแปรคั่นกลางและมีอิทธิพลบางส่วน (Partial Mediation Effect) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 กล่าวคือ ซอฟต์แวร์ไทยเป็นอิทธิพลคั่นกลาง (Mediating Effect) ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.001

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อม (Mediating Effect) หรือ Indirect Effect คือ อิทธิพลที่ X อ้อมผ่าน M สู่ Y หรือที่เรียกว่า Path ab กล่าวคือ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอ้อมผ่านซอฟต์แวร์ไทยสู่การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว (สัมประสิทธิ์ $a*b$)

4.7 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ตามกรอบแนวคิดและการทดสอบสมมติฐานการวิจัยนั้น สามารถสรุปและอภิปรายผลของแต่ละสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ทางบวก และมีอิทธิพลทางตรงกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($b = 0.953, p < 0.001$) ดังนั้น จึงสามารถยอมรับสมมติฐานที่ 1

จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ทางบวกและมีอิทธิพลทางตรงกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว โดยมีความสอดคล้องกับการวิจัยเชิงประจักษ์ของนักวิชาการหลายท่าน พบว่า การใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่เข้มแข็ง รวมถึงการใช้เครื่องมือการตลาดที่หลากหลาย อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล หรือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย สามารถเสริมสร้างการรับรู้ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจมากยิ่งขึ้น ช่วยให้การตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นเรื่องง่ายขึ้น (ปองกานต์ เยี่ยมวัฒนา, 2564) พร้อมทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล ทำให้สามารถรับฟัง และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ซึ่งสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในระยะยาวได้อีกด้วย (Butkouskaya, Oyner, & Kazakov, 2023; Liang & Wang, 2023; Nankali, Palazzo, Jalali, Foroudi, Amiri, & Salami, 2020) กล่าวสรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ช่วยสร้างภาพลักษณ์และความพึงพอใจให้ผู้บริโภคจนนำไปสู่ความประทับใจ ซึ่งส่งผลต่อความคิด ความเชื่อ ทศนคติ และการกระทำของผู้บริโภคผ่านการรับรู้ และการเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการกับความคาดหวัง ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อในที่สุด

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ทางบวก และมีอิทธิพลทางตรงกับซอฟต์แวร์ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($b = 0.859, p < 0.001$) ดังนั้น จึงสามารถยอมรับสมมติฐานที่ 2

การวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีความสัมพันธ์กับซอฟต์แวร์ไทย นั้น แสดงให้เห็นว่า การใช้กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการนำเสนอจุดเด่นทางวัฒนธรรม อาหาร ศิลปะ และความเป็นไทย ในรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจจากต่างชาติ ช่วยส่งเสริมการรับรู้เชิงบวกในระดับสากล (สุดที่รัก นุชนาถ และ สุมาลี รามัญญ์, 2563) ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริโภคสื่อบันเทิงไทย การเดินทางท่องเที่ยวที่ประเทศไทย การสนใจวัฒนธรรมไทย หรือสินค้าจากประเทศไทย การสื่อสารแบบบูรณาการเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการขยายอิทธิพลของซอฟต์แวร์ไทยในระดับสากล สรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างซอฟต์แวร์ไทยในระดับนานาชาติ โดยช่วยทำให้วัฒนธรรมไทยได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

สมมติฐานที่ 3 ซอฟต์แวร์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวก และมีอิทธิพลทางตรงกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($b = 0.852, p < 0.001$) ดังนั้น จึงสามารถยอมรับสมมติฐานที่ 3

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ซอฟต์แวร์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวกและอิทธิพลทางตรงกับการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว แสดงถึงอิทธิพลอันทรงพลังของความเป็นซอฟต์แวร์ไทยที่ถ่ายทอดผ่านซีรีส์ไทย ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมไทยได้อย่างชัดเจน ซีรีส์เหล่านี้นำเสนอเอกลักษณ์และเสน่ห์เฉพาะตัวของไทย ทั้งด้านวิถีชีวิต ประเพณี ภาษา และบรรยากาศท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ซอฟต์แวร์ไทยแข็งแกร่งขึ้น ทั้งยังสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้านอย่าง สปป.ลาว และนำไปสู่การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Costa (2023) และ Gan (2019) ทั้งนี้ภาพลักษณ์ของประเทศ การพัฒนาการรับรู้ที่มีต่อประเทศเป็นการสร้างทัศนคติที่มีต่อประเทศในเชิงบวก และมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ กล่าวได้ว่าการส่งเสริมความเป็นซอฟต์แวร์ไทยออกสู่ต่างประเทศ ล้วนแต่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค (Borazan & Canarslan, 2022; Hernández, & Lee, 2021)

สมมติฐานที่ 4 ซอฟต์แวร์ไทยเป็นอิทธิพลคั่นกลาง ที่ส่งผลต่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (Path ab: $b = 0.415, p < 0.001$) และเสริมคุณค่าของซีรีส์ไทยผ่านการนำเสนออัตลักษณ์และเสน่ห์ของวัฒนธรรมไทย ทั้งด้านวิถีชีวิต ประเพณี ภาษา หรือสถานที่ท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นที่การสร้างทัศนคติในเชิงบวก เสริมแรงบรรทัดฐานทางสังคม และเพิ่มความรู้สึกรักภูมิใจในตนเอง ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยในที่สุด

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ อาทิ ประเทศกัมพูชา พม่า และเวียดนาม ซึ่งมีวิธีการดำรงชีพที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย รวมถึงการวิเคราะห์ความสำเร็จในบริบทต่างๆ ของซอฟต์แวร์ไทย เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพในการขยายตลาดและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในระดับภูมิภาค

5.1.2 เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและซอฟต์แวร์ไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว เป็นการศึกษาวิจัยที่ยังใหม่และมีไม่มากนัก ดังนั้น นักวิจัยและนักวิชาการที่สนใจสามารถนำผลการศึกษานี้ไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาเพิ่มเติม โดยเน้นการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับอิทธิพลของซอฟต์แวร์ไทย ในด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคใน สปป.ลาว หรือทำการศึกษาดูแบบอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้เห็นข้อแตกต่างของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้บริโภคใน สปป.ลาว

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ประโยชน์ของการวิจัยในเชิงการบริหารจัดการ

1) เนื่องจากผู้บริโภคใน สปป.ลาว ส่วนมากได้รับค่านิยมมาจากประเทศไทย และการรับชมซีรีส์ไทย โดยมีแรงจูงใจจากการนำเสนอวัฒนธรรม แฟชั่น การแต่งตัว สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม วิถีชีวิต ดารานักแสดง และผู้สื่อข่าวของไทย รวมทั้งอาหารที่น่าลิ้มลอง ซึ่งกระตุ้นความสนใจให้ผู้ชมอยากทำตามหรือลองไปสัมผัสสิ่งเหล่านั้นจริงๆ ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบันเทิงไทย สามารถใช้ค่านิยมรวมถึงซอฟต์แวร์ไทยในการจัดกิจกรรม โดยการให้ดารานักแสดงหรือผู้สื่อข่าวของวงการบันเทิงไทยได้เข้าร่วมงานกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ซีรีส์ไทยใน สปป.ลาว เพื่อให้ผู้ชมชอบซีรีส์ไทยชาวลาว ได้พบปะและสัมผัสบรรยากาศของซอฟต์แวร์ไทยอย่างใกล้ชิด เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจให้ผู้บริโภคใน สปป.ลาว ตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยมากยิ่งขึ้น

2) สำหรับด้านการวางแผนการตลาด ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบันเทิงไทย ควรพัฒนาแผนการตลาดที่มุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ตรงกับลักษณะและความต้องการของ

ผู้บริโภคใน สปป.ลาว เช่น การส่งเสริมการขายด้วยกิจกรรมทางการตลาด และการโฆษณาโดยเลือกใช้โซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมใน สปป.ลาว เนื่องจากการเข้าถึงและใช้งาน Platform บางอย่างแตกต่างจากประเทศไทยและไม่สามารถใช้งานใน สปป.ลาว ได้

5.2.2 ประโยชน์ของการวิจัยในเชิงวิชาการ

การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลร่วมกันระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและซอฟต์แวร์ไทยเป็นแรงกระตุ้นและสามารถสร้างการโน้มน้าวใจผู้บริโภค ในการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยได้ ด้วยเหตุนี้ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนยังคงมีความสำคัญและใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคใน สปป.ลาว ได้

6. สรุปผลการวิจัย

ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้อธิบายกรอบแนวคิดในการวิจัยถึงอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและซอฟต์แวร์ไทย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทยของผู้บริโภคใน สปป.ลาว จากผลการศึกษา พบว่า อิทธิพลร่วมกันระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและซอฟต์แวร์ไทยส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย โดยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ได้ช่วยอธิบายถึงพฤติกรรมมนุษย์ โดยเฉพาะในด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม และบรรทัดฐานทางสังคม ในการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย โดยเป็นการผสมผสานอิทธิพลของซอฟต์แวร์ไทยเข้ากับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแรงกระตุ้นและการโน้มน้าวใจผู้บริโภคในการตัดสินใจรับชมซีรีส์ไทย ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) นี้

เอกสารอ้างอิง

- กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ. (2567). *ทำไมต้องประเทศไทย?*. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2567, จาก <https://tfo.dot.go.th/th/why-thailand/>
- ัญญลักษณ์ รุ่งแสงจันทร์. (2566). อำนาจอ่อนกับการพัฒนาสังคมไทย. *วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์*, 31(1), 89-117.
- บุญนุช นาคะ. (2565). บทวิจารณ์หนังสือ รสนิยมและแฟนคลับละครไทยในอาเซียนและจีน การตลาดและการเมืองเรื่องอารมณ์ในโลกออนไลน์. *วารสารไทยคดีศึกษา*, 19(2), 338-348.
- ปองกานต์ เยี่ยมวัฒนา. (2564). *ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน MyMo By GSB ของผู้ใช้บริการเงินนอกเรชั่น X และ Y ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์มหาบัณฑิต, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/1822>
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2559). อิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตอบรับและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศอาเซียน: กรณีศึกษาประเทศ สปป.ลาว. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(4), 76-89.

- วรารุณ ถนอมจิตร. (2558). *ความสัมพันธ์ของการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยกับค่านิยมทางวัฒนธรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุดที่รัก นุชนาด และ สุมาลี รามัญ. (2563). *ซอฟต์แวร์เวอร์ชันค่าตราสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสู่การตัดสินใจบริโภคซีรีส์วายในกรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 9(2), 122-136.
- สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์. (2565). *Soft Power อำนาจละมุน*. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2567, จาก <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2565-may7>.
- อัมพร จิรัฐติกร. (2562). *โครงการการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยผ่านเว็บไซต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน: กรณีศึกษาประเทศเวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซียและจีน*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- Abu-Alkeir, N.I. (2020). Factors Influencing Consumers Buying Intentions Towards Electric Cars: The Arab Customers' Perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 12(2), 127-135.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and the Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Borazan, T., & Canarslan, N. Ö. (2022). Reflection of the Hallyu Effect on Turkish Consumers' Intention to Purchase Korean Products. *Anadolu University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 23(4), 306-322.
- Butkouskaya, V., Oyner, O., & Kazakov, S. (2023). The Impact of Omnichannel Integrated Marketing Communications (IMC) on Product and Retail Service Satisfaction. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 28(56), 319-334.
- Chen, W.A. (2023). COVID-19 and China's Changing Soft Power in Italy. *Chinese Political Science Review*, 8, 440-460.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Costa, G.M.S. (2023). *Soft Power and Country Image: A Study about the Influence of South Korean Popular Culture on Consumer Behaviour*. [Master Thesis, University of Minho]. University of Minho. <https://hdl.handle.net/1822/85661>
- Duncan, T., (2002). *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands Marketing Series*. Irwin: McGraw-Hill
- Gan, X.N. (2019). *A Qualitative Study on the Soft Power of Korean Popular Culture on Consumer Behaviour in Malaysia*. [Master Thesis, University of Tunku Abdul Rahman]. University Tunku Abdul Rahman. http://eprints.utar.edu.my/3479/1/fyp_JR_2019_GXN.pdf.
- Gurau, C. (2008). Integrated Online Marketing Communication: Implementation and Management. *Journal of Communication Management*, 12(2), 169-184.

- Hair, J., Bush, P., & Ortinau J. (2000). *Marketing Research: A Practical Approach for the New Millennium*. Irwin: McGraw-Hill Series in Marketing.
- Hernández, S.M., & Lee, J. (2021). The Impact of Consumer Behavior Factors on Hallyu Consumption in Four Latin American Countries. *International Business & Economics Studies*, 3(3), 34-50.
- Hien, N.N., Phuong, N.N., Tran, T.V., & Thang, L.D. (2020). The Effect of Country-of-origin Image on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image and Brand Evaluation. *Management Science Letters*, 10(6), 1205-1212.
- Jain, P., Kaure, N., & Saihpal, A. (2023). Integrated Marketing Communication: A Developing Theory. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 11(2), 1-8.
- Kalafatis, S.P., Pollard, M., East, R., & Tsogas, M.H. (1999). Green Marketing and Ajzen's Theory of Planned Behavior: A Cross-market Examination. *Journal of Consumer Marketing*, 16(5), 441-460.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition*. Upper Saddle River, N.J.: Person Prentice.
- Liang, B., & Wang, Y. (2023). Using Integrated Marketing Communications to Promote Country Personality via Government Websites. *Place Branding and Public Diplomacy, Palgrave Macmillan*, 19(1), 79-92.
- Nankali, A., Palazzo, M., Jalali, M., Foroudi, P., Amiri, N.S., & Salami, G.H. (2020). Integrated Marketing Communication in B2B2C Area. *Beyond Multi-channel Marketing*, 79-120.
- Nye, J. (2005). *Soft Power: The Mean to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1976). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-referenced Test Item Validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sobel, M.E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. *Sociological Methodology*, 13, 290-312.
- World Population Review. (2024). *Vientiane, Lao Population in 2024*. Retrieved October 25, 2024, from <https://worldpopulationreview.com/cities/laos/vientiane>
- Zamorano, M. (2016). Reframing Cultural Diplomacy: The Instrumentalization of Culture under the Soft Power Theory. *Culture Unbound Journal of Current Cultural Research*, 8(2), 165-186.

ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านกาแฟ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Relationship between of Marketing New Marketing Innovation on Business Success on Café in the Northeast

อินทร์ อินอุ้นโชติ^{1,*}

In Inouchot^{1,*}

Received : March 9, 2025 Revised : May 3, 2025 Accepted : May 26, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้แบบสอบถามลงเก็บกับผู้ประกอบการและแบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test , การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ของธุรกิจร้านกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการอยู่ในระดับมาก ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ของธุรกิจร้านกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม ด้านกระบวนการ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และด้านการเงิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2)ผู้ประกอบการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม ไม่แตกต่างกัน และ 3) นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น และด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ควรส่งเสริมนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ในด้านการสร้างคุณค่าในการให้บริการ การทำให้ลูกค้าเข้าถึง และการสร้างความพึงพอใจสามารถเป็นลูกค้าประจำธุรกิจร้านกาแฟได้อย่างต่อเนื่องและประสบความสำเร็จทางทางการดำเนินธุรกิจตลอดไป

คำสำคัญ : นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ความสำเร็จธุรกิจ ร้านกาแฟ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

¹ Assistant Professor, Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

*Corresponding author : e-mail : wai.ple.fiew@gmail.com

Abstract

This research examined the relationship between of Marketing New Marketing Innovation on Business Success on Café in the Northeast. By using questionnaires collected from entrepreneurs and online questionnaires as tools to collect data from a sample group of 400 people. who is a cafe business operator in the Northeastern region. The statistics used in data analysis include t-test, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. In testing the hypothesis, 1) Entrepreneurs have opinions on modern marketing innovations of cafe businesses in the Northeastern region as a whole, in terms of creating a good experience for consumers, making it easier for consumers to access products, and creating value for products or services at a high level. The success overall of the cafe business in the Northeast region, in terms of process, learning and development, and finance, has a high level of opinion. 2) the research results found that entrepreneurs with different genders had different opinions about modern marketing innovation and overall business success. Correlation and impact analysis as follows: 3) Modern marketing innovations in terms of creating value for products or services, making it easier for consumers to access products, and making consumers become regular customers have relationships and impacts on overall business success. Therefore, cafe business operators should promote modern marketing innovations in terms of creating value in service, making customers accessible, and creating satisfaction so that they can become regular customers of the cafe business continuously and achieve business success forever.

Keywords : Marketing Innovation, Business Success ,Cafe , Northeast

1. บทนำ

ในปี 2568 คาดว่า ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 657,000 ล้านบาท เติบโต 4.6% แต่เป็นอัตราการเติบโตที่ชะลอตัวจากปี 2567 การเติบโตของธุรกิจได้รับปัจจัยสนับสนุนสำคัญจากภาคการท่องเที่ยวทั้งการเดินทางท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาติที่คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่อง จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า การใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 2 ของการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2568) การสร้างความบริการ สร้างความประทับใจ ผู้ประกอบการหรือธุรกิจขาดในเรื่องของการบริหารต้นทุนและกำไร โดยทุกวันนี้พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนเร็วต้องอัปเดตเมนูให้เข้ากับเทรนด์หรือสถานการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การเติบโตของมูลค่าตลาดยังเป็นผลมาจากราคาที่ปรับสูงขึ้นตามภาวะแนวโน้มต้นทุนทางธุรกิจที่ปรับตัวสูงขึ้น รวมไปถึงการขยายสาขาของผู้ประกอบการและกลยุทธ์การตลาดกระตุ้นให้รายได้ต่อการสั่งอาหารเพิ่มขึ้น (อมรทิพย์ สกนธวัฒน์ และธีรา เอรารัตน์, 2567) ดังนั้นผู้ประกอบการต้องนำกลยุทธ์หรือเทคนิคต่างๆ เข้ามาช่วยเพื่อเป็นแนวทางของการวัดการดำเนินงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพด้วยปัจจัยการวัดต่างๆ ต่อไป

นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing Innovation) เป็นปัจจัยและแนวคิดทางด้านการตลาดยุคใหม่ที่จะเน้นการพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ในความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ตรงตามความต้องการมากที่สุด มีการปรับเปลี่ยน โดยเน้นการสื่อสารจากทางฝั่งลูกค้ามาช่วยทำการตลาด แทนที่จะเน้นการสื่อสารออกจากตัวสินค้าแบบเดิม 4Es โดยใช้ E ซึ่งเป็นตัวหน้าของเรื่องที่สนใจ ได้แก่ แนะนำประสบการณ์ (Experience) การกำหนดราคาที่คุณค่า (Exchange) การเข้าถึงและการตอบสนองในทุกที่ (Everywhere) การทำให้เป็นลูกค้าประจำและการเผยแพร่ (Evangelism) มาใช้กำหนดหัวเรื่องสำคัญที่ธุรกิจควรมานำมาพิจารณาถึงความพร้อมและใช้เป็นแนวดำเนินการทางธุรกิจ (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2562)

ความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ (Business Success) ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น คือ ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบาย และเป็นผู้ขับเคลื่อนองค์กรไป สู่เป้าหมายที่วางไว้ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงควรมีแนวทางการดำเนินงานที่ดี มีความพร้อมในการพัฒนาและสร้างความก้าวหน้าไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความเป็นไปด้านการเงิน (Financial Performance) ด้านการสนองตอบความต้องการลูกค้า (Need) ด้านกระบวนการการสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ (Building Quality Products Services) ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Encouraging Innovation and Creativity) (ปัทมา อินทรจันทร์, 2562)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อทราบแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจมีความสำคัญต่อกันหรือไม่อย่างไร และจะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจหรือการลงทุนธุรกิจร้านค้าปลีกให้มีความสามารถในการใช้นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่

ธุรกิจสินค้าและบริการที่ได้ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ทฤษฎีนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ (4Es) ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือใช้ควบคู่ไปกับหลักการตลาดในแนวเดิม เกิดกลยุทธ์การตลาด 4Es โดยใช้ E ซึ่งเป็นตัวหน้าของเรื่องที่ผู้วิจัยสนใจ ได้แก่ แนะนำประสบการณ์ (Experience) การกำหนดราคาที่มีคุณค่า (Exchange) การตอบสนองในทุกที่ (Everywhere) การเผยแพร่ (Evangelism) มาใช้กำหนดหัวเรื่องสำคัญที่ธุรกิจควรนำมาพิจารณาถึงความพร้อมและใช้เป็นแนวดำเนินการทางธุรกิจ มีการแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (อัญพัชร พงษ์ภิลิธิ, 2564)

1. การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค (Customer Experience) เป็นแนวคิดที่เปลี่ยนมาจากการแนะนำข้อดีของสินค้า ให้มาเป็นเป็นการแนะนำประสบการณ์ที่ผู้ใช้ได้รับ หรือหลังจากที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์เราแล้วทำให้ผู้ใช้รักในผลลัพธ์ที่มีและเกิดความภาคภูมิใจที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ของเรา

2. การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ (Customer Exchange) เป็นราคาในที่นี้ไม่ได้มีการกำหนดมาจากแนวคิดต้นทุนสินค้าแบบเดิม คือ การคิดต้นทุนในการผลิตแล้วค่อยบวกกำไรตามที่ต้องการ บางครั้งใช้การสู้ในด้านราคาต้นทุนและกำไรมีการทำแข่งขันกันโดยใช้ราคา ในโลกปัจจุบันยุคที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้ง่ายและรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการกำหนด ราคา เพราะหากมีการกำหนดราคาที่ไม่ดีพลาดอาจมีปัญหาสู้คู่แข่งไม่ได้ ดังนั้น แทนที่จะสนใจที่ราคาควรทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาให้ความสนใจที่คุณค่า (Value) ของสินค้ามากกว่า นักการตลาดจะแอบเบี่ยงเบนราคาให้สูงขึ้น ในรูปแบบมูลค่าความรู้สึก โดยทำให้ผู้ใช้รู้สึกคุ้มค่าที่คุณค่าตามความคาดหวังและยังสามารถแก้ปัญหาได้ตามต้องการ

3. การทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น (Customers Everyplace) เป็นในอดีตเรามักจะให้ความสำคัญในเรื่องทำเลที่ตั้งสถานที่จัดจำหน่าย รูปแบบหน้าร้านซึ่งอาจเป็นทางกายภาพเป็นส่วนใหญ่ แต่ในยุคปัจจุบันที่โลกไร้พรมแดน ทำให้การเข้าถึงสินค้าและช่องทางจัดจำหน่ายจึงมีได้มากขึ้นและครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างไกลทั่วโลก และเป็นที่แน่ชัดแล้วว่าธุรกิจที่สามารถทำให้ผู้ใช้เข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ของตัวเอง ได้จากทุกที่ทุกเวลาจะสามารถทำให้ชนะคู่แข่งได้ ดังนั้น หากว่าลูกค้าสามารถติดต่อขอข้อมูลสินค้า มีช่องทางสื่อสารพูดคุยเพื่อแนะนำสินค้า สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ของเราได้ จากในทุกเครือข่ายได้ในทุกที่ทุกเวลาทั่วโลก ซึ่งปัจจุบันมาในรูปแบบบนอินเทอร์เน็ต (Internet) ผ่านช่องทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน (Smart Phone) หรือเครื่องมือต่าง ๆ (All Device) ในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นแพลตฟอร์ม (Platform) รวมถึงยังมีระบบการรับชำระเงินที่

สะดวกสบายขึ้นอีก เช่น ผ่านระบบออนไลน์ บัตรเครดิต หรือเดบิต และยังเพิ่มการบริการขนส่งที่สามารถจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็ว สร้างความสะดวกที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจและใช้บริการเราต่อเนื่องอย่างแน่นอน

4. การทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำและการเผยแพร่ (Customer Evangelism) เป็นการที่ลูกค้ารู้สึกดีต่อสินค้าและการบริการที่มีทำการช่วยแนะนำและเผยแพร่สินค้า ในส่วนนี้จะเกิดขึ้นได้ เมื่อลูกค้าที่ใช้สินค้าเรามีความรู้สึกผูกพันหลงใหลในสินค้าและบริการที่เราสร้าง มีขั้นตอนโดยพยายามเปลี่ยนแปลงยกระดับความสัมพันธ์ของเราและลูกค้า ให้มีความสัมพันธ์ที่ค่อย ๆ มากขึ้น เช่น ยกกระดับจากผู้สนใจ มาเป็นผู้ลองใช้ มาเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้า มาเป็นลูกค้าที่ใช้ประจำ (Repeated Customer) และมาถึงระดับสูงสุดคือเป็นลูกค้าที่หลงใหลในสินค้าเรา อาจเรียกว่าเป็นลูกค้าแบบสาวกไปเลย ความสำเร็จในส่วนนี้จะสามารถเกิดได้ เมื่อผลิตภัณฑ์เรานั้นมีองค์ประกอบข้อ 1-3 ที่ดี และยังต้องมีส่วนเสริมเพื่อสร้างความแข็งแกร่งและความประทับใจของลูกค้า เช่น การขนส่งสินค้า การบริการหลังการขาย ทางเลือกในการชำระเงินการรับประกัน และแม้แต่การบริการของพนักงาน โดยสำคัญที่สุด คือ คุณภาพของสินค้านั้นต้องมีความโดดเด่นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้ได้จริง

จากผลการวิจัย ส่วนประสมการตลาด 4Es และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ของ อินทน์ เอื้อสุนทรวัฒนา (2561) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาด 4Es โดยรวม อยู่ในระดับดีและแรงจูงใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประสมการตลาด 4Es ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค ด้านสร้างความสัมพันธ์และ แรงจูงใจ ด้านอารมณ์ ด้านเหตุผลส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ร้อยละ 48.1

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ดังนี้ นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ (4Es) เป็นการนำหลักการตลาดหลายรูปแบบมาใช้ร่วมกัน เนื่องจาก 4 หลัก ในการตลาดด้านบนนั้นอาจไม่สามารถทำในเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ หากต้องการความสำเร็จควรที่จะมีการนำมาใช้ร่วมกันในหลาย ๆ ด้าน จึงเกิดแนวคิดในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาด โดยเป็นการวางแผนนำเอาทั้ง 4 ส่วนมาใช้อย่างเหมาะสมและให้เกิดความลงตัวมากที่สุด เพื่อให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ก็เป็นปัจจัยพื้นฐานที่นำมาใช้ได้เสมอในโลกแห่งธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายที่เหมาะสมกับธุรกิจ และตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้พึงพอใจสูงสุด (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2562)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จธุรกิจ

ความสำเร็จในธุรกิจแต่ละประเภท ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารเท่านั้น เพราะรูปแบบการบริหารของคนคนหนึ่ง อาจใช้ไม่ได้กับนักธุรกิจรูปแบบอื่นๆ หรือคนอื่นนำไปปฏิบัติก็อาจไม่ประสบความสำเร็จเหมือนกัน แต่แนวคิดในการบริหารสามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้ทุกประเภท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) การที่จะกล่าวระบุว่าธุรกิจใด ไม่ว่าจะธุรกิจเล็กหรือธุรกิจใหญ่จะประสบความสำเร็จหรือไม่ เราสามารถใช้ตัวบ่งชี้ได้ (จิรา สิริ เบ็งทอง, 2562) ดังนี้

1. ด้านความเป็นไปด้านการเงิน (Financial Performance) ตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุดของสภาพความเป็นไปทางการเงินก็คือ กำไร ผู้จัดการของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะพยายามทำทุกวิถีทาง เพื่อให้ธุรกิจนั้นมีกำไรตลอดไป ในการที่จะให้ธุรกิจได้กำไร ผู้จัดการจะต้องพยายามลดรายจ่ายให้เหลือน้อยที่สุด โดยที่ลูกค้ายังได้รับสินค้าและบริการที่ดีที่มีคุณภาพอยู่เหมือนเดิม ธุรกิจใดก็ตามเมื่อได้กำไรแล้ว อาจจะใช้กำไรเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรืออาจจะใช้เพื่อลงทุนต่อหรืออาจใช้บางส่วนนำมาเป็นเงินบริจาค เพื่อการกุศล “กำไร” เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งของสังคมแบบทุนนิยม (Capitalist Society) ความเพียรพยายามเพื่อให้ได้กำไรเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรม และประสิทธิภาพขึ้นมา “กำไร” เป็นมาตรวัดความสำเร็จของธุรกิจที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางอย่างหนึ่ง ธุรกิจใดที่ไม่สามารถทำกำไรได้ในชั่วเวลาหนึ่ง ธุรกิจนั้นจะต้องล่มสลายหายจากไปในท้ายที่สุด

2. ด้านการสนองตอบความต้องการลูกค้า (Need) ของลูกค้าธุรกิจจะมีลูกค้าไม่ว่าธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการก็ตาม การที่ธุรกิจจะได้กำไรมากน้อยเท่าใด ในท้ายที่สุดแล้วขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจนั้น สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยขนาดไหน ลูกค้ามีมากมายหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นบุคคลทั่วไป เจ้าของธุรกิจอื่น ลูกค้าที่ซื้อเพียงครั้งเดียว ลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำสม่ำเสมอ ลูกค้าที่ซื้อด้วยเงินจำนวนน้อย ซื้อเป็นเงินก้อนโต ซื้อแบบตัวต่อตัวก็มีที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญจำนวนมากมีความรู้สึกว่า “ลูกค้า” เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จและสภาพของธุรกิจ แทนที่จะนึกถึงกำไรก่อน ผู้เชี่ยวชาญจะนึกถึงลูกค้าก่อน พวกเขายอมรับว่าถ้าหากลูกค้ามีความพอใจในสินค้าหรือบริการ “กำไร” จะต้องเกิดขึ้นตามมา ใน การที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้าธุรกิจจะต้องระมัดระวังพิเศษในเรื่องปัจจัยสำคัญ 2 อย่าง คือ

2.1 ความรู้สึกที่ไวต่อความต้องการของลูกค้า (Customer Sensitivity) รวมทั้งการดำเนินการเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า (Customer Service)

2.2 ความทันทั่วถึง (Timeliness) ในการสนองตอบความต้องการและความนิยมชมชอบของลูกค้า

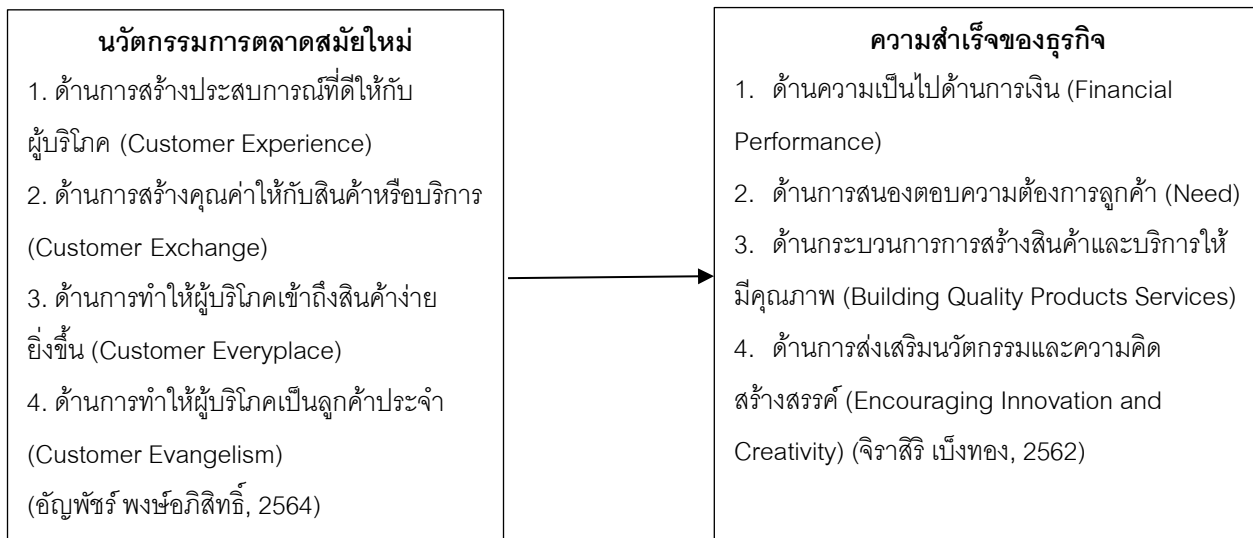
3. ด้านกระบวนการการสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ (Building Quality Products Services) ธุรกิจจะต้องเน้นที่คุณภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการลูกค้า ไม่อาจจะทนรับได้ ถ้าหากสินค้าหรือบริการมีคุณภาพต่ำ ถึงแม้ราคาจะต่ำมาก ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันอย่างดุเดือด ลูกค้าจะทอดทิ้งธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่ำได้ทันทีและจะหันไปสนใจธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่า ในสหรัฐอเมริกาบริษัทส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่คุณภาพ “การจัดการเรื่องคุณภาพ” มีความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านธุรกิจในยุคใหม่ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือบริษัทพยายามปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ในทุกขั้นตอนของการผลิต หรือทุกขั้นตอนของการปฏิบัติการ ธุรกิจขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกาหลายแห่งยอมรับว่าเป็น “ผู้นำทางด้านคุณภาพ” และ “คุณภาพ” เป็น “กลยุทธ์ในการแข่งขัน”

4. ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Encouraging Innovation and Creativity) รสนิยมและความนิยมชมชอบของลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ชื่อเรียกร้องต้องการของพนักงานเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา คู่แข่งทางธุรกิจเพียรพยายามค้นคว้าหาวิธีการใหม่ ๆ ที่จะเอาชนะฝ่ายตรงข้ามอยู่เสมอ องค์การหรือบริษัทมองหาวิธีการดำเนินการใหม่มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตขององค์การ วิธีการเดียวที่ทำให้ธุรกิจสามารถจะแข่งขันกับผู้อื่นได้ก็คือ การมีความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมขึ้นมา ถ้าไม่สามารถทำขึ้นได้ความสำเร็จของธุรกิจนั้นจะดำรงคงอยู่ได้ไม่ยาวนาน ที่เรียกว่า “ความคิดสร้างสรรค์” และ นวัตกรรมนั้นถึงแม้ว่าคำทั้งสองคำจะเกี่ยวโยงกันก็ตาม แต่ความหมายแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการเป็นขั้นตอน ซึ่งมีลักษณะที่เป็นพลวัต ส่วนนวัตกรรมเป็นผล ซึ่งมีลักษณะเป็นสภาวะนิ่ง ก็หมายความว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นแบบแผนของการคิดและการปฏิบัติในแนวทางใหม่ที่มีความแตกต่างไปจากเดิม ส่วนนวัตกรรมเป็นผลที่เกิดขึ้นตามมา หรือสิ่งที่ผลิตขึ้นหรือสร้างขึ้น โดยอาศัยกิจกรรมทางด้านการคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมเกิดขึ้นได้ค่อนข้างยาก ก็เพราะว่าจะต้องอาศัยความคิดที่ต้องปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือความคิดสร้างสรรค์ตามที่จริงแล้วอุปสรรคที่สำคัญที่ทำให้นวัตกรรมไม่เกิดขึ้นก็คือ ความสำเร็จ กล่าวคือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จแล้ว มักจะคิดว่า ทำไมต้องเปลี่ยนแปลง หรือสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมาอีก ในเมื่อธุรกิจอยู่ในสภาพที่ดีที่แข็งแกร่งอยู่แล้ว

5. การได้รับความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน (Gaining Employee Commitment) ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมักประกอบไปด้วย พนักงานที่มีความใส่ใจต่องานที่พวกเขาเหล่านั้นทำอยู่พวกเขามีความภูมิใจในงานที่ทำ มีความผูกพันกับงานที่ทำและยึดมั่นผูกพันกับบริษัทหรือองค์การที่พวกเขาทำอยู่ พวกเขาอยุติศกายใจและรู้สึกเป็นห่วงต่อธุรกิจ พนักงานที่มีความยึดมั่นผูกพันที่ว่ามีแรงผลักดันในการทำงานอย่างเต็มที่และดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ บริษัทหรือองค์การที่ก้าวหน้าจึงลงทุนทางด้านเวลาและความเพียรพยายามอย่างมหาศาล เพื่อหาหนทางที่จะทำให้พนักงานมีความผูกพัน ต่อองค์การ มีบริษัทเป็นจำนวนมากที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ของบริษัทและมีการส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทได้เจริญก้าวหน้าโดยส่งไปรับการฝึกอบรมต่าง ๆ ในขณะเดียวกันก็มีบริษัทหรือองค์การเป็นจำนวนมากในสหรัฐอเมริกามอบอำนาจในการตัดสินใจและความรับผิดชอบให้แก่พนักงานมากขึ้นทั่วทั้งองค์การ วิธีการสร้างความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การที่ดีอีกอย่างหนึ่งก็คือ พยายาม

ส่งเสริมให้พนักงานนั้นได้ใช้สติปัญญาของพวกเขาอย่างเต็มที่ พนักงานส่วนใหญ่ต้องการที่จะให้ความรู้สึกว่า เขาเป็นที่ต้องการของหัวหน้า หรือผู้บังคับบัญชา ถึงแม้ว่าโดยปกติธรรมดา พนักงานอาจจะรู้สึกคับข้องใจหรือไม่สบายใจ ถ้าหัวหน้ามีการมอบหมายให้ทำงานเกินกว่าความสามารถของเขา แต่ในทางกลับกัน พนักงานก็จะรู้สึกไม่สบายใจเช่นกัน ถ้าหากสติปัญญาและความสามารถของเขาไม่ถูกเรียกใช้ให้เต็มที่จากหัวหน้าของเขา ด้วยเหตุนี้เองธุรกิจจึงต้องให้โอกาสพนักงานได้ใช้ความสามารถของพวกเขาอย่างเต็มที่ ไม่ปล่อยให้พนักงานทำงานต่ำกว่าระดับความสามารถ ซึ่งจะไม่เป็นผลดีต่อการสร้างความสำเร็จนั้น ผู้ก่อกำเนิดธุรกิจหรือองค์กร

ผลการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ของจริย์ภัทร์ จุฑาธัญญ์ และคณะ (2567) พบว่า 1) ระดับปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การระดับการศึกษา จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน แตกต่างกันไป มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร



รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่
กับความสำเร็จของธุรกิจของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกเป็นอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การแข่งขันสูงขึ้น และเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในทุกด้านของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดกับความสำเร็จของร้านค้าปลีกจะดำเนินการได้อย่างประสบความสำเร็จเพื่อให้สามารถอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืนและไม่โดนคู่แข่งแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดและอยู่ในตลาดต่อไป ดังรายละเอียด ดังนี้

1. นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing Innovation) เป็นรูปแบบการทางการตลาดแบบใหม่ ได้แก่ การตลาดที่ใช้เทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเข้าใจลูกค้าและสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า

1.1 ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค (Customer Experience) เป็นการรับรู้เพื่อการตอบสนองที่ดีและมีความเข้าใจกันระหว่างลูกค้ากับธุรกิจของคุณ ประสบการณ์ลูกค้ามีผลต่อความจงรักภักดีที่ทำให้ลูกค้ารักในตัวแบรนด์

1.2 ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ (Customer Exchange) เป็นรูปแบบสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มที่ใส่เข้าไปในสินค้าหรือบริการแล้วทำให้ตำแหน่งของสินค้าและบริการของเราอยู่ในตำแหน่งที่เหนือกว่าสินค้าอื่น ๆ ทั่วไปหรืออยู่ในท้องตลาดหมายถึงรวมถึงคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่เป็นความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย

1.3 ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น (Customer Everyplace) เป็นการทำความเข้าใจให้มีความง่ายในการเข้าถึง ความภักดีในตราสินค้าเกิดขึ้นเมื่อตราสินค้านั้นมีความง่ายในการเข้าถึงความคิดของผู้บริโภค

1.4 ด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ (Customer Evangelism) รูปแบบของการสร้างความประทับใจหรือความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีกหรือเป็นลูกค้าประจำ

2. ความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ (Business Success) ธุรกิจมีศักยภาพในการที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจและสังคมต่อไปในอนาคต ความเป็นผู้ประกอบการมีนวัตกรรม และความมุ่งมั่นในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จ

2.1 ด้านความเป็นไปด้านการเงิน (Financial Performance) เป็นลักษณะของเงินเป็นอะไรที่คนในสังคมหรือคนทั้งโลกยอมรับ กันโดยทั่วไปว่าเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน เป็นเครื่องใช้วัดมูลค่าของสินค้าและบริการ และใช้ชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย ในสมัยโบราณใช้การแลกเปลี่ยนของต่อของโดยตรงดังนั้นเงินเป็นสิ่งสำคัญมากในชีวิตประจำวันหรือเรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต

2.2 ด้านการสนองตอบความต้องการลูกค้า (Need) เกี่ยวข้องกับผู้ซื้อสินค้าหรือบริการจากกิจการจึงเป็นผู้ที่มีความสำคัญ มีผลต่อการเจริญเติบโตของกิจการ ทุกกิจการจึงให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอย่างมาก พนักงานขายมีหน้าที่และภารกิจที่ต้องดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อันจะนำไปสู่ความสำเร็จและรักษาลูกค้าเหล่านั้นไว้ได้ ผู้ซื้อสินค้าหรือคาดว่าจะซื้อสินค้าของธุรกิจ

2.3 ด้านกระบวนการการสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ (Building Quality Products Services) รูปแบบของขั้นตอนการปฏิบัติงานหรือการทำงานตั้งแต่เริ่มต้นจนงานเสร็จตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เวลาและทรัพยากรน้อยที่สุด

2.4 ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Encouraging Innovation and Creativity) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลมาจาก ประสบการณ์ที่คนเราเคยมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม หรือจากการฝึกหัด รวมทั้งปริมาณการเปลี่ยนความรู้ของผู้เรียน รวมไปถึงความเจริญก้าวหน้าโดยทั่ว ๆ ไป เช่น การพัฒนาชุมชน พัฒนา ประเทศ คือการทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้นอย่างสร้างสรรค์ และสนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้น ทำให้ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย 1 : H_1 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีเพศที่แตกต่างกัน.

สมมุติฐานการวิจัย 2 : H_2 นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จธุรกิจของร้านกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมุติฐานการวิจัย 3 : H_3 นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่มีผลกระทบต่อความสำเร็จธุรกิจของร้านกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 จังหวัด ได้แก่ หนองคาย นครพนม สกลนคร อุดรธานี หนองบัวลำภู เลย มุกดาหาร กาฬสินธุ์ ขอนแก่น อำนาจเจริญ ยโสธร ร้อยเอ็ด มหาสารคาม ชัยภูมิ นครราชสีมา บึงกาฬ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1953: 124) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549 : 74) ซึ่งสูตรในการคำนวณ ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (กำหนดให้เป็น 50% หรือ 0.50)

Z คือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) โดย Z = 1.96

D คือที่ระดับความเชื่อมั่นเป็น 95% จะได้สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

จะได้ $n = 0.5(1-0.5) (1.96)^2/0.05^2 = 384.16$ คน

ดังนั้น จึงควรใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาจึงได้เลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่างประกอบด้วย 20 จังหวัด โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จังหวัดละ 20 ร้าน เพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549)

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามด้วยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ของร้านค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (4Es) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจร้านค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการวิจัย ซึ่งได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ระดับความคิดเห็น มากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน

ระดับความคิดเห็น มาก กำหนดให้ 4 คะแนน

ระดับความคิดเห็น ปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน

ระดับความคิดเห็น น้อย กำหนดให้ 2 คะแนน

ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ (4Es) กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของกลุ่มธุรกิจร้านกาแฟ โดยใช้ T-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของโรงแรมในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงแล้ว นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้องของรูปแบบ) และความถูกต้องภาษา ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.50 – 1.00 จึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือให้สมบูรณ์และเหมาะสม ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่ามีค่า IOC เท่ากับ 0.85 ทั้งฉบับ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try - Out) กับผู้ประกอบการ จำนวน 30 คนแรก

2. การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) ของแต่ละด้านโดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.817 - 0.827 และความสำเร็จธุรกิจ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.827 – 0.839 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามเป็น รายด้าน โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.807 - 0.813 และความสำเร็จธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.819 - 0.822 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าความน่าเชื่อถือตามทฤษฎีของ Cronbach ซึ่งแนะนำว่าค่าความเชื่อมั่นของคำถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70

4. นำผลที่ได้รับจากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาทางวิจัย เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ TMC} = \beta_0 + \beta_1 \text{CER} + \beta_2 \text{CEC} + \beta_3 \text{CEP} + \beta_4 \text{CEL}$$

โดยที่ TMC = ความสำเร็จธุรกิจ

CER = ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค

CEC = ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ

CEP = ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น

CEL = ด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยสามารถสรุปผลตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปรากฏผลดังตาราง 1 และ 2

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ โดยรวมและเป็นรายด้าน ของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค	4.36	0.30	มาก
2. ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ	4.32	0.41	มาก
3. ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น	4.34	0.36	มาก
4. ด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ	4.29	0.38	มาก
โดยรวม	4.33	0.28	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค จำนวน 5 ข้อ ($\bar{X} = 4.36$, S.D.=0.30) ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น จำนวน 3 ข้อ ($\bar{X} = 4.34$, S.D.=0.36) ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ จำนวน 3 ข้อ ($\bar{X} = 4.32$, S.D.=0.41)

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ โดยรวมและเป็นรายด้าน ของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการเงิน	4.31	0.38	มาก
2. ด้านลูกค้า	4.19	0.45	มาก
3. ด้านกระบวนการ	4.36	0.36	มาก
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	4.35	0.42	มาก
โดยรวม	4.30	0.31	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ของธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D.=0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านกระบวนการ จำนวน 3 ข้อ ($\bar{X} = 4.36$, S.D.=0.36) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จำนวน 3 ข้อ ($\bar{X} = 4.35$, S.D.=0.42) ด้านการเงิน จำนวน 5 ข้อ ($\bar{X} = 4.31$, S.D.=0.38)

4.2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ และความสำเร็จธุรกิจ โดยรวมของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีเพศแตกต่างกัน (t-test) ปรากฏผลดังตาราง 3 และ 4

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ โดยรวมและเป็นรายด้านของร้านค้าปลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีเพศแตกต่างกัน (t-test)

นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่	ชาย		หญิง		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค	4.33	0.31	4.37	0.30	-1.269	0.695
2. ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ	4.26	0.41	4.36	0.41	-2.301	0.838
3. ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น	4.27	0.39	4.39	0.33	-3.492	0.938
4. ด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ	4.22	0.39	4.34	0.37	-3.012	0.454
โดยรวม	4.27	0.29	4.36	0.26	-3.217	0.739

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ประกอบการ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ โดยรวม ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น และด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตาราง 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จธุรกิจ โดยรวมและเป็นรายด้านของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีเพศแตกต่างกัน (t-test)

ความสำเร็จธุรกิจ	ชาย		หญิง		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านการเงิน	4.28	0.37	4.33	0.38	-1.336	0.808
2. ด้านลูกค้า	4.12	0.45	4.24	0.44	-2.718	0.502
3. ด้านกระบวนการ	4.32	0.38	4.37	0.34	-1.264	0.567
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	4.27	0.41	4.40	0.41	-2.946	0.863
รวม	4.25	0.31	4.34	0.30	-2.748	0.614

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ประกอบการ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการ และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

4.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปรากฏดังตาราง 5

ตาราง 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม ของร้านค้าปลีก
ใน
เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	TMC	CER	CEC	CEP	CEL	VIFs
$\bar{X}$	4.30	4.36	4.32	4.34	4.29	
S.D.	0.31	0.30	0.41	0.36	0.38	
TMC	-	0.321**	0.433**	0.412**	0.562**	
CER		-	0.444**	0.532**	0.414**	1.600
CEC			-	0.442**	0.346**	1.657
CEP				-	0.536**	1.344
CEL					-	1.554

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 5 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ มีค่าตั้งแต่ 1.344 – 1.657 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.321 – 0.562 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม (TMC) ดังตาราง 4 ได้ดังนี้

$$TMC = 1.763 - 0.039CER + 0.126CEC + 0.174CEP + 0.328CEL$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม (BUS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=58. ; p < 0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.372 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่แต่ละด้านกับตัวแปรตามความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม (BUS) ปรากฏผล ดังตาราง 6

4.4 การทดสอบผลกระทบระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของร้านค้าปลีกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปรากฏดังตาราง 6

ตาราง 6 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจโดยรวม ของธุรกิจกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่	ความสำเร็จธุรกิจ		t	p-value
	โดยรวม			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาด		
	การถดถอย	เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	1.763	0.199	8.844	0.000*
ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค (CER)	-0.039	0.051	-0.758	0.449
ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ (CEC)	0.126	0.039	3.265	0.001*
ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าง่ายยิ่งขึ้น (CEP)	0.174	0.040	4.387	0.000*
ด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ (CEL)	0.328	0.040	8.163	0.000*
F = 58.477 p < 0.0001 Adj R ² = 0.372				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 6 พบว่า นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ (CEC) ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น (CEP) และด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ (CEL) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จธุรกิจโดยรวม (TMC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 2 3 และสมมุติฐานที่ 4 สำหรับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ (CEC) ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จธุรกิจโดยรวม (TMC) จึงนำไปสร้างสมการพยากรณ์ปรับปรุง ดังตาราง 7

ตาราง 7 การปรับปรุงสมการการพยากรณ์ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจโดยรวม ของธุรกิจกาแฟในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่	ความสำเร็จธุรกิจ		t	p-value
	โดยรวม			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	1.763	0.199	8.844	0.000*
ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ (CEC)	0.126	0.039	3.265	0.001*
ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น (CEP)	0.174	0.040	4.387	0.000*
ด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ (CEL)	0.328	0.040	8.163	0.000*
F = 77.862 p < 0.0001 Adj R ² = 0.366				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 พบว่า นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ (CEC) ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น (CEP) และด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ (CEL) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความสำเร็จธุรกิจโดยรวม (TMC) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.366 โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$TMC = 1.696 + 0.115CEC + 0.165CEP + 0.324CEL$$

5. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

5.1 ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่โดยรวม อยู่ในระดับมาก ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น และด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ เนื่องจาก ผู้ประกอบการมีรูปแบบการสร้างหลากหลายในสถานที่ให้บริการเพื่อที่จะส่งมอบคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์ของคาเฟ่ได้นั่งพักผ่อน เข้าถึงง่ายได้ทั้งการรับข้อมูลข่าวสาร การรับบริการในร้านเกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการตลอดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gottlichova (2020) พบว่า 4Es Marketing เป็นการตลาดที่เน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อให้สอดคล้องกับโลกยุคนี้ที่เป็นยุคดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและการเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และรวมไปถึงการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ มีการใช้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัย การส่งมอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค โดยการเพิ่มมูลค่าในการซื้อของผู้บริโภคแต่ละราย ด้วยระบบห่วงโซ่อุปทานที่มีความสามารถมากที่สุด ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับการใช้ระบบนี้ จะส่งผลทำให้ทราบถึงช่วงเวลาที่ถูกค่าทำการสั่งซื้อสินค้าขององค์กร และทำให้ทราบถึงช่วงเวลาทำการจัดสินค้าให้กับบริษัทหรือร้านค้าตัวแทนในประเทศไทย รวมไปถึงการลดค่าใช้จ่ายในการผลิตที่เกินจำนวนการจัดจำหน่ายได้อย่างถือว่าเป็นนวัตกรรมทางด้านผู้บริโภคสัมพันธ์

5.2 ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และด้านการเงิน เนื่องจากผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของเงินทุนหมุนเวียน เงินทุนสำรองในการสร้างความเชื่อมั่น สร้างการพัฒนาสถานที่ให้บริการในการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดจึงจะดึงดูดลูกค้าได้และส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ตลอดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญา เหมสว่าง, ชาญชัย จวจินดา (2563) พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการดำเนินงาน ในแต่ละพื้นที่รวมทั้งการแบ่งพื้นที่ทำให้องค์กรที่มีศักยภาพด้านงบประมาณสูงเกิดการทุ่มทรัพยากรมากเกินไปโดยไม่จำเป็น การดำเนินงานตามโครงการต่าง ๆ หากแยกย่อยมากเกินไปและดำเนินการในระยะเวลาดียวกันพร้อมกัน ทำให้เกิดความสับสนสำหรับผู้ปฏิบัติงานและประชาชนทั่วไป ซึ่งอาจมีผลต่อองค์กรธุรกิจภาพรวมด้านกระบวนการในการประเมินผล การดำเนินงานประเมินผลจะกระตุ้นความก้าวหน้าของโครงการมาก การควบคุมกำกับโดยคณะกรรมการจะให้มองเห็นภาพความสำเร็จตามแผนงาน และการเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานภายในองค์กร และกระบวนการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอก ซึ่งจะก่อให้เกิดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

5.3 ผู้ประกอบการ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจ โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้บริหารมองว่าความแตกต่างเรื่องเพศไม่มีผลต่อการสร้างประสบการณ์ สร้างคุณค่า สร้างความพึงพอใจ และทำให้ลูกค้าอยู่กับร้านประจำ จึงไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภากร เหลืองเอกตระกูล (2564) พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกันเนื่องจากทางแบรนด์ไม่มีการผลิตสินค้าแยกประเภทสินค้าตามเพศของผู้สวมใส่ ทำให้สินค้าที่สามารถเข้าถึงได้ทั้งกลุ่มผู้ใดเพศชายและเพศหญิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพกรณ์ สายะโสภณ และพัชรทิพย์ จารุทวีผลบุญกุล (2561) กล่าวว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อรูปแบบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายแนวสปอร์ต

5.4 นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ด้านการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ ด้านการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น และด้านการทำให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่จะให้ความสำคัญในเรื่องการแนะนำข้อมูล มีแฟรนไชส์หลายสาขาตามจังหวัดต่างๆ มีการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม และมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและรูปแบบร้านให้ทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จัตุรัส อินทสังข์ และสุพรรณิ พรภักดี (2567) พบว่า อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีความสำคัญและส่งผลกระทบในทิศทางบวกต่อนวัตกรรมการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย นอกจากนี้นวัตกรรมการตลาดนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยเป็นประโยชน์อย่างมากต่อนักวิชาการด้านการขายและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการมุ่งเน้นการตลาดและเทคโนโลยี และเพื่อใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จต่อไปในอนาคตได้

5.5 นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่ ด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความสำเร็จธุรกิจ โดยรวม เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟจะมองว่าการทำธุรกิจกาแฟส่วนมากเกิดการบอกต่อและคำแนะนำจากลูกค้าเก่า และเกิดจากเพื่อนช่วย เลยมองว่าการสร้างความหลากหลายกิจกรรมให้เกิดการจดจำนั้นตอนนี้ลูกค้าเสพสื่อออนไลน์มากจึงคิดว่าถ้าลูกค้าไม่มาเองก่อนอันดับแรกจะไม่สามารถส่งมอบสิ่งดีๆ ให้จดจำได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริรณาสงเคราะห์กุล (2564) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสำคัญต่อระดับการตัดสินใจเดินทางไปต่างประเทศของ เยาวชนไทยอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ความต้องการสัมผัสหรือเห็นบรรยากาศของต่างประเทศ ความต้องการหาประสบการณ์ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษางานวิจัยครั้งหน้าผู้วิจัยควรมีการเพิ่มเติมแปร หรือแนวคิดใหม่ๆ เช่น การปรับตัว ศักยภาพการบริการที่เป็นเลิศ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมไปถึงวัดในเรื่องความสำเร็จทางการตลาด เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาค้นคว้าที่มีความแตกต่างกันในประเด็นไหนบ้าง หรือวัดความสัมพันธ์แล้วประเด็นมีความต่างหรือไม่สัมพันธ์กัน จะได้นำข้อเสนอแนะแต่ละรอบไปเป็นกรอบวัดแนวทางการศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และจะส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจให้สำเร็จต่อไป

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลจากการวิจัยสามารถเป็นแนวทางการพัฒนาในเรื่องของการนำนวัตกรรมการตลาดรูปแบบใหม่ๆ มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจให้มีความทันสมัยในการให้บริการ และอำนวยความสะดวกต่อลูกค้า และเป็นแนวทางสำหรับให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ร้านกาแฟ ร้านอาหารต่างๆ ที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจคล้ายกัน สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนา วางแผน การสร้างประสบการณ์ที่ดี การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและสามารถทำการสื่อสารทัศนคติเชิงบวกต่อร้านต่อไปให้ลูกค้าใหม่ รวมไปถึงการบริหาร การดำเนินงานให้เกิดกำไร รายได้ที่ยั่งยืนในการทำธุรกิจ และอีกทั้งยังสามารถนำไปทำการวิจัยต่อยอดให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). กรมพัฒนาฯ สร้างทีมงาน เน้นการสื่อสารตอบสนองภาคธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขับเคลื่อน

องค์กรสู่ความสำเร็จ. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2567, จาก <https://www.dbd.go.th/news/16426112566>

กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักงานพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2562). นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567, จาก

<https://www.iok2u.com/article/innovation>

จริยภัทร์ จุฑาธนัญญ์, นภัทรหทัย อัครธนเดชสิทธิ์, เตือนใจ แสงทอง, และสฤษฎ์ ตะเส. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 6(2), 387–400.

จิราสิริ เบ็งทอง. (2562). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสู่ความเป็นเลิศและความสำเร็จของธุรกิจ. ค้นเมื่อ 30

พฤศจิกายน 2567, จาก <https://digimusketeers.co.th/blogs/online-marketing/7ps>

ฉัตรชัย อินทสิทธิ์, และสุพรรณิ พรภักดี. (2567). การรับรู้คุณภาพการบริการ: ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์บนการพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 14(48), 17–31.

นพจักรณ์ สายะโสภณ, และพัชรีย์ จารุทวีผลนุกูล. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อซ้ำกระเป๋าสตางค์แบรนด์เนมมือสองของร้านวันใหม่ซื้อผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 4(2), 75–89.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปรัชญา เหนียวว่าง, และชาญชัย จวจินดา. (2563). ระดับของความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจ. วารสาร

นวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 8(3), 138–151.

ปัทมา อินทรจันทร์. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 11(1), 289–303.

สุภากร เหลืองเอกตระกูล. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า: กรณีศึกษาของแบรนด์สินค้ายี่ห้อหนึ่ง (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ศิริณา สงเคราะห์กุล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปต่างประเทศของเยาวชนไทย (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ศุภิสรา ว่องอิศรัยสกุล. (2566). ส่วนประสมการตลาด 4Es ที่มีอิทธิพลในการเข้าร่วมงานประเพณีสงกรานต์พระประแดง (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2568). ธุรกิจร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มปี 68. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2568, จาก

<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/IAO111-Restaurant-Industry-FB-16-12-2024.aspx>

อินทัช เชื้อสุนทรวัฒนา. (2561). ส่วนประสมการตลาด 4Es และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

อมรทิพย์ สกนธวัฒน์, และธีรา เอร่าวัฒน์. (2567). ผลกระทบของการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 16(4), 120–134.

อัญพัชร พงษ์อภิสิทธิ์. (2564). นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่. ค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2567, จาก

<https://www.ar.co.th/kp/th/634>

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

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

Gottlichova, R. B. (2020). The 4Ps are out, the 4Es are in. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 154–166.

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

เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลกับประสิทธิภาพแผนกบัญชี: กรณีศึกษาสำนักงานบัญชีในจังหวัดอุบลราชธานี

Digital Accounting Technology and Accounting Department Efficiency: A Case Study in Ubon Ratchathani

มหัทธกร เปลี่ยนสมัย^{1,*}

Mahatthakorn Plensamai^{1,*}

Received : November 29, 2024 Revised : March 26, 2025 Accepted : April 2, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชีในสำนักงานบัญชีขนาดเล็กและกลางในจังหวัดอุบลราชธานี โดยพิจารณาเทคโนโลยี ได้แก่ ระบบบัญชีคลาวด์ และ Robotic Process Automation ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มความเร็ว ความถูกต้อง และลดต้นทุนในงานบัญชี การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 500 คน ประกอบด้วยพนักงานบัญชี 350 คน และผู้บริหาร 150 คน ผ่านแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ผลการวิจัยพบว่า การใช้ระบบบัญชีคลาวด์ ช่วยลดเวลาในการทำงานลง 35% เพิ่มความถูกต้องของข้อมูลเป็น 89.1% และลดต้นทุนลง 22% ในขณะที่ การใช้ RPA ควบคู่กับระบบบัญชีคลาวด์ สามารถลดเวลาในการทำงานได้สูงสุด 55% เพิ่มความถูกต้องของข้อมูลเป็น 96.3% และลดต้นทุนได้ 35% นอกจากนี้ พบว่า พนักงานที่ทำงานในองค์กรที่ใช้เทคโนโลยีเหล่านี้รายงานระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการใช้ RPA ในการลดขั้นตอนงานซ้ำซ้อน หากองค์กรต้องการใช้ผลการศึกษานี้เพื่อตัดสินใจลงทุนในเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล จำเป็นต้องพิจารณาผลกระทบของแต่ละเทคโนโลยีแยกกัน เนื่องจากผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่า ระบบบัญชีคลาวด์มีบทบาทสำคัญในการลดต้นทุนและเพิ่มความแม่นยำของข้อมูล ในขณะที่ RPA ช่วยลดระยะเวลาการทำงานและเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ การวิจัยนี้ช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการโดยเน้นถึงผลกระทบของเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลในบริบทท้องถิ่น และให้แนวทางแก่ผู้บริหารสำนักงานบัญชีเกี่ยวกับการลงทุนในเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับความต้องการขององค์กร

คำสำคัญ: เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล ประสิทธิภาพการทำงาน ระบบบัญชีคลาวด์ ระบบอัตโนมัติของกระบวนการทำงานด้วยหุ่นยนต์

¹ อาจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

¹ Lecturer, Ubon Ratchathani Business School, Ubon Ratchathani University

* Corresponding author E-mail: Mahatthakorn.p@ubu.ac.th

Abstract

This study aims to explore the application of digital accounting technology to enhance the efficiency of accounting departments in small and medium-sized accounting firms in Ubon Ratchathani. The study focuses on Cloud Accounting Systems and Robotic Process Automation (RPA), which are widely recognized as tools that improve speed, accuracy, and cost reduction in accounting processes. This research employs a quantitative approach, collecting data from 500 participants, comprising 350 accountants and 150 managers, through a structured questionnaire that has been validated for reliability. The findings reveal that the adoption of Cloud Accounting Systems reduces work completion time by 35%, increases data accuracy to 89.1%, and decreases operational costs by 22%. Meanwhile, the integration of RPA with Cloud Accounting Systems further enhances efficiency by reducing work completion time by up to 55%, increasing data accuracy to 96.3%, and lowering costs by 35%. Additionally, employees working in organizations that have implemented these technologies reported a significant increase in job satisfaction, particularly when RPA was utilized to automate repetitive tasks. If organizations intend to use these findings to guide investment decisions in digital accounting technology, it is essential to separately consider the impact of each technology. The results indicate that Cloud Accounting Systems play a crucial role in cost reduction and improving data accuracy, while RPA significantly reduces task completion time and enhances employee satisfaction. This study fills an academic gap by highlighting the impact of digital accounting technologies in a local business context and provides valuable insights for accounting firm managers in making informed investment decisions regarding technology adoption that aligns with their organizational needs.

Keywords: Digital Accounting Technology Work Efficiency Cloud Accounting Systems Robotic Process Automation

1. บทนำ

การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงสาขาการบัญชี การบูรณาการเทคโนโลยี เช่น บล็อกเชน (Blockchain) ระบบบัญชีคลาวด์ (Cloud Accounting) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความแม่นยำ และการตัดสินใจในงานด้านบัญชี เทคโนโลยีเหล่านี้สามารถช่วยลดความซับซ้อนของกระบวนการทำงานและลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลและความจำเป็นในการพัฒนาทักษะของบุคลากรด้านบัญชี ระบบบัญชีคลาวด์ (Cloud Accounting) เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดการข้อมูลทางบัญชีผ่านระบบออนไลน์ได้โดยไม่ต้องติดตั้งซอฟต์แวร์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์กร เทคโนโลยีนี้ช่วยลดต้นทุนโครงสร้างพื้นฐาน เพิ่มความยืดหยุ่นในการเข้าถึงข้อมูล และปรับปรุงกระบวนการบัญชีให้มีความรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น (Efuntade และ Efuntade, 2023) Robotic Process Automation (RPA) เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้สามารถทำงานด้านบัญชีที่มีรูปแบบซ้ำ ๆ ได้โดยอัตโนมัติ เช่น การบันทึกบัญชี การประมวลผลใบแจ้งหนี้ และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การใช้ RPA สามารถช่วยลด

ข้อผิดพลาดที่เกิดจากมนุษย์ เพิ่มความถูกต้องของข้อมูล และช่วยให้พนักงานบัญชีสามารถมุ่งเน้นไปทำงานที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลและการวางแผนกลยุทธ์ (Zhang et al., 2022)

การศึกษานี้มุ่งเน้นที่ Cloud Accounting และ RPA เนื่องจากเทคโนโลยีทั้งสองมีศักยภาพในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชีในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการลดเวลาในการทำงาน เพิ่มความถูกต้องของข้อมูล ลดต้นทุน และช่วยให้พนักงานบัญชีสามารถมุ่งเน้นไปทำงานเชิงกลยุทธ์มากขึ้น อีกทั้งการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ยังเป็นแนวโน้มสำคัญที่สำนักงานบัญชีทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ แต่ในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะสำนักงานบัญชีขนาดเล็กและกลาง ยังมีข้อจำกัดหลายประการในการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ เช่น ความพร้อมทางเทคโนโลยี งบประมาณ และความเข้าใจของบุคลากร ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการนำ Cloud Accounting และ RPA มาใช้ในบริบทของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ปัจจุบันสำนักงานบัญชีในประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล แม้ว่าสำนักงานบัญชีขนาดใหญ่จะมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างแพร่หลาย แต่สำนักงานบัญชีขนาดเล็กและกลางกลับเผชิญกับอุปสรรคหลายประการ เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล (Fang et al., 2022) ในบริบทของจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การแข่งขันในภาคธุรกิจที่เพิ่มขึ้นทำให้สำนักงานบัญชีจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถให้บริการที่มีประสิทธิภาพและแข่งขันได้ การนำ Cloud Accounting และ RPA มาใช้จึงเป็นแนวทางที่อาจช่วยให้สำนักงานบัญชีสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดต้นทุน และปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แม้ว่างานวิจัยในอดีตจะเน้นถึงศักยภาพของเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล แต่ยังมีช่องว่างที่สำคัญในการทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและผลกระทบของเทคโนโลยีเหล่านี้ในบริบทของสำนักงานบัญชีขนาดเล็กและกลางในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดอุบลราชธานี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวผ่านการศึกษาการใช้ Cloud Accounting และ RPA เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบัญชี ข้อมูลที่ได้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้นเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กรท้องถิ่น และเป็นแนวทางสำหรับสำนักงานบัญชีที่ต้องการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

2.1 ความสำคัญของเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในสาขาการบัญชีมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพและความแม่นยำของกระบวนการทางการเงินและการรายงานข้อมูล การวิจัยโดย Medvedskaya และ Raenko (2023) แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงจากระบบบัญชีแบบดั้งเดิมไปสู่ระบบดิจิทัล โดยชี้ให้เห็นถึงข้อดีที่สำคัญ เช่น การลดความซับซ้อนในกระบวนการบัญชี และข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเครื่องมือดิจิทัลในบางบริบท การศึกษานี้ช่วยให้เข้าใจแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลได้อย่างครอบคลุม ซึ่งมีความสำคัญต่อการวางแผนการพัฒนาเทคโนโลยีในอนาคต การศึกษาของ Medvedskaya และ Pereverova (2023) ได้ขยายความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลต่อกระบวนการบัญชีและการรายงาน โดยพบว่าเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มความถูกต้อง ความรวดเร็ว และการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างขึ้นอยู่กับการฝึกอบรมบุคลากร เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับระบบใหม่ได้ นอกจากนี้ Yang (2023) ยังได้เน้นถึงบทบาทสำคัญของเทคโนโลยี เช่น บล็อกเชน (Blockchain) ในการเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือในกระบวนการบัญชี รวมถึงการช่วยลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการธุรกรรม ในขณะเดียวกัน การศึกษาโดย Anitha และ Kumar (2023) ได้วิเคราะห์ประโยชน์และ

ความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการนำระบบดิจิทัลมาใช้งานบัญชี โดยพบว่าระบบดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจและการบริหารงานทางการเงิน แต่ปัญหาเรื่องการบูรณาการระบบยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญ การเปลี่ยนแปลงนี้ได้รับการสนับสนุนโดย Ivanov (2023) ที่แสดงให้เห็นถึงการย้ายงานบัญชีจากแพลตฟอร์มแบบดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน แต่ยังคงเผชิญกับความกังวลเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์และความปลอดภัยของข้อมูล

จากบทความที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่าเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบงานบัญชี การรายงาน และการบริหารงานทางการเงิน แต่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ยังต้องการความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับความท้าทายและข้อจำกัดในบริบทเฉพาะ เช่น การฝึกอบรมบุคลากร การบูรณาการระบบ และการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

2.2 ระบบบัญชีคลาวด์ (Cloud Accounting Systems)

ระบบบัญชีคลาวด์ (Cloud Accounting Systems) เป็นรูปแบบของซอฟต์แวร์บัญชีที่ให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต โดยช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงและจัดการข้อมูลทางการเงินแบบเรียลไทม์โดยไม่จำเป็นต้องติดตั้งซอฟต์แวร์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์กร เทคโนโลยีนี้ช่วยลดต้นทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน เพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน และทำให้การทำบัญชีเป็นระบบอัตโนมัติที่มีความแม่นยำและรวดเร็วมากขึ้น ประโยชน์หลักของระบบบัญชีคลาวด์ ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูลแบบเรียลไทม์ การลดต้นทุนโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงความถูกต้องของข้อมูล และทำให้สามารถแชร์ข้อมูลกับทีมงานหรือที่ปรึกษาทางบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยหลายฉบับได้แสดงให้เห็นว่าการนำระบบบัญชีคลาวด์มา使用สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชีในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาของ Efuntade และ Efuntade (2023) พบว่าการใช้ระบบบัญชีคลาวด์ช่วยลดระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการบัญชีลงประมาณ 35% เนื่องจากสามารถทำให้กระบวนการต่าง ๆ เป็นอัตโนมัติ ลดความจำเป็นในการป้อนข้อมูลด้วยตนเอง และช่วยให้การตรวจสอบข้อมูลทำได้รวดเร็วขึ้น Li (2023) ศึกษาเกี่ยวกับการบูรณาการเทคโนโลยี Big Data กับระบบบัญชีคลาวด์ และพบว่าการใช้แพลตฟอร์มนี้ช่วยเพิ่มความแม่นยำของข้อมูลบัญชีได้สูงถึง 89.1% เนื่องจากมีระบบอัลกอริทึมที่ช่วยตรวจสอบและแจ้งเตือนข้อผิดพลาด งานวิจัยของ Zhang et al. (2022) แสดงให้เห็นว่าองค์กรที่ใช้ระบบบัญชีคลาวด์ร่วมกับ RPA สามารถลดต้นทุนด้านบัญชีลงได้ถึง 35% เนื่องจากช่วยลดจำนวนพนักงานบัญชีที่ต้องทำงานซ้ำซ้อน และลดความต้องการในการจัดเก็บเอกสารในรูปแบบกระดาษ Nikita และ Parashar (2023) พบว่า พนักงานบัญชีที่ทำงานในองค์กรที่นำระบบบัญชีคลาวด์มาใช้มีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากระบบช่วยลดภาระงานที่ต้องทำซ้ำซ้อน ทำให้พนักงานสามารถมุ่งเน้นไปที่งานวิเคราะห์และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มากขึ้น ระบบบัญชีคลาวด์ช่วยให้ผู้ตรวจสอบสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องและอัปเดตล่าสุดได้อย่างง่ายดาย ทำให้การตรวจสอบสามารถดำเนินการได้รวดเร็วขึ้น และลดโอกาสในการเกิดข้อผิดพลาดทางบัญชี แม้ว่าระบบบัญชีคลาวด์จะให้ประโยชน์อย่างมาก แต่ประเด็นเรื่อง ความปลอดภัยของข้อมูล ยังคงเป็นข้อกังวลหลักขององค์กร โดยเฉพาะเรื่อง การเข้าถึงข้อมูลจากภายนอก และ ความเสี่ยงในการถูกโจมตีทางไซเบอร์ ซึ่งงานวิจัยของ Nikita และ Parashar (2023) ได้เน้นถึงความสำคัญของการพัฒนาเฟรมเวิร์กด้านความปลอดภัย เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่จัดเก็บบนคลาวด์จะได้รับการปกป้องจากการรั่วไหลหรือการถูกโจมตีจากบุคคลภายนอก

2.3 ระบบอัตโนมัติของกระบวนการทำงานด้วยหุ่นยนต์ในงานบัญชี

Robotic Process Automation (RPA) ได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพสูงในการเปลี่ยนแปลงงานบัญชีและการเงิน โดยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในกระบวนการทำงาน อย่างไรก็ตาม ลักษณะของ RPA ที่เหมาะสมกับงานบัญชีมากที่สุดคือ งานที่เกี่ยวข้องกับเอกสาร เช่น การจัดเก็บข้อมูลทางการเงิน การจัดทำ

เอกสารรายงาน และการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารทางบัญชี งานวิจัยของ Zhang et al. (2022) ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของ RPA ในการส่งเสริม การบริหารจัดการเอกสารทางบัญชี โดยเฉพาะ การจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลทางการเงินอัตโนมัติ ซึ่งช่วยลดภาระงานที่ต้องใช้แรงงานมนุษย์ในการป้อนข้อมูล ทั้งยังช่วยให้การตรวจสอบข้อมูลมีความแม่นยำและรวดเร็วขึ้น Langmann และ Kokina (2021) ได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำ RPA มาใช้ในงานบัญชีและการเงิน โดยระบุว่า กระบวนการทางบัญชีที่เกี่ยวข้องกับเอกสาร เช่น การจัดทำรายงานทางการเงิน การตรวจสอบใบแจ้งหนี้ และการบันทึกข้อมูลทางบัญชี เป็นงานที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการนำ RPA มาใช้ ซึ่งช่วยลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากมนุษย์และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน นอกจากนี้ Marwal (2020) ได้ศึกษาการบูรณาการ RPA กับระบบบัญชีออนไลน์ โดยพบว่าการใช้ RPA ในการจัดทำและตรวจสอบเอกสารทางบัญชีสามารถช่วยสนับสนุนการวางแผนและควบคุมงานของฝ่ายบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้ RPA อย่างมีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับความสามารถในการเชื่อมโยงระบบอัตโนมัติเข้ากับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร และการบริหารจัดการข้อมูลเอกสารทางการเงินให้เป็นระบบ จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า RPA มีบทบาทสำคัญในงานเอกสารทางบัญชี โดยช่วยลดข้อผิดพลาดในการจัดเก็บข้อมูล เพิ่มความรวดเร็วในการจัดทำและตรวจสอบเอกสาร และลดภาระงานที่ต้องใช้แรงงานมนุษย์ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการนำ RPA มาใช้ในงานบัญชียังขึ้นอยู่กับ การบริหารจัดการเอกสารที่มีประสิทธิภาพ การสนับสนุนจากผู้บริหาร และการพัฒนาทักษะของบุคลากรในการใช้ RPA ให้เหมาะสมกับกระบวนการบัญชี

2.4 ประสิทธิภาพการทำงานในแผนกบัญชี

การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในแผนกบัญชีเป็นเป้าหมายสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลถูกนำมาใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ความแม่นยำ และการตัดสินใจในกระบวนการบัญชี งานวิจัยของ Yang (2023) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะในด้านการเพิ่มความคล่องตัวของกระบวนการจัดการข้อมูลทางการเงิน อย่างไรก็ตาม การวิจัยยังเน้นย้ำถึงความท้าทายที่เกี่ยวข้อง เช่น ความกังวลเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลและความจำเป็นในการพัฒนาทักษะของพนักงานบัญชีเพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับระบบใหม่ได้ Anitha และ Kumar (2023) ได้ศึกษาถึงข้อได้เปรียบและความท้าทายของการใช้ระบบบัญชีดิจิทัล โดยพบว่าระบบดังกล่าวช่วยเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพของงานบัญชีได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันก็พบว่าการหลายแห่งต้องเผชิญกับอุปสรรคในกระบวนการบูรณาการระบบ ซึ่งจำเป็นต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อจัดการกับความซับซ้อนของระบบ Gnatiuk และคณะ (2023) ได้เสนอแนวทางการดำเนินการดิจิทัลในงานบัญชี โดยพบว่าการใช้เครื่องมือดิจิทัลช่วยลดข้อผิดพลาดในการทำงาน เพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน และส่งเสริมการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และเน้นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการระบบเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

จากการศึกษาที่กล่าวมาเห็นได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชี โดยการลดข้อผิดพลาด เพิ่มความรวดเร็ว และส่งเสริมการวางแผนเชิงกลยุทธ์ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการปรับใช้เทคโนโลยีดังกล่าวขึ้นอยู่กับการจัดการความท้าทายที่เกี่ยวข้อง เช่น การฝึกอบรมพนักงาน การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการบูรณาการระบบดิจิทัลให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กร

2.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาใช้งานบัญชี

การนำเทคโนโลยีมาใช้งานบัญชีได้เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานแบบดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยของ Anitha และ Kumar (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความถูกต้องในงานบัญชี แต่ในขณะเดียวกัน การบูรณาการเทคโนโลยีเข้าสู่ระบบการทำงานยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ความซับซ้อน

ของระบบและความจำเป็นในการฝึกอบรมบุคลากร แนวคิดเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีมาใช้สามารถอธิบายได้โดย ทฤษฎี Diffusion of Innovation (DOI) ของ Rogers (1995) ซึ่งระบุว่า การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ในองค์กรเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ โดยเริ่มจากกลุ่มผู้ใช้กลุ่มแรก (innovators) ไปสู่ผู้ใช้ส่วนใหญ่ (early and late majority) และกลุ่มที่ยอมรับช้าที่สุด (laggards) สำหรับงานบัญชี การนำเทคโนโลยี เช่น ระบบบัญชีคลาวด์ (Cloud Accounting) หรือ Robotic Process Automation (RPA) มาใช้อาจได้รับการยอมรับที่แตกต่างกันในแต่ละองค์กร ซึ่งขึ้นอยู่กับ ความพร้อมทางเทคโนโลยี วัฒนธรรมองค์กร และการสนับสนุนจากผู้บริหาร Omar (2023) ได้เน้นถึงผลกระทบของนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เช่น ซอฟต์แวร์บัญชีที่ช่วยเพิ่มความถูกต้องและความรวดเร็วในกระบวนการทำงาน งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า อัตราการนำเทคโนโลยีมาใช้ขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Benefits) และความสามารถในการนำไปใช้งานจริง (Compatibility) ตามหลักของทฤษฎี DOI หากองค์กรสามารถสร้างความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับข้อดีของเทคโนโลยี บุคลากร จะมีแนวโน้มในการยอมรับเทคโนโลยีได้มากขึ้น ในขณะเดียวกัน Rahim และคณะ (2023) ได้วิเคราะห์แนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในงานบัญชี โดยเฉพาะ การใช้คลาวด์คอมพิวเตอร์และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสามารถในการตัดสินใจและเพิ่มความสามารถในการทำกำไรขององค์กร แต่การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ต้องอาศัยความเข้าใจเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของเทคโนโลยีกับลักษณะงาน (Task-Technology Fit; TTF) ทฤษฎี Task-Technology Fit (TTF) ของ Goodhue และ Thompson (1995) อธิบายว่า ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับว่ามันเหมาะสมกับลักษณะของงานมากเพียงใด ในบริบทของงานบัญชี เทคโนโลยีที่สามารถช่วยลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน เช่น การจัดทำรายงาน การประมวลผลเอกสาร และการตรวจสอบข้อมูลทางการเงิน มีแนวโน้มที่จะถูกนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าระบบที่ซับซ้อนและต้องการการเรียนรู้สูง จึงนำไปสู่สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยลดเวลาในการทำงานในแผนกบัญชี

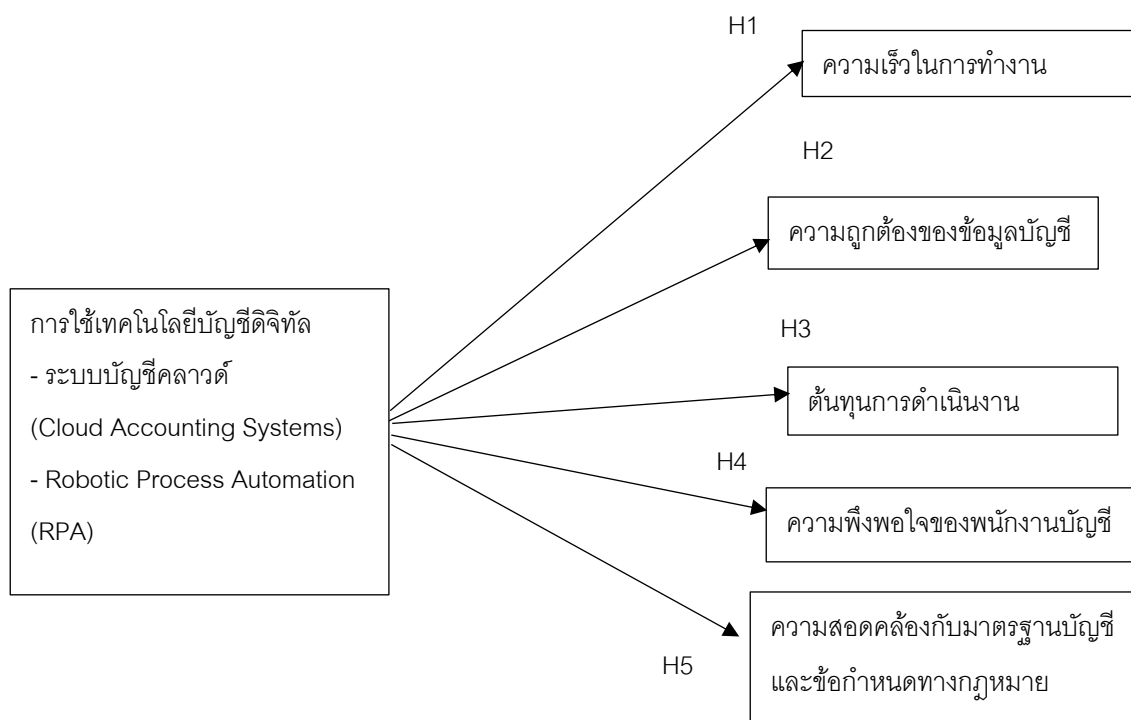
สมมติฐานที่ 2 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยเพิ่มความถูกต้องของข้อมูลบัญชี

สมมติฐานที่ 3 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในแผนกบัญชี

สมมติฐานที่ 4 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานบัญชี

สมมติฐานที่ 5 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยเพิ่มความสอดคล้องกับมาตรฐานบัญชีและข้อกำหนดทางกฎหมาย

จากการศึกษาทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เช่น ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี มีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการบัญชีและการยอมรับเทคโนโลยีในองค์กร อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้อาจยังคงมีความท้าทายที่ต้องจัดการ เช่น ความพร้อมของบุคลากร โครงสร้างระบบ และความง่ายในการใช้งาน ซึ่งการจัดการปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการดำเนินงานด้านบัญชีได้



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย (Research Design)

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลกับประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชีในสำนักงานบัญชีในจังหวัดอุบลราชธานี ผ่านการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlational Research Design) ซึ่งตัวแปรอิสระคือการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์ (Cloud Accounting) และ Robotic Process Automation (RPA) และตัวแปรตามคือประสิทธิภาพการทำงานที่วัดในด้านความเร็ว ความถูกต้อง การลดต้นทุน ความพึงพอใจ และความสอดคล้องกับมาตรฐานบัญชีและข้อกำหนดทางกฎหมาย

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้รับการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชีและเทคโนโลยีจำนวน 3 ท่าน ซึ่งช่วยประเมินความเหมาะสมของข้อคำถามและให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงให้ชัดเจนขึ้น หลังจากได้รับความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ได้มีการคำนวณ ค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา (Item Objective Congruence Index: IOC) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ที่ ≥ 0.5 เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำในการคัดเลือกข้อคำถามเข้าสู่แบบสอบถามสุดท้าย เพื่อให้มั่นใจในความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ได้ดำเนินการทดสอบนำร่อง (Pilot Testing) กับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กจำนวน 30 คน และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ Cronbach's Alpha ซึ่งตั้งเป้าหมายไว้ ≥ 0.7 อ้างอิงตามงานวิจัยของ Nunnally และ Bernstein (1994) และผลที่ได้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามที่ใช้มีทั้งข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นใหม่และข้อคำถามที่อ้างอิงจากงานวิจัยเดิม ข้อมูลแหล่งที่มาและแนวทางพัฒนาแบบสอบถามมีดังนี้ คำถามเกี่ยวกับ เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล อ้างอิงจากงานวิจัยของ Medvedskaya และ Raenko (2023) คำถามเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพของแผนกบัญชี อ้างอิงจาก Platov et al. (2023) และคำถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของพนักงาน อ้างอิงจาก Mohammed และ Salem (2023)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบัญชีและผู้บริหารในสำนักงานบัญชีขนาดเล็กและกลางในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนประมาณ 1,200 ราย กลุ่มตัวอย่างถูกคัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อให้มั่นใจว่ามีตัวแทนจากแต่ละประเภทของสำนักงานบัญชี โดยเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เป็นสำนักงานบัญชีที่มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5 ปี มีการใช้หรือไม่มีการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล (Cloud Accounting, RPA) พนักงานบัญชีที่มีประสบการณ์ทำงานในองค์กรไม่น้อยกว่า 1 ปี ผู้บริหารที่มีบทบาทในการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีบัญชี ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้อยู่ที่ 500 คน โดยแบ่งเป็นพนักงานบัญชี 350 คน และผู้บริหาร 150 คน เกณฑ์ในการคัดเลือกสำนักงานบัญชีที่เข้าร่วมการศึกษา ได้แก่ ต้องเป็นสำนักงานบัญชีที่มีประสบการณ์ดำเนินงานไม่น้อยกว่า 5 ปี ต้องเป็นสำนักงานบัญชี ขนาดเล็กหรือขนาดกลาง โดยใช้เกณฑ์ของสภาวิชาชีพบัญชีแห่งประเทศไทย ซึ่งกำหนดว่าสำนักงานบัญชี ขนาดเล็ก มีพนักงานไม่เกิน 10 คน และสำนักงานบัญชี ขนาดกลาง มีพนักงานระหว่าง 11-50 คน ต้องมีการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลในระดับที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ไม่ใช้เทคโนโลยีเลย, ใช้ระบบบัญชีคลาวด์เพียงอย่างเดียว, ไปจนถึงใช้ระบบบัญชีคลาวด์ร่วมกับ RPA รายละเอียดเกี่ยวกับการจัดส่งและการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม มีการส่งแบบสอบถามไปทั้งหมด 600 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 520 ชุด โดย 500 ชุด เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์และสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ได้ อัตราการตอบกลับที่สามารถใช้ได้จริงเท่ากับ 83.3% เพื่อให้มั่นใจว่าผลลัพธ์สามารถสะท้อนถึงมุมมองของทั้งสองกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นโดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลในองค์กร ประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชีในมิติของความเร็ว ความถูกต้อง การลดต้นทุน ความพึงพอใจ และความสอดคล้องกับมาตรฐานบัญชีและข้อกำหนดทางกฎหมาย แบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ยกเว้นบางคำถามที่ต้องการข้อมูลเฉพาะ เช่น รายชื่อเทคโนโลยีที่ใช้ ซึ่งปรับเปลี่ยนเป็นคำถามปลายเปิด ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจะถูกวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคทางสถิติดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีกับประสิทธิภาพการทำงาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อทดสอบผลกระทบของเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลต่อประสิทธิภาพการทำงาน การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า $p\text{-value} < 0.05$ เพื่อพิจารณาความมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis Techniques)

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้สามารถตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลกับประสิทธิภาพการทำงานในแผนกบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดอุบลราชธานี ได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้อง โดยจะเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อสรุปคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแจกแจงความถี่ของตัวแปรต่าง ๆ เช่น ระดับการใช้เทคโนโลยี ความเร็วในการทำงาน และระดับความถูกต้องของข้อมูล ทั้งนี้ การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) จะถูกนำมาใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัย เช่น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อประเมินความสัมพันธ์ระหว่างระดับการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลกับตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพการทำงาน การวิเคราะห์จะดำเนินการโดยใช้ซอฟต์แวร์ทางสถิติที่เป็นมาตรฐาน เช่น SPSS หรือ R ซึ่งช่วยในการคำนวณและแปลผลข้อมูลอย่างแม่นยำ นอกจากนี้ หากพบว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ จะพิจารณาใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อระบุว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานมากที่สุด การเลือกใช้เทคนิคดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเชิงทฤษฎี เช่น Task-Technology Fit Model ซึ่งช่วยอธิบายว่าเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับ

ลักษณะงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างไร เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลที่หลากหลายและลึกซึ้งเช่นนี้ช่วยให้การวิจัยสามารถตอบคำถามวิจัยได้อย่างครอบคลุมและเพิ่มคุณค่าทางวิชาการที่มีมาตรฐานระดับสูง

ตาราง 1 แสดงการวัดค่าตัวแปร

ตัวแปร	จำนวนข้อ	มาตรการวัด	อ้างอิงจากงานวิจัย	ตัวอย่างคำถาม
1. เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล	5	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	Medvedskaya, T., และ Raenko, A. (2023)	1. ท่านใช้งานเทคโนโลยี ในงานบัญชีในระดับใดบ้าง 2. ท่านคิดว่าการ บูรณาการ เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลเข้ากับ ระบบเดิมในองค์กรของท่าน เป็นเรื่องง่ายหรือยากเพียงใด
2. ประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชี				
2.1 ความเร็ว ในการทำงาน	5	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	Platov, A. V., Novichkova, I. A., และ Khoreeva, N. K. (2023)	1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยลดระยะเวลา ในการประมวลผลข้อมูล ทางบัญชีในแผนกของท่าน 2. ในแผนกบัญชีของท่าน ระบบดิจิทัลสามารถช่วยเพิ่ม ความเร็วในการสร้างรายงาน และส่งออกข้อมูลได้ในระดับใด
2.2 ความถูกต้อง ของข้อมูลบัญชี	5	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	Anitha, K. M., และ Kumar, D. G. R. (2023)	1. เครื่องมือดิจิทัลช่วยลดข้อ ผิดพลาดในการป้อนข้อมูลทางบัญชี 2. ระบบของท่านช่วยตรวจจับ ข้อผิดพลาดในข้อมูลหรือการคำนวณ ได้อย่างแม่นยำระดับใด
2.3 ต้นทุนการ ดำเนินงาน	5	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	Gnatiuk, T., Shkromyda, V., และ Shkromyda, N. (2023)	1. การปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ช่วยลดต้นทุนการจัดการเอกสาร และกระบวนการบัญชี 2. การลงทุนในระบบบัญชีดิจิทัล ช่วยเพิ่มความคุ้มค่าระดับใด

ตาราง 1 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวนข้อ	มาตรการวัด	อ้างอิงจากงานวิจัย	ตัวอย่างคำถาม
2.4 ความพึงพอใจของพนักงานบัญชี	5	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	Mohammed, K., และ Salem, A. A. (2023)	1. ท่านพอใจกับประสิทธิภาพของเครื่องมือดิจิทัลที่นำมาใช้ในงานบัญชีของท่านหรือไม่ 2. การใช้ระบบดิจิทัลในงานบัญชีทำให้ท่านรู้สึกว่าการะงานลดลงและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพส่วนตัวในระดับใด
2.5 ความสอดคล้องกับมาตรฐานบัญชีและข้อกำหนดทางกฎหมาย	5	มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	Anitha, K. M., และ Kumar, D. G. R. (2023)	1. ระบบบัญชีในแผนกของท่านสามารถรองรับการปฏิบัติตามมาตรฐานทางบัญชีได้อย่างครบถ้วนหรือไม่ 2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายมีความสะดวกและแม่นยำขึ้นในระดับใด

4. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลกับความเร็วในการทำงาน

การทดลองนี้มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ว่าการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์ (Cloud Accounting) และ Robotic Process Automation (RPA) มีผลต่อการเพิ่มความเร็วในการดำเนินงานของแผนกบัญชีหรือไม่ การศึกษานี้ออกแบบเพื่อยืนยันความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการใช้เทคโนโลยีและการลดเวลาที่ใช้ในกระบวนการบัญชี

ข้อมูลที่ได้ถูกรวบรวมและวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง 500 คน ซึ่งเป็นพนักงานบัญชีและผู้บริหารในสำนักงานบัญชีในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้การวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและค่าเฉลี่ยความเร็วในการทำงาน

ตาราง 2 แสดงข้อมูลที่ได้ถูกรวบรวมและวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลและค่าเฉลี่ยความเร็วในการทำงาน

ระดับการใช้เทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ยความเร็วการทำงาน (นาฬิกา/งาน)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ระดับความพึงพอใจของพนักงาน (คะแนนเฉลี่ยจาก 5)
ต่ำ	45.2	5.6		2.8
ปานกลาง	32.5	4.8		3.7
สูง	20.3	3.1	0.82	4.5

การวิเคราะห์และอภิปรายผลการทดลอง ความเร็วในการดำเนินงาน การใช้เทคโนโลยีในระดับสูงส่งผลให้ความเร็วในการดำเนินงานเฉลี่ยลดลงเหลือเพียง 20.3 นาทีต่อหนึ่งงาน ซึ่งลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับระดับต่ำที่ 45.2 นาที การลดลงนี้แสดงถึงศักยภาพของเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์และ RPA ในการลดเวลาและขั้นตอนที่ไม่จำเป็นในกระบวนการทำงาน

ผลการศึกษาเน้นถึงคุณค่าของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการลดต้นทุนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพความพึงพอใจของพนักงาน พนักงานในองค์กรที่ใช้เทคโนโลยีในระดับสูงรายงานความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.5 คะแนน (จาก 5) ซึ่งสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีหรือใช้ในระดับต่ำที่รายงานความพึงพอใจเฉลี่ย 2.8 คะแนน การเพิ่มขึ้นนี้สะท้อนถึงผลกระทบเชิงบวกของการลดภาระงานซ้ำซ้อนและการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ($r = 0.82, p < 0.01$) ระหว่างระดับการใช้เทคโนโลยีและความเร็วในการทำงานยืนยันถึงบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลในบริบทของแผนกบัญชี โดยผลลัพธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anitha และ Kumar (2023) และ Yang (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลไม่เพียงช่วยเพิ่มความแม่นยำ แต่ยังสร้างผลกระทบในด้านประสิทธิภาพและความพึงพอใจของพนักงาน

4.2 ผลกระทบของเทคโนโลยีต่อความถูกต้องของข้อมูลบัญชี

การทดลองนี้มีเป้าหมายเพื่อประเมินว่าเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์และ Robotic Process Automation (RPA) มีผลต่อการลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความถูกต้องของข้อมูลบัญชีอย่างไร โดยเน้นตรวจสอบผลลัพธ์ในบริบทขององค์กรขนาดเล็กและกลางในประเทศไทย โดยผลลัพธ์แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีในระดับต่าง ๆ

ตาราง 3 แสดงผลการทดลองที่ครอบคลุมทั้งความถูกต้องของข้อมูล ความเสถียรของระบบ (System Stability) และการลดข้อผิดพลาด (Error Reduction) เมื่อใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลในระดับต่าง ๆ

ประเภทเทคโนโลยีที่ใช้	เปอร์เซ็นต์ความถูกต้องของข้อมูล (%)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ความเสถียรของระบบ (%)	ข้อผิดพลาดที่ลดลง (%)	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่าความนัยสำคัญ (p-value)
ไม่ใช้เทคโนโลยี	72.4	8.2	68	-	-	-
ใช้ระบบบัญชีคลาวด์	89.1	4.5	85	23	-	-
ใช้ระบบบัญชีคลาวด์ + RPA	96.3	2.7	95	34	0.87	< 0.01

การวิเคราะห์และอภิปราย ความถูกต้องของข้อมูล การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์และ RPA ส่งผลให้ความถูกต้องของข้อมูลบัญชีเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน จาก 72.4% ในองค์กรที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีเป็น 96.3% เมื่อใช้ RPA ร่วมกับระบบบัญชีคลาวด์ การปรับปรุงนี้สะท้อนถึงประสิทธิภาพของเทคโนโลยีในการลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลบัญชี ความเสถียรของระบบ การใช้ระบบบัญชีคลาวด์ช่วยเพิ่มความเสถียรของระบบเป็น 85% ในขณะที่การรวม RPA เข้าด้วยช่วยเพิ่มความเสถียรถึง 95% ผลลัพธ์นี้แสดงถึงความสามารถของเทคโนโลยีใน

การจัดการงานซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในระบบที่มีความซับซ้อน การลดข้อผิดพลาด การรวม RPA กับระบบบัญชีคลาวด์ช่วยลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากมนุษย์ได้ถึง 34% เทียบกับการลดลงเพียง 23% จากการใช้ระบบบัญชีคลาวด์เพียงอย่างเดียว ผลลัพธ์นี้ชี้ให้เห็นว่าการใช้ RPA มีบทบาทสำคัญในการกำจัดงานซ้ำซ้อนและข้อผิดพลาดในกระบวนการบัญชี การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ($r = 0.87, p < 0.01$) ระบุว่า การเพิ่มระดับการใช้เทคโนโลยีมีผลโดยตรงต่อความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย การเพิ่มตัวชี้วัดใหม่ เช่น ความเสถียรของระบบและข้อผิดพลาดที่ลดลง ช่วยให้ผลการทดลองมีมิติที่ครอบคลุมมากขึ้นและสะท้อนถึงผลกระทบของเทคโนโลยีในมิติที่หลากหลาย การใช้ตัวชี้วัดเหล่านี้ยังช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจให้กับงานวิจัย ผลลัพธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anitha และ Kumar (2023) ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเทคโนโลยีดิจิทัลในการลดข้อผิดพลาด และงานของ Yang (2023) ที่เน้นว่าการเพิ่มความถูกต้องของข้อมูลมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ

4.3 ผลกระทบต่อการลดต้นทุนในแผนกบัญชี

การทดลองนี้มีเป้าหมายเพื่อประเมินผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์ และ Robotic Process Automation (RPA) ในการลดต้นทุนการดำเนินงานในแผนกบัญชี โดยใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกระบวนการแบบดั้งเดิม การใช้ระบบบัญชีคลาวด์ และการผสมผสาน RPA กับระบบบัญชีคลาวด์

ตาราง 4 ผลกระทบของเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลในหลายมิติ ได้แก่ การลดต้นทุน ความพึงพอใจของพนักงาน อัตราความผิดพลาด (Error Rate) และอัตราความสอดคล้องกับข้อกำหนด (Compliance Rate) เพื่อเพิ่มมิติใหม่ในการวิเคราะห์

เทคโนโลยีที่ใช้	ต้นทุนเฉลี่ยรายเดือน (บาท)	การลดต้นทุน (%)	จำนวนชั่วโมงที่ลดลง (ชั่วโมง/เดือน)	อัตราความผิดพลาด (%)	ความพึงพอใจของพนักงาน (คะแนนเฉลี่ยจาก 5)	Compliance Rate (%)
กระบวนการดั้งเดิม	100,000	-	-	12	2.8	70
ระบบบัญชีคลาวด์	78,000	22	120	5	3.9	88
ระบบบัญชีคลาวด์ + RPA	65,000	35	220	2	4.5	95

การวิเคราะห์และอภิปราย การลดต้นทุน การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยการใช้ระบบบัญชีคลาวด์ช่วยลดต้นทุนได้ 22% ขณะที่การผสมผสาน RPA ช่วยเพิ่มการลดต้นทุนเป็น 35% ผลลัพธ์นี้สะท้อนถึงประสิทธิภาพของ RPA ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานและลดค่าใช้จ่ายซ้ำซ้อน การลดจำนวนชั่วโมงทำงาน เทคโนโลยีช่วยลดจำนวนชั่วโมงการทำงานซ้ำซ้อน โดยระบบบัญชีคลาวด์ลดลงได้ 120 ชั่วโมง/เดือน และเมื่อใช้ร่วมกับ RPA ลดลงได้ถึง 220 ชั่วโมง/เดือน ผลลัพธ์นี้แสดงถึงความสามารถของเทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพแรงงาน การลดข้อผิดพลาด (Error Rate) อัตราความผิดพลาดลดลงจาก 12% ในกระบวนการดั้งเดิมเป็น 5% ในกรณีของระบบบัญชีคลาวด์ และ 2% เมื่อรวม RPA ผลลัพธ์นี้ยืนยันว่าการนำ RPA เข้ามาใช้มีบทบาทสำคัญในการลดข้อผิดพลาด

และเพิ่มความถูกต้องของข้อมูลบัญชี ความพึงพอใจของพนักงาน พนักงานในองค์กรที่ใช้ RPA รายงานความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.5 คะแนน (จาก 5) สูงกว่ากระบวนการดั้งเดิม (2.8 คะแนน) ผลลัพธ์นี้ชี้ให้เห็นว่าการลดงานซ้ำซ้อนและปรับปรุงประสิทธิภาพช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจและความสุขในงาน อัตราความสอดคล้องกับข้อกำหนด (Compliance Rate) การผสานระบบบัญชีคลาวด์กับ RPA เพิ่มอัตราความสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานการบัญชีเป็น 95% เทียบกับ 70% ในกระบวนการดั้งเดิม แสดงถึงผลกระทบของเทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและการตรวจสอบ

การรวมตัวชี้วัดใหม่ เช่น ความพึงพอใจของพนักงานและ Compliance Rate ช่วยเพิ่มความครอบคลุมของการวิเคราะห์ และแสดงถึงมุมมองที่หลากหลายของผลกระทบจากเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในหลายมิติ ทั้งในด้านการลดต้นทุน ลดข้อผิดพลาด และเพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน นอกจากนี้ ยังช่วยให้องค์กรสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีและข้อกำหนดทางกฎหมายได้ดีขึ้น ผลลัพธ์เหล่านี้เป็นแนวทางสำคัญสำหรับการพัฒนาแผนกลยุทธ์การนำเทคโนโลยีมาใช้องค์กรทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	ค่า สัมประสิทธิ์ (Coefficient)	ค่าสมการ ตัดแกน (Intercept)	ค่า P- value	ค่า Std. Error	ค่า R- squared	ค่า Adjusted R-squared	ค่า Mean Squared Error
Speed (ความเร็ว ในการทำงาน)	0.4867	0.1436	< 0.01	0.0137	0.7183	0.7177	0.2559
Accuracy (ความ ถูกต้องของข้อมูล)	0.4994	0.0440	< 0.01	0.0134	0.7357	0.7352	0.2468
Cost Reduction (การลดต้นทุน)	0.5274	-0.1918	< 0.01	0.0159	0.6873	0.6866	0.3486
Employee Satisfaction (ความพึงพอใจของ พนักงานบัญชี)	0.3972	0.0348	< 0.01	0.0078	0.8391	0.8388	0.0833
Compliance (ความสอดคล้อง กับมาตรฐานบัญชี)	0.5086	-0.0637	< 0.01	0.0083	0.8839	0.8837	0.0936

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกและนัยสำคัญระหว่าง การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล กับตัวแปรตามที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชีในมิติต่าง ๆ ดังนี้

Speed (ความเร็วในการทำงาน): ค่าสัมประสิทธิ์ (0.4867): การเพิ่มการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยเพิ่มความเร็วในการทำงาน โดยทุกหน่วยการเพิ่มขึ้นของการใช้เทคโนโลยีส่งผลให้ความเร็วเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.4867 หน่วย
ค่า R-squared (0.7183): ตัวแปรต้นสามารถอธิบายความแปรปรวนของความเร็วในการทำงานได้ 71.83% ความสำคัญทางสถิติ (P-value < 0.01): แสดงถึงความสัมพันธ์ที่เชื่อถือได้ทางสถิติ

Accuracy (ความถูกต้องของข้อมูล): ค่าสัมประสิทธิ์ (0.4994): การใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความถูกต้องของ

ข้อมูล โดยทุกหน่วยการเพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีส่งผลให้ความถูกต้องเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.4994 หน่วย ค่า R-squared (0.7357): ความถูกต้องของข้อมูลได้รับผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยีในระดับสูงถึง 73.57% P-value (< 0.01): บ่งชี้ว่าความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติ

Cost Reduction (การลดต้นทุน): ค่าสัมประสิทธิ์ (0.5274): การใช้เทคโนโลยีช่วยลดต้นทุนได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลกระทบในระดับสูงเมื่อเทียบกับตัวแปรอื่น ค่า R-squared (0.6873): ตัวแปรต้นสามารถอธิบายการลดต้นทุนได้ถึง 68.73% ความสำคัญทางสถิติ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับสูง

Employee Satisfaction (ความพึงพอใจของพนักงานบัญชี): ค่าสัมประสิทธิ์ (0.3972): การใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน โดยมีความสัมพันธ์ที่ดีและน่าเชื่อถือ ค่า R-squared (0.8391): การใช้เทคโนโลยีสามารถอธิบายความพึงพอใจได้สูงถึง 83.91% ค่า Mean Squared Error (0.0833): แสดงถึงความแม่นยำของการพยากรณ์ในระดับสูง

Compliance (ความสอดคล้องกับมาตรฐานบัญชี): ค่าสัมประสิทธิ์ (0.5086): ความสอดคล้องกับมาตรฐานได้รับผลกระทบในระดับสูงที่สุด โดยการเพิ่มการใช้เทคโนโลยีส่งผลให้ความสอดคล้องเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ค่า R-squared (0.8839): แสดงว่า การใช้เทคโนโลยีสามารถอธิบายความสอดคล้องกับมาตรฐานได้ถึง 88.39% ค่า P-value (< 0.01): ยืนยันความนัยสำคัญของความสัมพันธ์

ผลการวิเคราะห์สนับสนุนแนวคิดว่า การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์และ RPA มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในแง่ต่าง ๆ ทั้งการเพิ่มความเร็ว ความถูกต้อง การลดต้นทุน ความพึงพอใจของพนักงาน และความสอดคล้องกับมาตรฐานบัญชีในแผนกบัญชี การใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าวจึงควรได้รับการส่งเสริมในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทขององค์กรไทยที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพและลดข้อผิดพลาดในกระบวนการบัญชีอย่างยั่งยืน

ตาราง 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยลดเวลาในการทำงานในแผนกบัญชี	✓	
สมมติฐานที่ 2 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยเพิ่มความถูกต้องของข้อมูลบัญชี	✓	
สมมติฐานที่ 3 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในแผนกบัญชี	✓	
สมมติฐานที่ 4 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานบัญชี	✓	
สมมติฐานที่ 5 การใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลช่วยเพิ่มความสอดคล้องกับมาตรฐานบัญชีและข้อกำหนดทางกฎหมาย	✓	

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์และ Robotic Process Automation (RPA) ในการเพิ่มประสิทธิภาพและลดข้อผิดพลาดในกระบวนการบัญชี ผลการทดลอง พบว่าการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ช่วยลดเวลาการดำเนินงาน เพิ่มความถูกต้องของข้อมูล ลดต้นทุน และเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานในแผนกบัญชี นอกจากนี้ยังพบว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มความสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในสภาพแวดล้อมธุรกิจที่มีการกำกับดูแลอย่างเข้มงวด ผลลัพธ์ที่ได้เน้นถึงความสำคัญของการบูรณาการเทคโนโลยีในกระบวนการบัญชี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรขนาดเล็กและกลาง (SMEs) ซึ่งมักเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากร เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น RPA และระบบบัญชีคลาวด์ มีศักยภาพในการลดขั้นตอนการทำงานซ้ำซ้อน เพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน และสนับสนุนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ Anitha และ Kumar (2023) ที่แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มความแม่นยำและความเร็วในการดำเนินงานบัญชี นอกจากนี้ยังสนับสนุนข้อค้นพบของ Yang (2023) ที่ระบุว่า RPA ช่วยลดความซับซ้อนและข้อผิดพลาดในกระบวนการบัญชี อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้เพิ่มความลึกซึ้งโดยเน้นถึงผลกระทบของเทคโนโลยีเหล่านี้ในบริบทของ SMEs ในประเทศไทย ซึ่งเป็นมุมมองที่ยังไม่ได้รับการสำรวจอย่างเพียงพอในงานวิจัยก่อนหน้านี้ โดยเฉพาะในด้านความสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย (Compliance Rate) และความพึงพอใจของพนักงาน แม้ผลการวิจัยก่อนหน้านี้จะเน้นถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลในองค์กรขนาดใหญ่หรือในบริบทระหว่างประเทศ ผลลัพธ์ของการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าผลกระทบที่คล้ายคลึงกันสามารถเกิดขึ้นในระดับขององค์กรขนาดเล็กและกลางได้ แต่จำเป็นต้องมีการปรับให้เหมาะสมกับบริบททางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจเฉพาะของประเทศไทย ผลการวิจัยสามารถอธิบายได้โดยทฤษฎี Task-Technology Fit (TTF) ซึ่งระบุว่าเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างมีนัยสำคัญ ในกรณีนี้ การนำ RPA และระบบบัญชีคลาวด์มาใช้ช่วยปรับปรุงการจัดการข้อมูลและลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากมนุษย์ นอกจากนี้ การวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Diffusion of Innovation (DOI) ที่แสดงให้เห็นว่าองค์กรที่มีความพร้อมในการยอมรับนวัตกรรมสามารถรับประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ได้เร็วกว่าองค์กรที่ยังไม่ปรับตัว

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของพนักงานที่สูงกว่าที่คาดการณ์สะท้อนถึงความสามารถของเทคโนโลยีในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานและเพิ่มคุณภาพชีวิตของพนักงาน แม้ว่าผลลัพธ์ของการวิจัยนี้จะน่าสนใจ แต่มีข้อจำกัดที่ควรพิจารณา เช่น การเก็บข้อมูลจาก SMEs ในจังหวัดอุบลราชธานีเท่านั้น อาจไม่สะท้อนถึงสถานการณ์ในภูมิภาคหรือประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้ การใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลอาจมีข้อจำกัดในด้านความเที่ยงตรง (Accuracy) ของข้อมูลเนื่องจากการพึ่งพาการตอบแบบอัตวิสัย (Self-reporting Bias)

การวิจัยครั้งนี้เพิ่มคุณค่าทางวิชาการด้วยการรวมตัวชี้วัดที่หลากหลาย เช่น ความพึงพอใจของพนักงาน และ Compliance Rate ซึ่งช่วยให้การวิเคราะห์มีมิติที่ครอบคลุมมากขึ้น นอกจากนี้ การวิจัยยังเน้นบริบทเฉพาะขององค์กรขนาดเล็กในประเทศไทย ซึ่งช่วยให้ผลลัพธ์มีความเกี่ยวข้องในเชิงปฏิบัติและสามารถนำไปใช้ได้จริง การวิจัยในอนาคตควรสำรวจผลกระทบระยะยาวของเทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการบัญชี รวมถึงการประยุกต์ใช้ในองค์กรที่มีขนาดใหญ่ขึ้น นอกจากนี้ การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) ที่วิเคราะห์ผลกระทบแบบเจาะลึกในระดับงานเฉพาะอาจให้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม ผลลัพธ์ของการวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการออกแบบกลยุทธ์การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในองค์กรขนาดเล็ก การลงทุนใน RPA และระบบบัญชีคลาวด์สามารถช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ในตลาดที่แข่งขันสูง

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้เน้นศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีคลาวด์และ Robotic Process Automation (RPA) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชีในสำนักงานบัญชีขนาดเล็กและกลางในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีดังกล่าวช่วยลดเวลาในการทำงาน เพิ่มความถูกต้องของข้อมูล ลดต้นทุน และส่งเสริมความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มอัตราการปฏิบัติตามมาตรฐานบัญชีและข้อกำหนดทางกฎหมาย ซึ่งเน้นถึงบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีในกระบวนการบัญชีในบริบทของประเทศไทย ผลการวิจัยมีความสำคัญในเชิงวิชาการและปฏิบัติ โดยช่วยเติมเต็มช่องว่างความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลในองค์กรขนาดเล็ก อีกทั้งยังสามารถเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการปรับปรุงกระบวนการบัญชีเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การวิจัยยังมีข้อจำกัด เช่น การศึกษาที่จำกัดในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และการใช้แบบสอบถามที่อาจมีความลำเอียงจากมุมมองส่วนบุคคล โดยสรุป งานวิจัยนี้เน้นย้ำถึงศักยภาพของเทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลในการยกระดับการดำเนินงานของแผนกบัญชีในองค์กรไทย พร้อมสนับสนุนแนวทางการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน และวางรากฐานสำหรับการวิจัยในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริบทอื่น ๆ ที่หลากหลายยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Anitha, K. M., & Kumar, D. G. R. (2023). Digital accounting transformation and its impact on financial reporting accuracy. *Journal of Accounting and Finance*, 45(2), 112–128.
- Efuntade, A., & Efuntade, O. (2023). Cloud accounting systems and their role in modern business operations. *International Journal of Accounting Innovation*, 12(1), 45–60.
- Fang, L., Wang, J., & Zhao, Q. (2022). The impact of digital transformation on small and medium-sized accounting firms: A comparative study. *Asian Accounting Review*, 38(4), 215–234.
- Gnatiuk, T., Shkromyda, V., & Shkromyda, N. (2023). Automation in accounting: Challenges and opportunities. *European Journal of Accounting Research*, 27(3), 98–115.
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213–236.
- Ivanov, A. (2023). Artificial intelligence in financial auditing: Trends and challenges. *Accounting and Information Systems Journal*, 29(1), 87–102.
- Langmann, M., & Kokina, J. (2021). Robotic process automation in accounting: Implementation and strategic benefits. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 18(2), 56–72.
- Li, T. (2023). Big data analytics and cloud accounting: A synergy for financial efficiency. *Finance and Accounting Review*, 19(4), 132–148.
- Marwal, R. (2020). Integrating RPA with accounting systems: A case study approach. *International Journal of Business Technology*, 15(3), 78–92.
- Medvedskaya, T., & Pereverova, I. (2023). Digital transformation of accounting practices: A global perspective. *Accounting Research Journal*, 31(5), 256–273.

- Medvedskaya, T., & Raenko, A. (2023). The evolution of digital accounting: From manual records to AI-driven solutions. *Journal of Financial Management and Accounting*, 42(2), 145–162.
- Mohammed, K., & Salem, A. A. (2023). Employee satisfaction and digital accounting adoption: A study in SMEs. *Small Business Accounting Review*, 23(1), 87–99.
- Nikita, P., & Parashar, R. (2023). Cybersecurity in cloud accounting: Risks and mitigation strategies. *Information Security and Accounting Journal*, 14(3), 121–136.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Omar, H. (2023). Technological innovations in accounting: Adoption and resistance factors. *Journal of Accounting and Information Science*, 20(2), 64–81.
- Platov, A. V., Novichkova, I. A., & Khoreeva, N. K. (2023). The role of automation in financial auditing: Implications for accounting professionals. *Journal of Accounting Technology*, 26(4), 58–74.
- Rahim, M., Wang, T., & Liu, X. (2023). Cloud computing and AI in accounting: A framework for digital transformation. *Journal of Digital Finance*, 11(2), 99–118.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th ed.). Free Press.
- Yang, X. (2023). Blockchain and its impact on financial transparency in accounting. *Global Accounting Review*, 30(3), 175–192.
- Zhang, Y., Li, H., & Chen, R. (2022). The integration of robotic process automation in accounting: A systematic review. *Journal of Intelligent Accounting Systems*, 17(2), 47–63.

อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

The Influence of Audit Committee Characteristic on Audit fees

วันสิริ ประเสริฐทรัพย์^{1,*} และสุขจิตร ตั้งเจริญ²

Vansiri Prasoththap^{1,*} and Sukjit Tangcharoen²

Received : April 3, 2025 Revised : June 16, 2025 Accepted : June 19, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ ความเป็นอิสระ ขนาด การประชุม ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของ คณะกรรมการตรวจสอบ และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ กลุ่มตัวอย่างที่นำมา ศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2565 กลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 198 บริษัท ประกอบด้วยอุตสาหกรรม ประเภทภาคสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 88 บริษัท และภาคบริการ จำนวน 110 บริษัท เลือกแบบเฉพาะเจาะจงที่มีข้อมูลครบถ้วน เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบและ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวแปร ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ ถดถอยเชิงพหุคูณ แบบ Enter Method ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ ความเป็นอิสระ คณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลเชิงลบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ในขณะที่จำนวนการประชุม ขนาด และความ เชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้เป็นแนวทางในการกำกับดูแลและปรับปรุงคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ของหน่วยงาน กำกับดูแล และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เกี่ยวกับความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ และความเชี่ยวชาญ ด้านการบัญชีและการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ ให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย มีความ เชื่อมั่นต่อรายงานทางการเงิน และมีค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่เหมาะสม

คำสำคัญ : คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ การกำกับดูแลกิจการ

ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

¹ รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹ Associate Professor, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

² Assistant Professor, Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Corresponding author : vansiri.p@rmutp.ac.th

Abstract

The purpose of this research was to study the influence of audit committee characteristics on audit fees. The audit committee characteristics were the independence, size, numbers of meetings, the expertise in accounting or finance of the audit committee, and the expertise in accounting or finance of the audit committee chair. The sample of this research was the secondary data from 198 companies listed on the Stock Exchange of Thailand between the year 2021 to 2022 consisted of 88 industrial product companies and 110 service industry companies. The purposive sampling method was used to collect the data of the companies with complete information only. The data of the audit committee characteristics and the audit fees opinions were collected from the Annual Registration Statement (Form 56-1). The variable data were analyzed by using descriptive statistics and inferential statistics, then the Pearson's product moment correlation coefficient analysis and multiple regression analysis using Enter Method were used to test the hypotheses. The results revealed that the independence of the audit committee had a positive influence on audit fees while the expertise in accounting or finance of the audit committee chair had a negative influence on audit fees. There was no significant relationship between the numbers of meetings, size, the expertise in accounting or finance of the audit committee and the audit fees. The results of this study serve as a guideline for the supervision and improvement of the characteristics of the audit committee of corporate governance and companies listed on the stock exchange regarding the independence of the audit committee and the expertise in accounting and finance of the chairman of the audit committee to be more appropriate so that shareholders and stakeholders trust the financial reports and have appropriate audit fees.

Keywords : Audit Committee Characteristics, Audit Committee Chairman, Corporate Governance, Audit fees

1. บทนำ

จากโลกที่เผชิญวิกฤติเศรษฐกิจจากสถานการณ์โควิดที่ต่อเนื่องระยะยาว และภาวะสงครามยูเครนและรัสเซีย หลายบริษัทในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทยต้องปิดตัวเนื่องจากฝ่ายบริหารไม่สามารถปรับตัวและรักษาเสถียรภาพของบริษัทได้ ในขณะที่หลายธุรกิจสามารถปรับตัวได้ การนำสื่อดิจิทัลมาใช้ ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามปัญหาการทุจริตในหลายธุรกิจยังมีมาต่อเนื่องและเพิ่มขึ้น สะท้อนผ่านรายงานทางการเงินที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ โดยไม่ได้รับการเปิดเผยหรือการแจ้งเตือน เช่น การล้มละลายของธนาคารซิลิคอนแวลลีย์ หรือ SVB ธนาคารขนาดใหญ่อันดับ 10 ของอเมริกา เป็นความล้มเหลวของการกำกับดูแลความเสี่ยง การจัดการความเสี่ยง ที่ไม่เพียงพอ และการควบคุมที่ไม่มีประสิทธิภาพในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน (Erer, E. & Erer, D., 2024) และในประเทศไทย อดีตกรรมการและผู้บริหาร บริษัท สตาร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ STARK มีการตกแต่งงบการเงิน ในสาระสำคัญเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน ในปี 2564 – 2565 โดยไม่มีการแจ้งเตือนผู้รายงานทางการเงินแต่อย่างใด (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ [ก.ล.ต.], 2567) เหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้นส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างมากในตลาดทุน ทำให้มีข้อสงสัยถึงความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชี รวมถึงบทบาทของคณะกรรมการตรวจสอบ ที่เป็นเครื่องมือสำคัญของการกำกับดูแลกิจการในกระบวนการกำกับดูแลรายงานทางการเงินและความสำคัญในการเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชี ในการรักษาไว้ซึ่งสิทธิและผลประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย

การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) เป็นกลไกการถ่วงดุลอำนาจผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย คณะกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร ลดปัญหาตัวแทน (Agency Problem) เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอด รักษาความเชื่อถือได้ รายงานทางการเงิน และรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย โดยกลไกที่สำคัญ คือ ความอิสระของคณะกรรมการบริษัท ที่มีคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) ที่เป็นส่วนสำคัญในการกำกับดูแลคุณภาพรายงานทางการเงิน (อุษณา ภักธมนตรี, 2567) การกำหนดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบในประเทศไทย เป็นไปตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ในการกำกับดูแลตลาดทุน ได้ออกหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปี พ.ศ. 2560 สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางให้แก่คณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้นำองค์กร ไปปรับใช้ในการกำกับดูแลกิจการ โดยมุ่งหวังให้เกิดการสร้างคุณค่าแก่กิจการอย่างยั่งยืน (ก.ล.ต., 2560ก) และหนึ่งในหลักปฏิบัติที่สำคัญ คณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) เป็นหนึ่งในคณะกรรมการบริษัทที่มีความเป็นอิสระ ต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนด ก.ล.ต. องค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบ ควรมีจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน ไม่เกิน 5 คน โดยทุกรายต้องเป็นกรรมการอิสระ คุณลักษณะคือต้องไม่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ไม่ถือหุ้นเกิน 1%

ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมด ควรมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน อย่างน้อย 1 คน นอกจากนี้ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบที่สำคัญ คือ การกำกับดูแลฝ่ายบริหารเกี่ยวกับรายงานทางการเงิน การเสนอผู้สอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่ได้รับความเห็นชอบจาก ก.ล.ต.ที่มีสังกัดสำนักงานสอบบัญชี Big 4¹ และ สำนักงานสอบบัญชีที่ไม่ใช่ Big 4² ให้ผู้ถือหุ้นเลือกและแต่งตั้งขึ้น รวมถึงเสนอค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560) คณะกรรมการตรวจสอบจึงมีบทบาทสำคัญในการเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัย วันสิริ ประเสริฐทรัพย์ (2564) พบว่า คณะกรรมการอิสระมีความสัมพันธ์กับการเลือกผู้สอบบัญชีจากสำนักงานสอบบัญชี Big 4 และในการปฏิบัติหน้าที่นี้ให้เกิดประสิทธิผล ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลและตัดสินใจ และถ้าประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ส่งผลต่อการกำกับดูแลรายงานทางการเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การเลือกผู้สอบบัญชีจากสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพสูง (Rosa et al., 2025) ส่งผลต่อความเชื่อมั่นคุณภาพของรายงานทางการเงิน หมายถึงต้องมีการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงเช่นกัน

ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี เป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนการให้ความสำคัญคุณภาพรายงานทางการเงินในการกำกับดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบ รวมถึงการเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีเน้นที่คุณภาพของผู้สอบบัญชีมากกว่าพิจารณาเพียงค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีต่ำเท่านั้น (สภานิติบัญญัติในพระบรมราชูปถัมภ์, 2565) ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี จึงเป็นตัววัดคุณภาพการรายงานทางการเงินทางอ้อม จากผู้สอบบัญชีที่เป็นบุคคลภายนอก ดังนั้น ถ้าจะให้รายงานทางการเงินที่จัดทำขึ้นโดยฝ่ายบริหารมีความโปร่งใส คณะกรรมการตรวจสอบ ที่มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลรายงานทางการเงินให้มีคุณภาพ ไม่ให้เกิดความขัดแย้งผลประโยชน์ และการแสดงข้อมูลไม่เท่ากัน (Pratama et al., 2025) ต้องมีการเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพ ทำให้เชื่อมั่นว่าการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อถือว่าต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่อาจจะต้องสูงขึ้นด้วย (วฤตดา พิพัฒน์กุล และคณะ, 2563; ปริศนา เยาวมารและคณะ, 2558)

ประเทศไทยหลังจากมีการประกาศใช้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทจดทะเบียน ปี พ.ศ. 2560 บริษัทในตลาดทุนเผชิญสถานการณ์โควิดมาอย่างต่อเนื่อง และในช่วงเวลานี้สถานการณ์คลี่คลาย งานวิจัยในประเทศไทยที่ผ่านมายังมีน้อย ในการศึกษาการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปี พ.ศ. 2560 มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบเกิดประสิทธิผลหรือไม่ และส่วนใหญ่เน้นศึกษาคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ จำนวนการประชุม ความอิสระ ขนาด ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาอิทธิพลคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ที่มีต่อการกำกับดูแลคุณภาพรายงานทางการเงิน และการตรวจสอบที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูง โดยผู้วิจัยสนใจศึกษาคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ จำนวนการประชุม ความอิสระ ขนาด ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ (ปริศนา เยาวมารและคณะ, 2558 ;Hamdan, 2020) และเพิ่มเติมคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบจากงานวิจัยในประเทศไทยที่ผ่านมา คือ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ด้วยประธานคณะกรรมการตรวจสอบในฐานะผู้นำมีความรับผิดชอบต่อที่สำคัญในการกำกับดูแลคุณภาพรายงานทางการเงินที่ฝ่ายบริหารจัดทำให้เกิดประสิทธิภาพหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทจดทะเบียน ปี พ.ศ. 2560 มีบทบาทสำคัญในการคัดเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีชื่อเสียง ที่มีกระบวนการตรวจสอบที่มีคุณภาพ (Rosa et al., 2025) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นนักลงทุนต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน และเป็นการต่อยอดผลวิจัยวันสิริ ประเสริฐทรัพย์ (2564) พบว่าความอิสระคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์การเลือกผู้สอบบัญชี และวันสิริ ประเสริฐทรัพย์ (2565) พบว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีอิทธิพลต่อการลดการได้รับการแสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น การตรวจสอบที่มีคุณภาพ และการกำกับดูแลรายงานทางการเงินที่ดี ส่งผลต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินไม่พบการแสดงความเห็นที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ งานวิจัยที่กล่าวข้างต้นยังมีช่องว่าง คณะกรรมการบริษัทอิสระ ที่ว่าคือ คณะกรรมการตรวจสอบ และมีอิทธิพลต่อการเลือกผู้สอบบัญชีที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ จึงส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงขึ้น และงานวิจัยนี้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่

¹ สำนักงานสอบบัญชี Big 4 สำนักงานสอบบัญชี 4 รายใหญ่ที่สุดในโลก ให้บริการด้านการตรวจสอบบัญชี การให้คำปรึกษาทางธุรกิจ และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทางการเงิน และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้แก่บริษัท ไพรซ์ วอเตอร์เฮาส์ คูเปอร์ เอ็มเอเอส จำกัด บริษัท ดีลอยด์ทูล โทมัส ไซเยส จำกัด บริษัทสำนักงาน อีวาย จำกัด และบริษัท เคพีเอ็มจี จำกัด

² สำนักงานสอบบัญชีที่ไม่ใช่ Big 4 ให้บริการด้านการตรวจสอบบัญชี การให้คำปรึกษาทางธุรกิจ และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทางการเงิน ที่มีขนาดกลางและเล็ก รวมถึงสำนักงานสอบบัญชีที่เป็นสมาชิกสำนักงานสอบบัญชีต่างประเทศที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ไม่ใช่สำนักงานสอบบัญชี Big 4

จะมีผลกระทบต่อภาพรวมของประเทศ โดยเฉพาะภาคบริการ มูลค่าผลผลิตขนาดใหญ่เป็นสองเท่าของภาคอุตสาหกรรม มีผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) มีมูลค่าสูงสุดและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยการผลิตต้นน้ำให้กับภาคสินค้าอุตสาหกรรม และรายได้หลักของประเทศจากการจ้างงาน (ดวงดาว มหากิจศิริ และณัฐ ธารพานิช, 2561) และภาคสินค้าอุตสาหกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) สูงในประเทศหนึ่งในสามของทั้งประเทศ (ชุดิกา เกียรติเรืองไกร และคณะ, 2560) ผลการศึกษาครั้งนี้นำข้อเสนอแนะให้ผู้กำหนดนโยบายมีข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ที่มีผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีรวมถึงเสนอแนะแนวทางในการกำกับดูแลกิจการให้เกิดคุณภาพรายงานทางการเงินผ่านคณะกรรมการตรวจสอบ การตัดสินใจในการเลือกผู้สอบบัญชีรวมถึงประสิทธิผลของคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อเสริมสร้างคุณภาพของการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำนักงานสอบบัญชีในการพิจารณากำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่เหมาะสม รวมถึงเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของนักลงทุน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ 5 ประการ ได้แก่ ความเป็นอิสระ จำนวนการประชุม ขนาดความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ ที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ตามแนวคิดของ Jensen & Meckling (1976) การลดความขัดแย้งผลประโยชน์ระหว่างตัวการคือ ผู้ถือหุ้น ตัวแทน คือฝ่ายบริหาร โดยแต่งตั้งตัวกลาง คือ คณะกรรมการบริษัท ที่มีความอิสระ ถ่วงดุลฝ่ายบริหารและรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย ในการให้ข้อมูลที่เท่ากัน เกิดความโปร่งใสในการรายงานทางการเงินหน่วยงานกำกับดูแลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงมีการประกาศหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (ก.ล.ต., 2560ก) เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนได้นำไปประยุกต์ใช้ทำให้องค์กรมีความโปร่งใสและความยั่งยืน หนึ่งในหลักปฏิบัติที่สำคัญ คณะกรรมการบริษัทที่มีความอิสระ คือ คณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) ที่มีประสิทธิผล เป็นส่วนสำคัญในการกำกับ ติดตาม ดูแลกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงิน ทำให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ และโปร่งใส สามารถแก้ไขปัญหาตัวแทนและการให้ข้อมูลไม่เท่ากัน (Pratama et al., 2025)

คณะกรรมการตรวจสอบ มีบทบาทสำคัญในการตรวจสอบและกำกับดูแลคุณภาพรายงานทางการเงิน มีหน้าที่สำคัญในการเสนอผู้สอบบัญชีและค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผ่านการกำกับและประสานผลการตรวจสอบของผู้สอบบัญชี (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560) ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ สอดคล้องกับความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีในการตรวจสอบรายงานทางการเงินให้มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย และประธานคณะกรรมการตรวจสอบ ในฐานะผู้นำของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอำนาจการตัดสินใจ ทำให้การกำกับดูแลรายงานทางการเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Azizkhani, 2023) โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน มากกว่าสมาชิกในคณะกรรมการตรวจสอบ จะทำให้มั่นใจว่าจะให้ความสำคัญการตรวจสอบ ต้องการให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพเพื่อสร้างความเชื่อมั่นนักลงทุน จึงเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพ ถึงแม้จะจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงขึ้น สอดคล้องกับผลวิจัยในต่างประเทศ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกการเลือกสำนักงานสอบบัญชี Big 4 (Rosa et al., 2025; Rustiarini et al., 2024) การกำหนดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบในประเทศไทยเป็นตามเกณฑ์สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี พ.ศ. 2560 และคู่มือการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบ (ก.ล.ต., 2560ข) กล่าวว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ องค์ประกอบควรมีจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน ไม่เกิน 5 คน โดยทุกรายต้องเป็นกรรมการอิสระ คือ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหาร ไม่ถือหุ้นบริษัทและบริษัทที่เกี่ยวข้อง เกิน 1% ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมด และต้องไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถแสดงความเห็นอย่างเป็นอิสระ นอกจากนี้อย่างน้อย 1 ใน 3 คน ควรมีความรู้ด้านการบัญชีหรือการเงิน มีการประชุม ทุกไตรมาส ไม่น้อยกว่า 4 ครั้งต่อปี และต้องมีการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชี ไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี โดยไม่มีฝ่ายบริหารร่วมด้วย เพื่อสร้างความมั่นใจถึงคุณภาพรายงานทางการเงิน อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการตรวจสอบจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้ามีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีและการเงิน และถ้าประธานคณะกรรมการตรวจสอบ ในฐานะผู้นำที่มีบทบาทสำคัญ ในการตัดสินใจ เสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและเสนอค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินด้วย จะทำให้การประชุม พิจารณาประเด็นสำคัญการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพรายงานทาง

การเงิน ตามข้อเสนอแนะผู้สอบบัญชี จากการตรวจสอบที่มีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นต่อสาธารณะเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงินมากยิ่งขึ้น (Rosa et al., 2025; Rustiarini et al., 2024)

ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้ออกคำแนะนำ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหา ในการปฏิบัติตามหลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณเรื่องความรู้ความสามารถ และความเอาใจใส่ทางวิชาชีพ โดยให้พิจารณาจากข้อมูลธุรกิจของลูกค้า การประเมินความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน นโยบายการควบคุมคุณภาพ บุคลากรในการปฏิบัติงาน มาตรฐานการสอบบัญชี จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี การสอบทาน และความต้องการความเชี่ยวชาญอื่น (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2565) ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสำหรับธุรกิจคล้ายคลึงกัน อาจมีค่าธรรมเนียมที่ใกล้เคียงกัน แต่อาจแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อม ความต้องการของลูกค้า คุณลักษณะของผู้บริหาร และบุคลากรของลูกค้าที่แตกต่างกัน เป็นต้น (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2565) คณะกรรมการตรวจสอบในฐานะที่มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลรายงานทางการเงินที่ฝ่ายบริหารจัดการทำขึ้น ให้มีความโปร่งใส ไม่ให้เกิดความขัดแย้งผลประโยชน์ และแสดงข้อมูลไม่เท่ากัน (Pratama et al., 2025) การเสนอค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี จึงเป็นการสะท้อนความสำคัญในการกำกับดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน จากการเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชี ที่เน้นคุณภาพการตรวจสอบมากกว่าพิจารณาเพียงค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเท่านั้น (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2565) และประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีหน้าที่ในการประสานผลการตรวจสอบกับผู้สอบบัญชี การเลือกผู้สอบบัญชีที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ เสนอต่อผู้ถือหุ้น ต้องเสนอค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่เหมาะสมต่อความเสี่ยงและความซับซ้อนของธุรกิจ (Rosa et al., 2025) เพื่อให้กระบวนการตรวจสอบมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบและค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปี พ.ศ. 2560 (ก.ล.ด., 2560ก) การที่องค์กรจะมีความยั่งยืน คณะกรรมการบริษัทต้องมีความอิสระ มีคณะกรรมการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลดีต่อการกำกับดูแลฝ่ายบริหารในการจัดทำรายงานทางการเงิน ลดปัญหาตัวแทน และข้อมูลไม่เท่ากัน สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศ Pratama et al. (2025) พบว่าคณะกรรมการอิสระลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างฝ่ายบริหารและผู้ถือหุ้น ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ คือการประสานกับผู้สอบบัญชี ร่วมประชุมติดตามแก้ไขรายงานทางการเงินจากผลการตรวจสอบ การคัดเลือกผู้สอบบัญชีที่มีคุณภาพจากสำนักงานสอบบัญชี ที่ได้รับความเห็นชอบจาก ก.ล.ด. รวมถึง เสนอค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี เพื่อเสนอต่อผู้ถือหุ้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560) สอดคล้องกับงานวิจัย วันสิริ ประเสริฐทรัพย์ (2564) พบว่าความอิสระคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์การเลือกผู้สอบบัญชี ดังนั้นคณะกรรมการตรวจสอบ จะสามารถกำกับดูแลรายงานทางการเงินให้มีคุณภาพ การเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพ รวมถึงค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย เช่น งานวิจัยที่ผ่านมา ปรีศนา เยาวมาร และคณะ (2558) พบว่าความเป็นอิสระ จำนวนการประชุม และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีและการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ในขณะที่งานวิจัย วฤตดา พิพัฒน์กุล และคณะ (2563) พบว่าการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลทางบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ในขณะที่ความเป็นอิสระและความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ ไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยดังกล่าวนี้ อยู่ในช่วงเวลาไม่ได้มีการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปี 2560 มาใช้ นอกจากนี้งานวิจัยของวันสิริ ประเสริฐทรัพย์ (2564) พบว่าความอิสระคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์การเลือกผู้สอบบัญชี และวันสิริ ประเสริฐทรัพย์ (2565) พบว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีอิทธิพลต่อการลดการได้รับการแสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ผลการวิจัยที่ผ่านมายังมีช่องว่าง และยังไม่ให้หลักฐานเชิงประจักษ์ที่ว่า หลังจากมีการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปี 2560 มาประยุกต์ใช้แล้ว คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อการกำกับดูแลคุณภาพรายงานทางการเงิน ต้องการให้มีการตรวจสอบรายงานทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงจริง นอกจากนี้งานวิจัยที่ผ่านมาในประเทศไทยและต่างประเทศ คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ 4 ประการ ได้แก่ ความเป็นอิสระ ขนาด จำนวนการประชุม และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ (ปรีศนา เยาวมารและคณะ, 2558; วฤตดา พิพัฒน์กุล และคณะ, 2563; Shukri & Abdullah, 2022) แต่งานวิจัยนี้ผู้วิจัยสนใจเพิ่มเติม คือ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน มีบทบาทสำคัญในการเสนอความเห็น ตัดสินใจแก้ไขและปรับปรุงรายงานทางการเงิน เพื่อให้การกำกับดูแลรายงานทางการเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องการเลือกผู้สอบบัญชีจากสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นนักลงทุนที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ส่งผลทำให้ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงขึ้น งานวิจัยที่ผ่านมาในประเทศไทยพบว่าประธานคณะกรรมการตรวจสอบไม่เน้นในเรื่องความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน แต่จะพบในงานวิจัยต่างประเทศ (Azizkhani

et al., 2023) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ทั้ง 5 ประการ ที่จะส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี หรือไม่ ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิสระ ไม่มีส่วนได้เสียใด ๆ กับบริษัท ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ถือหุ้นไม่เกิน 1% ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิ์ออกเสียงทั้งหมด เมื่อเทียบกับจำนวนคณะกรรมการบริษัททั้งหมด กรรมการอิสระ ต้องมีอย่างน้อยหนึ่งในสามของกรรมการทั้งหมด (ก.ล.ต., 2560ข) คณะกรรมการตรวจสอบเป็นหนึ่งในกรรมการอิสระ สัดส่วนความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบยิ่งสูง จะส่งผลดีต่อการกำกับและถ่วงดุลฝ่ายบริหาร ในการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีโปร่งใส เชื่อถือได้ ลดปัญหาตัวแทนและข้อมูลไม่เท่ากัน ต้องการให้มีการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีจากภายนอกที่มีคุณภาพ เช่นเดียวกับงานวิจัย Shukri & Abdullah (2022) และ Rani (2018) พบว่าความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ในขณะที่ ศิลปพร ศรีจันทพร และอนุวัฒน์ ภักดี (2562) พบว่าความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ ส่งผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพการสอบบัญชี โดยวัดคุณภาพการสอบบัญชีจากขนาดของสำนักงานสอบบัญชี Big 4 ผลการวิจัยที่ผ่านมาให้ข้อสรุปไม่ชัดเจน เกี่ยวกับความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ มีผลต่อความต้องการคุณภาพการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีที่มีคุณภาพ เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งข้อคำถามในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ดังนี้

H1: ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

2. ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนควรมีไม่น้อยกว่า 3 คน ไม่เกิน 5 คน (ก.ล.ต., 2560ข) คณะกรรมการตรวจสอบขนาดใหญ่จะมีการควบคุมที่ดีกว่าและมีศักยภาพในการทำให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพดีขึ้น มีการเลือกจ้างสำนักงานสอบบัญชีที่มีขนาดใหญ่ที่มีคุณภาพ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Hamdan (2020) พบว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบยิ่งใหญ่ ส่งผลดีต่อคุณภาพกำไร ในขณะที่งานวิจัย ปรีศนา เยาวมารและคณะ (2558) พบว่า ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และศิลปพร ศรีจันทพร และอนุรักษ์ ภักดี (2562) พบว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบส่งผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพการสอบบัญชีวัดคุณภาพการสอบบัญชีจากสำนักงานสอบบัญชี Big 4 ในขณะที่งานวิจัย Shukri & Abdullah (2022) พบว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลวิจัยในอดีตยังมีข้อสรุปไม่ชัดเจน ผู้วิจัยสนใจว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบยิ่งใหญ่ มีผลต่อความต้องการคุณภาพการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีที่มีคุณภาพ เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยตั้งคำถามในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ดังนี้

H2: ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

3. จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบสะท้อนประสิทธิภาพการกำกับดูแลรายงานทางการเงินให้มีความโปร่งใส ต้องมีการประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้งโดยต้องมีการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชี ไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี โดยไม่มีฝ่ายบริหารร่วมด้วย (ก.ล.ต., 2560ข) งานวิจัย เกรียงไกร บุญเลิศสุทัย และคณะ (2562) และ Chariri & Januarti (2017) แสดงให้เห็นว่าจำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์อย่างมากกับคุณภาพของรายงานทางการเงินของบริษัท เช่นเดียวกับงานวิจัย Shukri & Abdullah (2022) พบว่าจำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ในขณะที่ ปรีศนา เยาวมารและคณะ (2558) พบว่าจำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี เพื่อให้ทราบผลการวิจัยที่ชัดเจน ผู้วิจัยสนใจว่าจำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ มีผลต่อความต้องการคุณภาพการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีที่มีคุณภาพ เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยตั้งคำถามในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ดังนี้

H3: จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

4. ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ จากแนวทางกำหนดให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ต้องมีคณะกรรมการตรวจสอบไม่น้อยกว่า 3 คน และอย่างน้อย 1 คน ควรมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน (ก.ล.ต., 2560ข) จะช่วยกำกับดูแลการจัดทำรายงานทางการเงินของฝ่ายบริหารให้เกิดความถูกต้องและโปร่งใส ใฝ่ใจในคุณภาพรายงานทางการเงิน จะเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพ สอดคล้องงานวิจัย เกรียงไกร บุญเลิศสุทัย และคณะ (2562) พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้บัญชีการเงิน ช่วยเพิ่มความทันเวลาของงบการเงิน และปรีศนา เยาวมารและคณะ (2558) พบว่า ความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี กลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม SET 100 และตลาดหลักทรัพย์ mai สำหรับผู้วิจัยสนใจกลุ่มตัวอย่างบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ อุตสาหกรรมภาคสินค้าอุตสาหกรรมและภาคบริการ ในขณะที่ งานวิจัย Rani (2018) พบว่าความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ผลวิจัยในอดีตยังให้ข้อสรุปไม่ชัดเจน ผู้วิจัยสนใจว่าตามหลักเกณฑ์ ก.ล.ต. คณะกรรมการตรวจสอบ อย่างน้อย 1 คน ควรมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ในการกำกับดูแลรายงานทางการเงินให้มีคุณภาพ มีผลต่อความต้องการคุณภาพการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยตั้งคำถามในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ดังนี้

H4: ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

5. ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการตรวจสอบ มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการในกระบวนการรายงานทางการเงิน เสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและเสนอค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ถ้าประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินทำให้การกำกับดูแลปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน เลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีการตรวจสอบที่มีคุณภาพ และจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีอย่างเหมาะสม ผลการวิจัยที่ผ่านมาในประเทศไทยส่วนใหญ่ จะศึกษาคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ควรมีอย่างน้อย 1 คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน (ก.ล.ต., 2560ข) ในขณะที่ผู้นำที่มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลรายงานทางการเงิน คือ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบถ้ามีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ความต้องการคุณภาพการตรวจสอบ และความต้องการให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ จะเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพ และจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศ Azizkhani et al. (2023) พบว่าประธานคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเชี่ยวชาญทางการเงิน จะจ้างสำนักงานสอบบัญชี Big 4 จ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูง (Rosa et al., 2025; Rustiarini et al., 2024) อย่างไรก็ตามสภาพแวดล้อมแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน เมื่อในประเทศไทย มีการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มาประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยสนใจว่าประธานคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน จะเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพ และจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงขึ้นหรือไม่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจตั้งคำถามในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ดังนี้

H5: • ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ตัวแปรควบคุม เป็นตัวแปรอิสระที่ผู้วิจัยไม่ได้มุ่งศึกษาอาจจะมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนด 6 ตัวแปร จากการทบทวนวรรณกรรม ได้ดังนี้

1. ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี (Audit Firm Size) สำนักงานสอบบัญชีที่มีชื่อเสียง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการตรวจสอบที่มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน สำนักงานสอบบัญชีที่มีขนาดใหญ่ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในการตรวจสอบก็จะสูง (วันสิริ ประเสริฐทรัพย์, 2564; เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ, 2562)

2. การรายงานผลขาดทุนปีก่อน (Loss) มีความเสี่ยงสูงในการที่บริษัทจะดำเนินการต่อเนื่องการตรวจสอบผู้สอบบัญชีภายนอกจากสำนักงานสอบบัญชีจะต้องให้ความสำคัญ และมีความเสี่ยง ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีจะสูง (Alkilani et al., 2019)

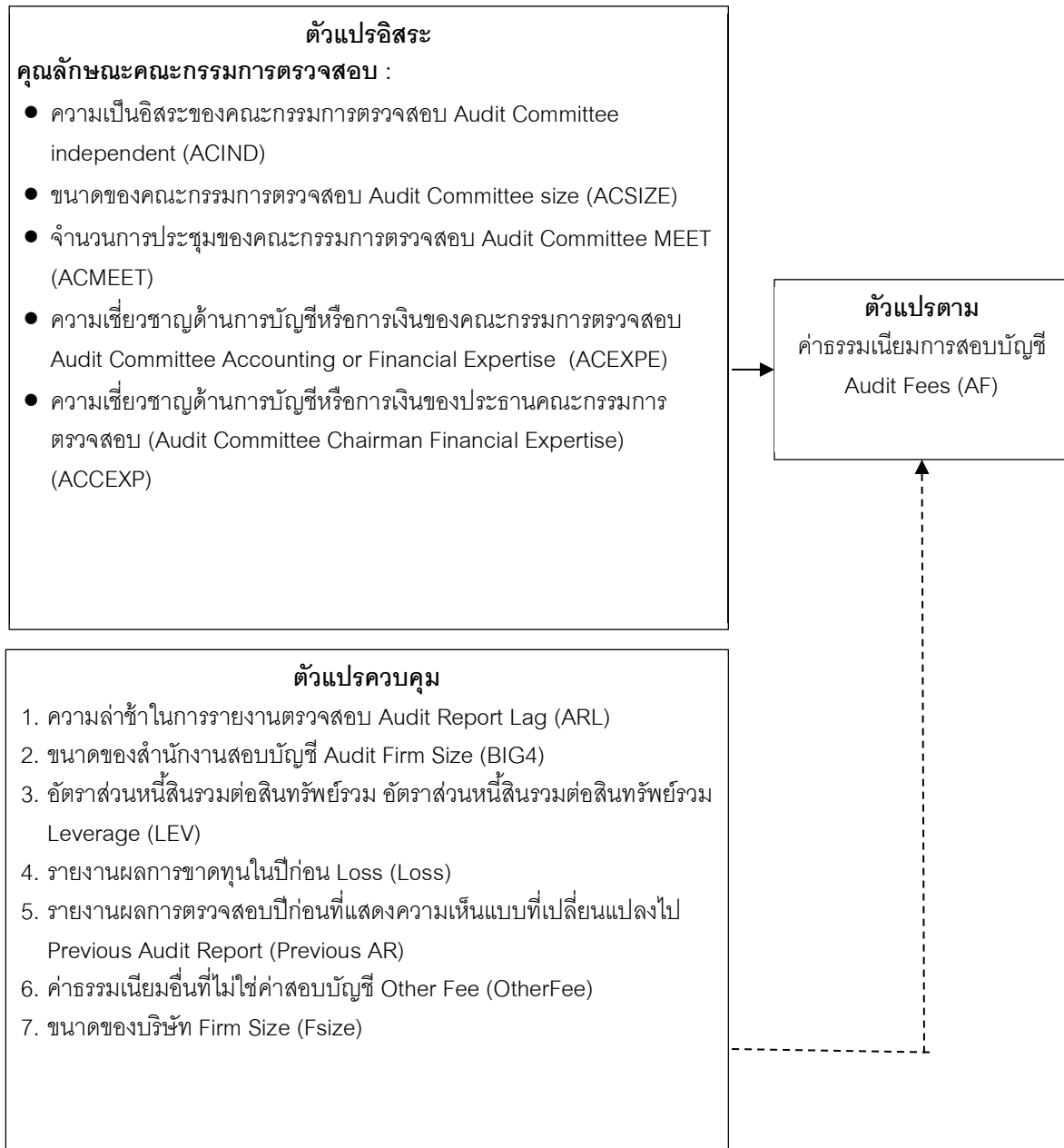
3. ความล่าช้าในการตรวจสอบ ความล่าช้าในการตรวจสอบมาก แสดงถึงการมีปัญหากับการรายงานทางการเงิน มีโอกาสมากที่บริษัทจะแสดงข้อมูลขัดต่อเท็จจริงสูง ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีจะสูง (Alkilani et al., 2019)

4. อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม Leverage (LEV) ยิ่งสูง และรายงานผลการตรวจสอบปีก่อนมีการแสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป จะแสดงถึงการมีปัญหากับการรายงานทางการเงิน ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีจะสูง (วันสิริ ประเสริฐทรัพย์, 2565; Shakhathreh et al., 2020)

5. รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป แสดงถึงการมีปัญหากับการรายงานทางการเงิน ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีจะสูง (วันสิริ ประเสริฐทรัพย์, 2565; Alkilani et al., 2019)

6. ค่าธรรมเนียมสำหรับบริการอื่นที่นอกเหนือค่าสอบบัญชี (OtherFee) ค่าธรรมเนียมสำหรับบริการอื่นสูง ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีจะสูง (วุฒดา พิพัฒน์กุล และคณะ, 2563)

7. ขนาดของบริษัท Firm Size (Fsize) บริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีมูลค่าสินทรัพย์รวมสูง มีบริษัทย่อย สาขาเยอะ มีโอกาสสูงที่รายงานทางการเงินมีความเสี่ยงที่แสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีในการตรวจสอบสูง (วันสิริ ประเสริฐทรัพย์, 2564; วุฒดา พิพัฒน์กุล และคณะ, 2563)



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์งานวิจัย และยืนยันสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกตัวอย่างกลุ่มอุตสาหกรรมจากภาคสินค้าอุตสาหกรรมและภาคบริการ เพราะมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ เป็นแหล่งจ้างงาน และรายได้หลักของประเทศไทย (ชุดิกา เกียรติเรืองไกรและคณะ, 2560; ดวงดาว มหากิจศิริ และ ณัฐ ธารพานิช, 2561) โดยตัวอย่างที่มีข้อมูลครบถ้วน ประกอบไปด้วย ภาคสินค้าอุตสาหกรรม 88 บริษัท ภาคบริการ 110 บริษัท รวม 198 บริษัท ในช่วงระยะเวลาปี 2564-2565 ผู้วิจัยจึงเลือกช่วงเวลานี้ เพราะมีการประกาศหลักการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน ปี พ.ศ. 2560 ให้นำมาประยุกต์ใช้ โดยในช่วงเวลาดังกล่าวสถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศไทยเริ่มคลี่คลายจากสถานการณ์โควิด และเป็นช่วงข้อมูลสามารถเข้าถึงเพียงพอที่จะบรรลุวัตถุประสงค์วิจัยนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) ของทุกบริษัทที่เป็นตัวอย่าง และนำคำนวณตามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีจากคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ตัวแปรที่วัดอธิบายไว้ในตาราง 1

ตาราง 1 ตัวแปรที่วัดในรูปแบบ

ตัวแปร	เกณฑ์การวัด
ตัวแปรตาม	
ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (Audit Fees)	AF Logarithmic ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี
ตัวแปรอิสระ	
ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee Independent)	ACIND สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นอิสระ ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ไม่มีตำแหน่งที่สำคัญในการบริหาร ไม่เป็นกรรมการบริหาร ถือหุ้นไม่เกิน 1% ของจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดที่มีสิทธิออกเสียง ตามหลักเกณฑ์ ก.ล.ต.ต่อคณะกรรมการบริษัททั้งหมด
ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee Size)	ACSIZE จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ
จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee Meeting)	ACMEET จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบต่อปี
ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee Accounting or Financial Expertise)	ACEXPE สัดส่วนจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ต่อจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด
ประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน Audit Committee Chairman Accounting or Financial Expertise)	ACCEXP ตัวแปรหุ่นที่เท่ากับ 1 หากประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ถ้าไม่ใช่ คือ 0

ตาราง 1 ตัวแปรที่วัดในรูปแบบ (ต่อ)

ตัวแปร	เกณฑ์การวัด
ตัวแปรควบคุม	
ความล่าช้าในการรายงานตรวจสอบ (Audit Report Lag)	ARL Logarithmic วัดจากจำนวนวันนับจาก ณ วันที่ในงบการเงิน จนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชี
ขนาดสำนักงานสอบบัญชี (Audit Firm Size)	BIG4 ตัวแปรหุ่นที่เท่ากับ 1 หากขนาดสำนักงานสอบบัญชี คือ Big 4 ถ้าไม่ใช่ คือ 0
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (Leverage)	LEV อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของ บริษัท i ในปี t
รายงานผลการขาดทุนปีก่อน (Loss)	Loss ตัวแปรหุ่นที่เท่ากับ 1 หาก มีรายงานผลการขาดทุนในปี ก่อน ถ้าไม่ใช่ เท่ากับ 0
รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป (Previous Audit Report)	Previous AR ตัวแปรหุ่น เท่ากับ 1 ถ้าบริษัทได้รับรายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ถ้าไม่ใช่ เท่ากับ 0
ค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ ค่าสอบบัญชี (Other Fee)	OFee ตัวแปรหุ่น เท่ากับ 1 ถ้าบริษัทมีค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ ค่าสอบบัญชี ถ้าไม่ใช่ เท่ากับ 0
ขนาดของบริษัท (Firm Size)	Fsize Logarithmic สินทรัพย์รวมของบริษัท
ค่าความคลาดเคลื่อน	ϵ ค่าความคลาดเคลื่อนของสมการถดถอยของบริษัท

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ถูกรวบรวมข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) เป็นข้อมูลจัดทำขึ้นตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 2 ปี ในช่วงระยะเวลาปี 2564-2565 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภาคสินค้าอุตสาหกรรมและภาคบริการ จำนวน 198 บริษัท

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมข้อมูลพื้นฐานกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยนำเสนอในรูปแบบ ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระ ตัวแปรควบคุม และตัวแปรตาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบตัวแปรอิสระ และตัวแปรควบคุม ที่ต้องไม่มีความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติ Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson' Correlation Coefficient: r) เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสม ในการนำไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ต่อไป

2.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method เพื่อทดสอบสมมติฐาน และเขียนเป็นสมการดังแบบจำลองที่ 1 ดังนี้ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) = $\beta_0 + \beta_1 ACIND + \beta_2 ACSIZE + \beta_3 ACMEET + \beta_4 ACEXPE + \beta_5 ACCEXPE + \beta_6 LnARL + \beta_7 BIG4 + \beta_8 LEV + \beta_9 Loss + \beta_{10} Previous\ AR + \beta_{11} Ofee\ AR + \beta_{12} LnFsize + \epsilon$ ทั้งนี้ สัญลักษณของค่าสหสัมพันธ์ที่ได้จากการทดสอบ อาจเป็นบวกหรือลบ สามารถตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานงานวิจัยได้อย่างครบถ้วน

5. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

5.1 ผลลัพธ์การวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากภาคสินค้าอุตสาหกรรมและภาคบริการ ที่มีข้อมูลครบถ้วน ช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2564 - 2565 จำนวน 198 บริษัท ประกอบด้วยอุตสาหกรรม ประเภทภาคสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 88 บริษัท จำนวน 110 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.44 และจำนวนบริษัทภาคบริการ จำนวน 110 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 55.56 โดยสรุปจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ของกลุ่มตัวอย่าง ปี พ.ศ. 2564 และ พ.ศ. 2565 ดังต่อไปนี้

จากตาราง 2 ภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ พบว่า สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นอิสระต่อคณะกรรมการบริษัททั้งหมด โดยเฉลี่ย 0.33 เป็นไปตามเกณฑ์กรรมการอิสระ ไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของคณะกรรมการบริษัททั้งหมด และคณะกรรมการตรวจสอบเป็นหนึ่งในกรรมการอิสระจากคณะกรรมการบริษัททั้งหมด จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ พบว่า โดยเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 คน เป็นไปตามเกณฑ์ควรมีน้อย 3 คน จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบต่อปี พบว่า จำนวนการประชุมต่อปี โดยเฉลี่ยเท่ากับ 15.59 เป็นไปตามเกณฑ์ไม่น้อยกว่า 4 ครั้งต่อปี และความเชี่ยวชาญทางการเงินบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ พบว่า โดยเฉลี่ย 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ คือ อย่างน้อย 1 คนใน คณะกรรมการตรวจสอบตามเกณฑ์อย่างน้อย 3 คน

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบภาพรวม 2 ปี

คุณลักษณะของคณะกรรมการ	Mean	S.D.
สัดส่วนจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นอิสระต่อคณะกรรมการบริษัททั้งหมด	0.33	0.08
จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบ	3.08	0.28
จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบต่อปี	15.59	6.69
สัดส่วนความเชี่ยวชาญด้านการเงินบัญชีหรือการเงินต่อคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด	0.50	0.25

จากตาราง 3 ภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 198 บริษัท พบว่าส่วนใหญ่ประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ปี 2565 จำนวน 119 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 60.10 (2564: 116 บริษัทคิดเป็นร้อยละ 58.59) เป็นภาคสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 49 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.75 (2564: 47 บริษัท คิดเป็นร้อยละ: 23.74) ภาคบริการ จำนวน 70 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.35 (2564: 69 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 34.85) ประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีและการเงิน ในอุตสาหกรรมภาคบริการ สูงกว่า ภาคสินค้าอุตสาหกรรม

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละ ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ แต่ละปี

ประธาน คณะกรรมการ การ ตรวจสอบ	พ.ศ. 2564						พ.ศ. 2565					
	ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน						ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน					
	มี		ไม่มี		รวม		มี		ไม่มี		รวม	
ประเภท	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้า อุตสาหกรรม	47	23.74	41	20.71	88	44.44	49	24.75	39	19.70	88	44.44
บริการ	69	34.85	41	20.71	110	55.56	70	35.35	40	20.20	110	55.56
รวม	116	58.59	82	41.41	198	100	119	60.10	79	39.90	198	100

จากตาราง 4 ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ภาพรวม 2 ปี พบว่า ภาพรวมบริษัทส่วนใหญ่จำนวน 198 บริษัท มีค่าธรรมเนียมไม่เกิน 3,300,000 บาท จำนวน 157 บริษัท เป็น ภาคสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 75 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 47.77 ภาคบริการ จำนวน 82 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 52.23 และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีมากกว่า 3,300,000 บาท จำนวน 41 บริษัท เป็น ภาคสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.71 และภาคบริการ จำนวน 28 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 68.29 ส่วนใหญ่มีค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีไม่เกิน 3,300,000 บาท และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่ มากกว่า 3,300,000 บาท จะเป็นอุตสาหกรรม ภาคบริการ สูงกว่า ภาคสินค้าอุตสาหกรรม

ตาราง 4 จำนวน และร้อยละ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีตามประเภทอุตสาหกรรม ภาพรวม 2 ปี

ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ไม่เกิน 3,300,000 บาท		มากกว่า 3,300,000 บาท		รวม (N = 198)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าอุตสาหกรรม	75	47.77	13	31.71	88	44.44
บริการ	82	52.23	28	68.29	110	55.56
รวม	157	100.00	41	100.00	198	100.00

5.1.2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบตัวแปรควบคุม และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) จากตาราง 5 และตาราง 6 พบว่า

ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACIND) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = -.112^*$) อาจกล่าวได้ว่า ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง

ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACSIZE) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.054$) อาจกล่าวได้ว่า ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง

จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACMEET) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (.158**) อาจกล่าวได้ว่า จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย

ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACEXPE) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.033$) อาจกล่าวได้ว่า ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง

ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ (ACCPEXPE) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.055$) อาจกล่าวได้ว่า ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง

ความล่าช้าในการรายงานตรวจสอบ (ARL) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.072$) อาจกล่าวได้ว่า ความล่าช้าในการรายงานตรวจสอบมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง

ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี (BIG4) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .389^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า ขนาดของสำนักงานสอบบัญชีมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (LEV) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .194^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย

รายงานผลการขาดทุนในปีก่อน (Loss) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.021$) อาจกล่าวได้ว่า รายงานผลการขาดทุนในปีก่อนมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง

รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป (Previous AR) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = .016$) อาจกล่าวได้ว่า รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไปมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย

ค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชี (OFee) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .239^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า ค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชีรวมมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย

ขนาดของบริษัท (Fsize) และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .514^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า ขนาดของบริษัทมากขึ้นจะมีอิทธิพลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย

ค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เกิน 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ ในระดับต่ำ ทำให้ไม่มีปัญหา Multicollinearity นั่นคือ ตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระจากกัน

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ระหว่างตัวแปร

	AF	ACIND	ACSIZE	ACMEET	ACEXPE	ACCEXP	ARL	BIG4	LEV	Loss	Previous	Ofee	Fsize	Tolerance	VIF
AF	1														
ACIND	-.112*	1												.796	1.257
ACSIZE	-.054	.106*	1											.884	1.131
ACMEET	.158**	-.241**	.219**	1										.777	1.288
ACEXPE	-.033	.036	-.088	.024	1									.747	1.339
ACCEXP	-.055	-.009	.008	-.046	.469**	1								.734	1.362
ARL	-.072	.086	.036	-.026	.024	-.034	1							.940	1.064
BIG4	.389**	-.090	.008	.144**	.088	.205**	-.148**	1						.809	1.236
LEV	.194**	-.124*	-.031	-.025	.029	.038	.046	.089	1					.869	1.151
Loss	-.021	.008	-.015	-.043	-.003	.047	-.029	-.016	-.036	1				.987	1.013
Previous	.016	.048	-.077	-.057	-.074	.005	.120*	-.091	.224**	-.066	1			.892	1.121
AR															
OFee	.239**	-.058	-.108*	.080	-.022	.031	-.065	.160**	.035	-.029	.078	1		.870	1.149
Fsize	.514**	-.386**	.039	.369**	.090	.120*	-.168**	.383**	.220**	-.062	-.076	.302**	1	.576	1.737

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 6 สรุปทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ตัวแปรควบคุม กับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ที่	ตัวแปร	ทิศทางความสัมพันธ์
1	ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACIND)	ทิศทางตรงข้าม (-)
2	ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACSIZE)	ทิศทางตรงข้าม (-)
3	จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACMEET)	ทิศทางเดียวกัน (+)
4	ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACEXPE)	ทิศทางตรงข้าม (-)
5	ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ (ACCEXP)	ทิศทางตรงข้าม (-)
6	ความล่าช้าในการรายงานตรวจสอบ (ARL)	ทิศทางตรงข้าม (-)
7	ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี (BIG4)	ทิศทางเดียวกัน (+)
8	อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (LEV)	ทิศทางเดียวกัน (+)
9	รายงานผลการขาดทุนในปีก่อน (Loss)	ทิศทางตรงข้าม (-)
10	รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป (Previous AR)	ทิศทางเดียวกัน (+)
11	ค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชี (OFee)	ทิศทางเดียวกัน (+)
12	ขนาดของบริษัท (Fsize)	ทิศทางเดียวกัน (+)

5.1.3 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ไม่มีตัวแปรควบคุม พบว่า ตัวแบบสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 4 ($R^2 = .040$) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามร้อยละ 19.9 ($R = .199$) เมื่อพิจารณาตัวแปรรายตัวแปรพบว่า จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตาราง 7

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method (ไม่มีตัวแปรควบคุม)

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE b	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	15.250	.453	–	33.640	.000**
ACIND	-.642	.523	-.064	-1.227	.220
ACSIZE	-.234	.143	-.085	-1.628	.104
ACMEET	.018	.006	.160	3.009	.003*
ACEXPE	-.076	.172	-.025	-.444	.657
ACCEXP	-.055	.088	-.036	-.632	.528
R = .199					
$R^2 = .040$					
$R^2_{adj} = .027$					
F = 3.233					
Sig = .007					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 7 อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีไม่มีตัวแปรควบคุม มีตัวแบบดังนี้

$$AF = 15.250 - .642ACIND - .234ACSIZE + .018ACMEET - .076ACEXPE - .055ACCEXP + \epsilon$$

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี โดยมีตัวแปรควบคุม พบว่า ตัวแบบพยากรณ์ได้ร้อยละ 36.1 ($R^2 = .361$) สามารถพยากรณ์ได้มากกว่าตัวแบบในตาราง 7 (ไม่มีตัวแปรควบคุม) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ แสดงถึง ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามร้อยละ 60.7 ($R = .607$) เมื่อพิจารณาตัวแปรรายตัวแปรพบว่า ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ และตัวแปรควบคุม ขนาดของสำนักงานสอบบัญชีและขนาดของบริษัทที่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ดังตาราง 8

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบ
โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method (มีตัวแปรควบคุม)

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE b	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	8.504	1.325	–	6.417	.000**
ACIND	1.019	.461	.101	2.212	.028*
ACSIZE	-.203	.120	-.074	-1.692	.092
ACMEET	-.001	.005	-.013	-.279	.780
ACEXPE	-.110	.143	-.036	-.769	.443
ACCEXP	-.227	.074	-.146	-3.068	.002**
ARL	.177	.267	.028	.664	.507
BIG4	.387	.070	.249	5.485	.000**
LEV	.239	.137	.076	1.741	.082
Loss	.015	.064	.009	.229	.819
Previous AR	.109	.138	.034	.790	.430
OFee	.095	.070	.060	1.362	.174
Fsize	.246	.029	.460	8.535	.000**
R = .607					
R ² = .361					
R ² adj = .341					
F = 18.005					
Sig = .000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 8 อิทธิพลของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีตัวแปรควบคุมโดยตัวแบบสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 36.1 ($R^2 = .361$) มีตัวแบบดังนี้

$$AF = 8.504 + .1019ACIND - .203ACSIZE - .001ACMEET - .110ACEXPE - .227ACCXP + .177ARL + .387BIG4 + .239LEV + .015Loss + .109Previous\ AR + .095OFee + .246Fsize + \epsilon$$

สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์รายละเอียดของตัวแปรตามสมมติฐานได้ดังนี้

1. ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig มีค่าเท่ากับ .028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05)
2. ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig มีค่าเท่ากับ .092 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05)
3. จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig มีค่าเท่ากับ .780 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05)
4. ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig มีค่าเท่ากับ .443 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05)
5. ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Sig มีค่าเท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01)

ตาราง 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานข้อ 1 H1 ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อ 2 H2 ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานข้อ 3 H3 จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานข้อ 4 H4 ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานข้อ 5 H5 ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ปฏิเสธสมมติฐาน

5.2 การอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ในขณะที่ จำนวนการประชุม ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอธิบายตามสมมติฐานแต่ละข้อดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานที่ว่าคณะกรรมการตรวจสอบที่มีสัดส่วนความอิสระมาก มีความต้องการให้มีการตรวจสอบจากสำนักงานสอบบัญชีที่มีความพร้อมทางด้านทรัพยากร ต้องการรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น สอดคล้องกับผลวิจัย ปรีศนา เยาวมารและคณะ (2558) พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบมีความอิสระจากฝ่ายบริหารมาก จะสนับสนุนการทำงานของผู้สอบบัญชี ต้องการรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพสูง จึงทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น เช่นเดียวกับ Rani (2018) พบว่าความอิสระคณะกรรมการตรวจสอบยิ่งมาก ความต้องการในการกำกับดูแลคุณภาพรายงานทางการเงินสูง จึงต้องการผลลัพธ์จากการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ข้อสังเกตจากงานวิจัย คุณลักษณะความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสำคัญในการกำกับดูแลรายงานทางการเงิน เพื่อลดความเสี่ยงของการบิดเบือนข้อมูลที่มีสาระสำคัญในรายงานทางการเงิน ต้องการติดตามและกำกับดูแลรายงานทางการเงิน จากผลการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ เมื่อพบปัญหาที่อาจเกิดขึ้น สามารถดำเนินการแก้ไขได้ทันที ทำให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ จึงต้องการสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพสูงมาก ส่งผลให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น

สมมติฐานข้อ 2 ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการวิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าขนาดคณะกรรมการตรวจสอบยิ่งใหญ่ มีผลต่อกำกับดูแลคุณภาพรายงานทางการเงิน ให้มีกระบวนการตรวจสอบที่มีคุณภาพ เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ ส่งผลต่อผู้สอบบัญชีกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ผลวิจัยสอดคล้อง Zaitul & Ilona (2018) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน แต่ผลวิจัยเห็นแย้งกับงานวิจัย ปรีศนา เยาวมารและคณะ (2558) พบว่าจำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และศิลปพร ศรีจันทพร และอนุวัฒน์ ภักดี (2562) พบว่าขนาดคณะกรรมการตรวจสอบส่งผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพการสอบบัญชี สาเหตุจากกลุ่มประชากรผู้วิจัย เน้นเฉพาะภาคสินค้าอุตสาหกรรมและภาคบริการเท่านั้น รวมถึงช่วงเวลา ข้อสังเกตจากงานวิจัยคณะกรรมการตรวจสอบที่มีจำนวนมากราวเดียว อาจไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียม

การสอบบัญชี เพราะจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบมากเกินไป อาจนำมาซึ่งการอภิปรายและการตัดสินใจที่อาจไม่มีประสิทธิภาพไม่ทำให้เกิดคุณภาพรายงานทางการเงิน

สมมติฐานข้อ 3 จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าจำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการวิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าคณะกรรมการตรวจสอบมีจำนวนการประชุมต่อปีมาก แสดงถึงการกำกับดูแลฝ่ายบริหารจากผลการกระบวนการตรวจสอบที่มีคุณภาพ เกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ผลวิจัยสอดคล้อง Hamdan (2020) พบว่าจำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีผลต่อการปรับปรุงคุณภาพกำไร และ Alkilani et al. (2019) การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีอิทธิพลต่อการแสดงความเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ในขณะที่ผลวิจัยเห็นแย้งกับงานวิจัย ปรีศนา เยาวมารและคณะ (2558) พบว่าจำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และ Abdul Wahab et al., (2016) พบว่าจำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความระมัดระวังทางบัญชี จากผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องอาจมาจากสภาพแวดล้อม รวมถึงแนวทางการกำกับดูแลแต่ละประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน และการวัดตัวแปรในการกำกับดูแลกิจการคุณภาพรายงานทางการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบต่างกัน งานวิจัยนี้วัดจากค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ที่กำหนดโดยบุคคลภายนอกที่มีความเป็นอิสระจากผลลัพธ์งานวิจัยได้ให้ข้อสังเกตว่าการพิจารณาจำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบจากจำนวนการประชุมต่อปีที่บ่อยแสดงถึงความใส่ใจในการปฏิบัติงาน แต่ถ้ามการประชุมไม่ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพ เพื่อปรับปรุงให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ รวมถึงไม่มีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน ถึงจะมีการประชุมบ่อย แต่ก็ไม่อาจส่งผลต่อธรรมเนียมการสอบบัญชีแต่อย่างใด

สมมติฐานข้อ 4 ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการวิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมาก จะส่งผลให้มีการกำกับดูแลติดตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีการตรวจสอบที่มีคุณภาพ และชื่อเสียง ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ผลการวิจัยสอดคล้อง Zaitul & Ilona (2018) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้บัญชีและการเงินกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน แต่ผลวิจัยเห็นแย้งกับงานวิจัย ปรีศนา เยาวมารและคณะ (2558) พบว่าความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และเกรียงไกร บุญเลิศอุทัย อนุวัฒน์ ภักดี และศิลาพร ศรีจันทพร (2562) พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบมีความรู้ด้านการบัญชีและการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความทันเวลาการรับรู้ผลขาดทุน แสดงว่าคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้บัญชีและการเงิน นำความรู้ติดตามและบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ จากผลวิจัยที่ไม่สอดคล้องกัน อาจมาจากกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ช่วงเวลา และแนวทางการกำกับดูแลแต่ละประเทศ ข้อสังเกตงานวิจัยนี้ ตามหลักเกณฑ์ ก.ล.ด. ครม. อย่อย่างน้อย 1 คน มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน โดยไม่ได้บังคับ แต่ข้อมูลเบื้องต้นงานวิจัย พบว่าบางบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน จึงอาจทำให้ไม่มีผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลอาจต้องเคร่งครัดและให้ความสำคัญ อย่างน้อย 1 คน ต้องมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน จะได้มั่นใจว่าจะให้ความสำคัญการตรวจสอบ มีความต้องการให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ เพื่อให้การกำกับดูแลรายงานทางการเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานข้อ 5 ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการวิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบมาก จะส่งผลให้มีการกำกับดูแลติดตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการเลือกสำนักงานสอบบัญชีที่มีการตรวจสอบที่มีคุณภาพ และชื่อเสียง เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ ทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน สามารถกำกับดูแลรายงานทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ จึงไม่มีความต้องการสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพสูง จึงทำให้การจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลงได้ ผลการวิจัยสอดคล้อง Rani (2018) พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีและการเงิน มีผลทำให้ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบลดลง แสดงถึงคณะกรรมการตรวจสอบที่มีคุณภาพสูงในการดูแลกระบวนการรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้สอบบัญชีตรวจสอบน้อยลง ความเสี่ยงในการตรวจสอบโดยรวมลดลง เนื่องจากประธานคณะกรรมการตรวจสอบสามารถดูแลกระบวนการตรวจสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะที่ไม่สอดคล้องงานวิจัยต่างประเทศ Azizkhani et al. (2023) พบว่าความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องงานวิจัยที่ผ่านมา อาจมาจากสภาพแวดล้อม แนวทางการกำกับดูแลแต่ละประเทศ และกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ข้อสังเกตจากงานวิจัยคุณลักษณะประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน สะท้อนศักยภาพที่ดี ในการกำกับดูแลฝ่ายบริหารเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ไม่มีความต้องการสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพสูงมากสามารถลดต้นทุนในการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ตัวแปรควบคุม ผู้วิจัยไม่ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยเนื่องจากมิได้เป็นตัวแปรที่สนใจศึกษา เพียงแต่ต้องการนำมาวิเคราะห์และยืนยันว่าคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการทดสอบความสัมพันธ์ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ความล่าช้าการรายงานผลการตรวจสอบ หนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวม ขนาดสำนักงานสอบบัญชี รายงานผลการขาดทุนปีก่อน รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นเปลี่ยนแปลงไป ค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชี และขนาดของบริษัท ตัวแปรตาม คือ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี พบว่า ขนาดสำนักงานสอบบัญชี และขนาดของบริษัท มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ยืนยันผลการวิจัยที่ผ่านมา สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ขนาดสำนักงานสอบบัญชี Big 4 บริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่ มีชื่อเสียง คุณภาพการตรวจสอบที่ได้รับการยอมรับ มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยสอดคล้อง ชูดาพร สอนภักดี (2565) พบว่าปัจจัยลักษณะของสำนักงานสอบบัญชี ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี นั่นคือการเลือกใช้สำนักงานสอบบัญชี Big 4 ที่มีชื่อเสียง จะทำให้มีค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีสูงกว่าสำนักงานสอบบัญชี Non- Big 4 และวฤตดา พิพัฒน์กุล และคณะ (2563) พบว่าประเภทสำนักงานสอบบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี งานวิจัยต่างประเทศ Alkilani et al. (2019) พบว่าสำนักงานสอบบัญชี Big 4 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสที่บริษัทได้รับการแสดงความเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากสำนักงานสอบบัญชี Big 4 ต้องการให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ ทำให้มีโอกาสดูสอบบัญชีกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้น สาเหตุความต่างกันของผลวิจัยอาจมาจากสภาพแวดล้อมและกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ผลการศึกษากการใช้บริการจากสำนักงานสอบบัญชี Big 4 ต้องการให้มีการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลต่อรายงานทางการเงินมีคุณภาพ จะทำให้มีโอกาสต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้น

ขนาดของบริษัท มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องผลวิจัย สมพงษ์ พรอุปถัมภ์ และนันทภรณ์ ทองสืบแสง (2567) ; ชูดาพร สอนภักดี (2565) พบว่าขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกในการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี วันศิริ ประเสริฐทรัพย์ (2564) บริษัทขนาดใหญ่มีความซับซ้อนของธุรกิจ ที่อาจส่งผลการแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงในรายงานทางการเงิน การเลือกผู้สอบบัญชีที่มีคุณภาพ จะส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน และวฤตดา พิพัฒน์กุล และคณะ (2563) พบว่าขนาดของบริษัทมีผลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี จะเห็นว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีบริษัทย่อย มีรายการค้าจำนวนมากและซับซ้อน การตรวจสอบได้มาซึ่งหลักฐานการสอบบัญชี ต้องใช้เวลามาก ต้องได้รับการตรวจสอบที่มีคุณภาพ เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ จะส่งผลให้มีค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงกว่าบริษัทขนาดเล็ก

อย่างไรก็ตาม ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ความล่าช้าการรายงานผลการตรวจสอบ หนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวม รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นเปลี่ยนแปลงไป รายงานผลการขาดทุนจากปีก่อน และค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชี ไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ที่ผลวิจัยแตกต่างจากงานวิจัยในอดีต สาเหตุความต่างกันของผลวิจัยอาจมาจากสภาพแวดล้อมแต่ละประเทศ ช่วงเวลา และกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน สามารถอภิปรายได้ดังนี้ ความล่าช้าการรายงานผลการตรวจสอบ ไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ ไม่สอดคล้องงานวิจัย Alkilani et al. (2019) พบว่าความล่าช้าการรายงานผลการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสที่บริษัทจะได้รับการแสดงความเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป ผลการศึกษาพบว่าเมื่อรายงานทางการเงินมีปัญหา กลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยเพิ่งผ่านเพิ่งผ่านสถานการณ์โควิด เศรษฐกิจตกต่ำ เศรษฐกิจ อย่างไรก็ดีตามผู้สอบบัญชีต้องตรวจสอบเพื่อหาหลักฐานการสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชี จึงไม่มีผลต่ออย่างใดต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี หนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวม ไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้น ผลวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัย วันศิริ ประเสริฐทรัพย์ (2565) การมีปัญหาทางการเงิน ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น และ Shakhathreh et al. (2020) พบว่าหนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์เชิงลบคุณภาพรายงานทางการเงิน ส่งผลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้น ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าหนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น มีความเสี่ยงสูงการก่อหนี้ ส่งผลต่อความสามารถชำระหนี้ อย่างไรก็ตามผู้สอบบัญชีต้องรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชีเพื่อหาหลักฐานการสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีอยู่แล้ว ประกอบกับเพิ่งผ่านเพิ่งผ่านสถานการณ์โควิด เศรษฐกิจตกต่ำ เศรษฐกิจ ไม่มีผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีแต่อย่างใด รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นเปลี่ยนแปลงไป

ไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ ผลวิจัยไม่สอดคล้องกับ วันศิริ ประเสริฐทรัพย์ (2565) รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป แสดงถึงการมีปัญหาเกี่ยวกับการรายงานทางการเงิน ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีจะสูง และงานวิจัย Alkilani et al. (2019) พบว่ารายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นเปลี่ยนแปลงไป มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการที่บริษัทได้รับการแสดงความเห็นที่เปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้น ผลการศึกษานี้แสดงว่าเมื่อมีรายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นเปลี่ยนแปลงไป หลายบริษัทเพิ่งผ่านการเผชิญสถานการณ์โควิด ทำให้มีปัญหาดำเนินงานต่อเนื่อง ในขณะที่ผู้สอบบัญชีมีความรับผิดชอบต้องตรวจสอบให้เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชี และให้ลูกค้าสามารถดำเนินงานต่อเนื่อง ในช่วงเวลาดังกล่าวจึงไม่มีผลแต่อย่างใดต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี รายงานผลการขาดทุนปีก่อน ไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมค่าสอบบัญชีลดลง อย่างมีนัยสำคัญ ผลวิจัยไม่สอดคล้องกับ Alkilani et al. (2019) พบว่ามีปัญหาดำเนินงานต่อเนื่อง มีความเสี่ยง ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีจะสูง ผลการศึกษานี้แสดงว่าเมื่อมีรายงานผลการขาดทุนปีก่อน บริษัทมีปัญหาด้านความสามารถการดำเนินงานต่อเนื่อง ผู้สอบบัญชีมีความรับผิดชอบตรวจสอบเพื่อหาหลักฐานการสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีอยู่แล้ว ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างนี้เพิ่งผ่านสถานการณ์โควิด เผชิญวิกฤติเศรษฐกิจ และเพื่อให้บริษัทดำเนินงานต่อไปได้ จึงไม่มีผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีแต่อย่างใด ค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชี ไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยไม่สอดคล้อง สมพงษ์ พรอุปถัมภ์ และนันทภรณ์ ทองสืบแสง (2567) และ วฤตดา พิพัฒน์กุล และคณะ (2563) พบว่าค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการมีค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชีหลายบริษัทเผชิญความเสี่ยง ปัญหาทางการเงิน และการดำเนินงานต่อเนื่อง จึงมีการขอคำปรึกษาเป็นบริการอื่นนอกเหนือจากการตรวจสอบ โดยทีมที่ให้คำปรึกษา และทีมตรวจสอบ คนละทีมกัน มีความเป็นอิสระ จึงไม่มีผลแต่อย่างใดต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติได้ดังนี้

1) เชิงนโยบายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกกฎระเบียบของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย และสำนักงานสอบบัญชี

ผลวิจัยพบว่าคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบได้แก่ ความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ อิทธิพลเชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีอิทธิพลเชิงลบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สามารถนำมาพิจารณาเป็นแนวทางในการกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปี 2560 และแนวปฏิบัติที่ดีคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีประสิทธิผล เกี่ยวกับสัดส่วนความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบและความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ ในการกำกับดูแลรายงานทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ ผ่านค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และเป็นข้อมูลประกอบของสำนักงานสอบบัญชีในการพิจารณากำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่เหมาะสมต่อไป

2) เชิงปฏิบัติต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เป็นแนวทางการปรับปรุงคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบในการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในการปฏิบัติ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกี่ยวกับความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ และการคัดเลือกประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีและการเงิน ทำให้มีการกำกับดูแลฝ่ายบริหารเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ มีการติดตามแก้ไขและปรับปรุงจากผลการตรวจสอบ ทำให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ โดยอาจไม่ต้องมีการจ้างสำนักงานสอบบัญชีที่มีคุณภาพสูงมาก ทำให้สามารถลดต้นทุนในการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

3) เชิงปฏิบัติต่อนักลงทุน

คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบได้แก่ ความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี เป็นปัจจัยสำคัญที่นักลงทุนสามารถนำมาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจลงทุนเนื่องจากสะท้อนศักยภาพที่ดีในการกำกับดูแลฝ่ายบริหารเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาในครั้งต่อไป ควรมีนำผลการตัวแบบไปใช้ในการวิเคราะห์เส้นทางต่อไป และมีการวิเคราะห์ปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อค้นหาตัวแปรใหม่ ๆ ที่อาจมีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี
2. การศึกษานี้กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ การศึกษาในครั้งต่อไป ควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างภาคอุตสาหกรรมอื่นเพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้ อาจแตกต่างกัน หรืออาจจะขยายกลุ่มตัวอย่างในการเพิ่มจำนวนปีที่ศึกษา เนื่องจากจะทำให้เห็นภาพความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา
3. การศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ สำหรับการศึกษาในอนาคต ควรศึกษาเชิงปริมาณ สามารถใช้การสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูลจากคณะกรรมการตรวจสอบ รวมถึงข้อมูลเชิงคุณภาพสามารถรวบรวมผ่านการสัมภาษณ์ผู้สอบบัญชี หรือสัมภาษณ์คณะกรรมการตรวจสอบ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่ได้ อาจแตกต่างกัน

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทจดทะเบียน ปี พ.ศ. 2560 และทฤษฎีตัวแทนเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพของคณะกรรมการตรวจสอบหนึ่งในคณะกรรมการบริษัทที่มีความอิสระจากภายนอกร่วมกับผู้สอบบัญชีที่มีความอิสระ ในการกำกับดูแลตรวจสอบรายงานทางการเงินที่ฝ่ายบริหารจัดการทำขึ้น เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ ลดความขัดแย้งผลประโยชน์ และรักษาไว้ผลประโยชน์ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย และเป็นแนวทางกำกับดูแลและปรับปรุงในการประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติจริง คุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่สำคัญ ได้แก่ สัดส่วนความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบสูง และมีการคัดเลือกประธานคณะกรรมการตรวจสอบในฐานะผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน สามารถทำงานร่วมกับผู้สอบบัญชีได้อย่างดี มีการกำกับดูแลกระบวนการรายงานทางการเงินที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้งบการเงิน โดยมีค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่เหมาะสม รวมถึงสำนักงานสอบบัญชีใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และนักลงทุนสามารถนำมาใช้พิจารณาตัดสินใจลงทุนเพราะสะท้อนศักยภาพที่ดีในการกำกับดูแลฝ่ายบริหารเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน ในขณะเดียวกันพบว่าตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดของสำนักงานสอบบัญชีและขนาดของบริษัท มีอิทธิพลทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ยังมีปัจจัยอื่น ที่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ได้แก่ ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี และขนาดของบริษัท

7. สรุปผลการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ 5 ประการ ได้แก่ ความเป็นอิสระ จำนวนการประชุม ขนาด และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากภาคสินค้าอุตสาหกรรมและภาคบริการที่มีข้อมูลครบถ้วน ช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2564 - 2565 จำนวน 198 บริษัท ประกอบด้วย จำนวนบริษัทภาคสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 88 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.44 และจำนวนบริษัทภาคบริการ จำนวน 110 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 55.56 ตัวแปรอิสระ ความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ พบว่าโดยเฉลี่ย 0.33 สัดส่วนกรรมการอิสระต่อคณะกรรมการบริษัททั้งหมด มากกว่า 1 ใน 3 ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คณะกรรมการตรวจสอบมีความเป็นอิสระ เป็นส่วนความสำคัญในการถ่วงดุลฝ่ายบริหารเพื่อลดปัญหาตัวแทน ความขัดแย้งผลประโยชน์ มีผลต่อการลดความเสี่ยงและคุณภาพรายงานทางการเงิน จำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบ พบว่า โดยเฉลี่ย 3.08 สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการ ปี 2560 และคู่มือคณะกรรมการตรวจสอบ (2553) กรรมการตรวจสอบอย่างน้อยสามคน ขึ้นอยู่กับขนาดและความรับผิดชอบ จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ พบว่าโดยเฉลี่ย 15.62 ครั้งต่อปี สอดคล้องกับคู่มือคณะกรรมการตรวจสอบ (2553: 12) การประชุม 4 ครั้งต่อปี เพื่อพิจารณารายงานทางการเงิน การปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และการพิจารณาร่วมกับผู้สอบบัญชีถึงข้อจำกัดจากการตรวจสอบ ประสานงานกับผู้สอบบัญชี ข้อสังเกตบริษัทส่วนใหญ่ มีจำนวนการประชุมสูงมากต่อปี อาจต้องคำนึงคุณภาพการประชุมด้วยในกำกับดูแล ติดตามรายงานทางการเงิน ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ พบว่า โดยเฉลี่ย 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ คืออย่างน้อย 1 คนในคณะกรรมการตรวจสอบตามเกณฑ์ 3 คน มีเพียงส่วนหนึ่งในปี 2565 จำนวน 8 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.04 ไม่มีคณะกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน ที่มีความรู้ความเข้าใจหรือมีประสบการณ์ด้านการบัญชีหรือการเงิน ส่งผลต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินจากคณะกรรมการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธาน

คณะกรรมการตรวจสอบ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 198 บริษัท ส่วนใหญ่ประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงิน จำนวน 119 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 60.10 โดยประธานคณะกรรมการตรวจสอบมีความเชี่ยวชาญทางบัญชีและการเงิน ในอุตสาหกรรมภาคบริการ สูงกว่า ภาคสินค้าอุตสาหกรรม ตัวแปรตาม ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีไม่เกิน 3,300,000 บาท และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่ มากกว่า 3,300,000 บาท ส่วนใหญ่จะเป็น อุตสาหกรรม ภาคบริการ มากกว่า ภาคสินค้าอุตสาหกรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีพบว่าความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = -.112^*$) อาจกล่าวได้ว่า ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.054$) อาจกล่าวได้ว่า ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .155^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (AF) มีความสัมพันธ์ในทิศทาง ตรงข้าม ($r = -.033$) อาจกล่าวได้ว่า ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบและค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.055$) ต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อาจกล่าวได้ว่า ความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรควบคุม และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีพบว่าความล่าช้าในการรายงานตรวจสอบ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.072$) อาจกล่าวได้ว่า ความล่าช้าในการรายงานตรวจสอบมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .389^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า ขนาดของสำนักงานสอบบัญชีมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .194^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย รายงานผลการขาดทุนในปีก่อน และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ($r = -.021$) อาจกล่าวได้ว่า รายงานผลการขาดทุนในปีก่อนมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีลดลง รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = .016$) อาจกล่าวได้ว่า รายงานผลการตรวจสอบปีก่อนที่แสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไปมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย ค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชี และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .239^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า ค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชีรวมมากขึ้นจะส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย และขนาดของบริษัท และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .514^{**}$) อาจกล่าวได้ว่า ขนาดของบริษัทมากขึ้นจะส่งผลค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้น

ผลจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี โดยไม่มีตัวแปรควบคุม ตัวแบบพยากรณ์ ร้อยละ 4 ($R^2 = .040$) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามร้อยละ 19.9 ($R = .199$) พบว่าจำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ อย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี โดยมีตัวแปรควบคุม ตัวแบบพยากรณ์ ร้อยละ 36.1 ($R^2 = .361$) พบว่าความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ และความเชี่ยวชาญทางบัญชีและการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ตัวแปรควบคุม ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี และขนาดของบริษัทมีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ และตัวแปรทั้งหมดมาเขียนสมการถดถอยพหุคูณ ตัวแบบพยากรณ์ได้ร้อยละ 36.1 มีตัวแบบดังนี้ $AF = 8.504 + .1019ACIND - .203ACSIZE - .001ACMEET - .110ACEXPE - .227ACCEXP + .177ARL + .387BIG4 + .239LEV + .015Loss + .109Previous AR + .095Ofee + .246Fsize + E$

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และความเชี่ยวชาญด้านการบัญชีหรือการเงินของประธานคณะกรรมการตรวจสอบ มีอิทธิพลเชิงลบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ในขณะที่จำนวนการประชุม ขนาด และความเชี่ยวชาญทางการเงินหรือการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยสนับสนุนหลักการกำกับดูแลกิจการ และทฤษฎีตัวแทน เกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพของคณะกรรมการตรวจสอบ ที่มีส่วนสำคัญในการกำกับดูแลฝ่ายบริหารเรื่องคุณภาพรายงานทางการเงิน ในการกำกับดูแลตรวจสอบรายงานทางการเงินที่ฝ่ายบริหารจัดทำขึ้น ร่วมกับผู้สอบบัญชีที่มีความอิสระ เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ ลดความขัดแย้งผลประโยชน์ และรักษาไว้ผลประโยชน์ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ และเป็นแนวทางกำกับดูแลและปรับปรุงการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ ให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น เกี่ยวกับคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่สำคัญ ได้แก่ สัดส่วนความอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบสูง และการคัดเลือกประธานคณะกรรมการตรวจสอบในฐานะผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญทางการเงินและการเงิน สามารถทำงานร่วมกับผู้สอบบัญชีได้อย่างดี มีการกำกับดูแลกระบวนการรายงานทางการเงินที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเชื่อมั่นต่อรายงานทางการเงินจากคุณภาพการตรวจสอบ มีต้นทุนค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่เหมาะสม รวมถึงสำนักงานสอบบัญชีใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และนักลงทุนสามารถนำมาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจลงทุนเนื่องจากสะท้อนศักยภาพที่ดีในการกำกับดูแลฝ่ายบริหารเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน ในขณะที่ตัวแปรควบคุม ผู้วิจัยไม่ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยเนื่องจากมิได้เป็นตัวแปรที่สนใจศึกษา เพียงแต่ต้องการนำมาวิเคราะห์และยืนยันผลวิจัย พบว่าขนาดของสำนักงานสอบบัญชี และขนาดของบริษัท มีอิทธิพลเชิงบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ยังมีปัจจัยอื่น ที่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ได้แก่ ขนาดของสำนักงานสอบบัญชีและขนาดของบริษัท และอาจมีปัจจัยอื่นที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้ อย่างไรก็ตามผลการศึกษานี้ เป็นการได้ข้อมูลทฤษฎีจากรายงานประจำปีที่เปิดเผยต่อสาธารณะเท่านั้น เช่น ความเชี่ยวชาญทางการเงินหรือการเงิน ที่พิจารณาประวัติการศึกษาและประสบการณ์ความเชี่ยวชาญเท่าที่เปิดเผย และจำนวนการประชุมที่เป็นเชิงปริมาณ เท่านั้น แต่เชิงคุณภาพ ประเด็นหรือวาระในการแสดงความเห็น และการตัดสินใจ เกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงินไม่ได้นำมาประกอบในการพิจารณา

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย อนุวัฒน์ ภักดี และศิลปพร ศรีจันทเพชร. (2562). ผลกระทบของคะแนนการกำกับดูแลกิจการและคุณลักษณะคณะกรรมการบริษัทต่อความทันเวลาของงบการเงิน. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 42(162), 1-26.
- ชูดาวพร สอนภักดี. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าธรรมเนียมสอบบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น*, 8(1), 17-30.
- ชูดิกา เกียรติเรืองไกร พรชนก เทพขาม และวัชรินทร์ ชินวรวัฒนา. (2560). 10 ปี อุตสาหกรรรมไทย เรามาไกลแค่ไหน. *FAQ Focused and quick*, 165, 1-12.
- ดวงดาว มหากิจศิริ และณัฐธ ธารพานิช (2561). *โครงการการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการดำเนินงานและบทบาทของภาคบริการ: รายงานฉบับสมบูรณ์*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560*. ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.set.or.th/th/listing/listed-company/simplified-regulations/maintaining-status/audit-committee>
- ปริศนา เยาวมาร เนตรดาว ชัยเขต และกมลวรรณ รอดหรั่ง. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบ กับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 2(1), 54-67.
- วฤตดา พัทฒนกุล พัทธนันท์ เพชรเชิดชู และศิริเดช คำสุพรหม. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 34(109), 230-244.
- วันสิริ ประเสริฐทรัพย์. (2564). การกำกับดูแลกิจการ การเลือกผู้สอบบัญชี และมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีผลประเมิณการกำกับดูแลกิจการระดับดีเลิศ. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 18(1), 140-163.

- วันสิริ ประเสริฐทรัพย์. (2565). อิทธิพลของคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อการแสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในประเทศไทย. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 8(2), 14-24.
- ศิลปพร ศรีจันทะพร และอนันต์ ภูมิ. (2562). ศึกษาการกำกับดูแลกิจการ ลักษณะองค์กร และคุณภาพการสอบบัญชี: หลักฐานจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 8(1), 101-116.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2565). คำแนะนำในการกำหนดค่าธรรมเนียมการให้บริการงานสอบบัญชี. ค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/163367>
- สมพงษ์ พรอุปถัมภ์, และนันทภรณ์ ทองสืบแสง. (2567). ความสัมพันธ์ของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีกับปัจจัยของลูกค้านับบัญชี และจำนวนเรื่องสำคัญในการตรวจสอบหลักฐานจากบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET100. *วารสารสภาวิชาชีพบัญชี*, 6(1)(16), 6-21.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560ก). หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560. ค้นเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Pages/Cgcode/Cgcode.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560ข). คู่มือการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบ. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2568, จาก https://www.sec.or.th/TH/Documents/AboutUs/AC_Handbook.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2566). เอกสารเผยแพร่ของบริษัทที่ออกและเสนอขายหลักทรัพย์. ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2567, จาก <https://market.sec.or.th/public/idisc/th/FinancialReport/ALL>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2567). ข่าว ก.ล.ต. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2567, จาก https://www.sec.or.th/TH/Pages/News_Detail.aspx?SECID=10597
- อุษณา ภัทรมนตรี. (2567). การตรวจสอบภายในสมัยใหม่ แนวคิดและกรณีศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: จามจุรี โปรดักส์.
- Abdul Wahab, E. A., Madah, M., & Haron, H. (2016). Corporate Governance and Earnings Conservatism in Malaysia. *Accounting Research Journal*, 29(4), 391-412.
- Alkilani, S. Z., Hussin, W. N. W., and Salim, B. (2019). The Influence of Audit Committee Characteristics on Modified Audit Opinion in Jordan. *Journal of Finance and Accounting*, 7(3), 95-106.
- Azizkhani, M., Hossain S., and Nguyen, M. (2023). *Effects of audit committee chair characteristics on auditor choice, audit fee and audit quality*, *Accounting and Finance*, 1-33.
- Chariri, A., and Januarti, I. (2017). Audit committee characteristics and integrated reporting: empirical study of companies listed on the Johannesburg stock exchange. *European research studies journal*, XX(4B), 264-318.
- Erer, E. & Erer, D. (2024). The domino effect of silicon valley Bank's bankruptcy and the role of FED's monetary policy. *Borsa Istanbul Review*, 24, 573-591.
- Hamdan, A. (2020). The role of the audit committee in improving earnings quality: The case of industrial companies in GC. *Journal of International Studies*, 13(2), 127-138.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Pratama, B., Adhitama, F. & Nurullah, A. (2025). The Effect of Leverage, Independent Commissioners, and Audit Fees on Financial Statement Integrity with Audit Quality as Moderating Variable (Empirical Study on LQ45 Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019 - 2023). *Journal Ekonomi Pembangunan*. 7(1), 261-272.
- Rani, A. (2018). Audit committee effectiveness: Relationship between audit committee characteristics and audit fees and non-audit service fees. *Journal of Commerce and Accounting Research*, 7(3), 35-44.
- Rosa, S. L., Dwita, S., & Hayati, D. I. (2025). The influence of audit committee chairman characteristics on auditor choice. *Wahana Riset Akuntansi*, 13(1), 13-26.
- Rustiarini, N. W., Yuesti, A., Sunarsih, N. M., & Sudiartana, I. M. (2024). Audit committee chairman and auditor choice: An analysis of first-tier, second-tier, and third-tier accounting firms. *Cogent Business & Management*, 12(1).

- Shakhatreh, M. Z., Alsmadi, S. A., & Alkhataybeh, A. (2020). The effect of audit fees on disclosure quality in Jordan. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1–15.
- Shukri, M., & Abdullah, A. (2022). Board characteristics and audit quality. *International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research (IJMCER)*, 4(2), 302–313.
- Zaitul, Z., & Ilona, D. (2018). Gender in audit committee and financial reporting timeliness: The case of unique Continental European model. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29), 436–442.

**การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อม
ในการเผชิญเหตุวิกฤตโควิด 19**
**Exploratory Factor Analysis of Network Components in Micro Enterprises Facing
the COVID-19 Crisis**

กุลธิรา แซ่โซว^{1,*} และศศิวิมล สุขบท²

Kulthira Saezow^{1,*} and Sasiwemon Sukhabot²

Received : February 4, 2025 Revised : May 8, 2025 Accepted : June 26, 2025

บทคัดย่อ

วิสาหกิจขนาดย่อม (Micro Enterprises) เป็นกลุ่มธุรกิจรากฐานที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย วิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมามีได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อกลุ่มธุรกิจ ซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและมีความเปราะบางสูงต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะผลกระทบต่อรายได้และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจอย่างเฉียบพลัน ทำให้การพึ่งพาเครือข่ายกลายเป็นกลไกสำคัญต่อการฟื้นคืน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ของเครือข่ายที่ช่วยให้วิสาหกิจขนาดย่อมเกิดการดำรงสภาพ (Resilience) ในช่วงวิกฤต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ประกอบการ จำนวน 158 ราย ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 ด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษพบว่า เครือข่ายแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบได้แก่ พลวัตด้านเครือข่าย ซึ่งสะท้อนถึงความความสัมพันธ์เชิงจิตใจและ ความสามารถด้านเครือข่ายแสดงถึงความการสร้างเครือข่ายผ่านความร่วมมือและใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ประกอบไปด้วย 9 ตัวบ่งชี้และมีค่าน้ำหนักมากกว่า 0.5 และค่าความร่วมกันอยู่ในช่วง 0.50–0.72 สะท้อนว่ามีความเหมาะสมและมีความชัดเจนทางแนวคิด ทั้งสององค์ประกอบยังมีความเกี่ยวข้องกัน โดยพลวัตด้านเครือข่ายช่วยส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเครือข่าย ข้อค้นพบสะท้อนว่าเครือข่ายที่เข้มแข็งช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มศักยภาพในการปรับตัวของวิสาหกิจขนาดย่อม อันนำไปสู่การดำรงสภาพองค์กรท่ามกลางภาวะไม่แน่นอน ทั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารธุรกิจในภาวะวิกฤต

คำสำคัญ: เครือข่าย องค์ประกอบเชิงสำรวจ วิสาหกิจขนาดย่อม วิกฤตโควิด 19

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Lecturer, Hatyai Business School, Hatyai University

² รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

² Associate Professor, Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University

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

Abstract

Micro enterprises represent the foundational tier of Thailand's economic structure. The COVID-19 crisis severely impacted these businesses, which are characterized by limited resources and heightened vulnerability to disruption—particularly in terms of revenue loss and business continuity. In this context, business networks emerged as a critical mechanism for recovery. This study aims to examine the components and indicators of networks that enhance organizational resilience among micro enterprises during crisis periods. Using Exploratory Factor Analysis (EFA), data were collected through a questionnaire survey of 158 micro-entrepreneurs affected by the COVID-19 pandemic. The results reveal two distinct components: Network Dynamics, which reflects affective and relational aspects, and Network Capability, which captures the ability to build and utilize collaborative partnerships and shared resources. The model comprises nine indicators, all with factor loadings exceeding 0.50 and communalities ranging from 0.50 to 0.72, indicating strong construct validity. The two components are interrelated, with network dynamics fostering the effective use of network resources. The findings suggest that robust business networks can mitigate risk and enhance the adaptive capacity of micro enterprises, thereby supporting organizational resilience under conditions of uncertainty. These insights offer practical implications for strengthening network structures to improve business agility and continuity in times of crisis.

Keywords: Network, Exploratory Factor Analysis, Micro-Enterprise, COVID-19

1. บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นรากฐานสำคัญของระบบเศรษฐกิจไทย โดยข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2565) ระบุว่า SMEs คิดเป็นสัดส่วนกว่า 99.5% ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศ และมีส่วนสำคัญต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ประมาณ 35.16% และมีบทบาทสำคัญในการสร้างการจ้างงาน โดยรองรับแรงงานกว่า 14.7 ล้านคน หรือประมาณ 85% ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2566) อย่างไรก็ตาม การระบาดของ COVID-19 ได้สร้างผลกระทบอย่างรุนแรงต่อวิสาหกิจ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro Enterprises) ซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร เงินทุน และระบบสนับสนุนเชิงโครงสร้าง เนื่องจากวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นกลุ่มธุรกิจรายย่อยที่มีจำนวนแรงงานน้อย ใช้ทุนส่วนตัว และพึ่งพาการดำเนินงานประจำวันโดยไม่มีเงินสำรองเพียงพอเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน (Charoenrat & Harvie, 2021; World Bank, 2020) เช่นเดียวกับการสำรวจของศูนย์การค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre) พบว่าหนึ่งในสี่ของธุรกิจขนาดเล็กในประเทศกำลังพัฒนามีความเสี่ยงที่จะปิดตัวลงอย่างถาวร เนื่องจากวิกฤตโควิด-19 (International Trade Centre, 2020) ซึ่งสะท้อนถึงความเปราะบางของธุรกิจกลุ่มนี้ต่อผลกระทบของวิกฤต โดยประสบปัญหาด้านการเงิน การจัดการทรัพยากร และความสามารถในการปรับตัว ทั้งนี้ การสนับสนุนทางการเงินสำหรับธุรกิจขนาดเล็กในช่วงวิกฤต เป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กเหล่านี้มีเงินสำรองเพียงพอสำหรับดำเนินงานไม่เกิน 27 วัน ทำให้การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญในการอยู่รอด (Mills, 2020) หลายประเทศได้ใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อความอยู่รอด โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายและการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น ในโปแลนด์ ธุรกิจสตาร์ทอัพและวิสาหกิจขนาดย่อมได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลผ่านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ รวมถึงการสนับสนุนเชิงนโยบาย เพื่อส่งเสริมระบบนิเวศของสตาร์ทอัพให้ดำรงอยู่และเติบโตอย่างยั่งยืนในยุคหลังโควิด-19 (Ministry of Economic Development, Poland, 2021) ในอินเดีย เครือข่ายธุรกิจได้ช่วยเสริมสร้างการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเชื่อมโยงตลาดใน

ประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการสนับสนุนจากรัฐบาลและพันธมิตร ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์การหยุดชะงักในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างยั่งยืน (Indian Ministry of Micro, Small & Medium Enterprises, 2021)

สำหรับประเทศไทย วิสาหกิจขนาดย่อมได้ปรับตัวด้วยกลยุทธ์ที่หลากหลาย เช่น การเข้าถึงมาตรการช่วยเหลือทางการเงิน การร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อให้การสนับสนุนที่จำเป็น ในการส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดย่อมปรับตัวและใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับศักยภาพในการดำเนินธุรกิจด้วยต้นทุนที่ต่ำลง เช่น การจัดทำหรือสนับสนุนภาคเอกชนให้จัดทำโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เช่น Cloud, Software สำเร็จรูป หรือ Web Service (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) การปรับตัวด้านการผลิต เช่น การหา Supply ใหม่ การปรับระบบในการสั่งซื้อสินค้ากับ Supplier ให้มีความเหมาะสม รวมถึงเจรจาตกลงเงื่อนไขในการชำระสินค้าให้สอดคล้องกับรูปแบบในการสั่งซื้อ การใช้พื้นที่ร่วมกับเครือข่ายในการจัดเก็บสินค้าและการจัดจำหน่ายซึ่งช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการมีเครือข่ายธุรกิจสามารถลดผลกระทบและฟื้นตัวได้ดีกว่า โดยช่วยในการปรับตัวและเข้าถึงทรัพยากรได้อย่างรวดเร็ว เครือข่ายธุรกิจที่เข้มแข็งช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร และการสนับสนุนที่จำเป็น

อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับบทบาทของเครือข่ายในช่วงวิกฤตยังมีข้อจำกัด เช่น การศึกษาในภาพรวมเครือข่าย โดยขาดการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับองค์ประกอบที่เฉพาะเจาะจง รวมถึงขาดการพิจารณาบริบทเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมในประเทศไทย (Al-Omoush et al., 2022; Pongtanaalert & Assarut, 2022) ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro) ในสถานการณ์วิกฤตโควิด 19 โดยเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวและให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบด้านเครือข่ายที่ชัดเจน อีกทั้งองค์ความรู้ใหม่สามารถนำไปประโยชน์เชิงวิชาการในการพัฒนาเครื่องมือในอนาคต ทั้งในทางปฏิบัติช่วยในการพัฒนากลยุทธ์ในการฟื้นฟูและเสริมสร้างการดำรงสภาพของวิสาหกิจขนาดย่อมในสถานการณ์วิกฤต หรือแนวทางที่ช่วยให้ Micro สามารถใช้ประโยชน์จากเครือข่ายธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

เครือข่ายต่อการดำรงสภาพ (Network Resilience)

เครือข่ายต่อการดำรงสภาพ นับได้ว่าเป็นความสามารถของธุรกิจในการฟื้นตัวจากวิกฤตผ่านการพึ่งพาเครือข่ายที่เข้มแข็ง เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นทั้งการเข้าถึงทรัพยากร การแลกเปลี่ยนข้อมูล และแรงสนับสนุนทางจิตใจ (Koporcic et al., 2025; OECD, 2023) เครือข่ายที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยง แต่ยังช่วยในการฟื้นตัวและเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจขนาดเล็กในวิกฤต (Rahim et al., 2022) เครือข่ายมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น เช่น ข้อมูลตลาด เทคโนโลยี และแหล่งเงินทุน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทรัพยากรฐาน (Resource-Based View: RBV) ที่มองว่าเครือข่ายเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Barney, 1991) ในช่วงวิกฤตความสามารถในการฟื้นตัวของวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro Enterprise) ขึ้นอยู่กับเครือข่ายและความสามารถในการสร้างนวัตกรรมร่วม (Co-Innovation) ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น การเอื้อประโยชน์ต่อกันในสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ โดยการมีเครือข่ายที่แข็งแกร่งสามารถลดความเสี่ยงทางการเงิน ช่วยให้สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ (Do et al., 2024) งานวิจัยของ Sagala และ Ori (2024) พบว่าเครือข่ายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ช่วยจัดการกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรและเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัว อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เชิงรุก (Proactive Learning) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยพัฒนาความสามารถในการดำรงสภาพ (Resilience) และการเติบโตจากความไม่แน่นอน (Antifragility) ในงานของ Gautam & Gautam (2024) พบว่า ผู้ประกอบการเผชิญความเครียดหลายด้าน โดยเฉพาะปัญหาสภาพคล่อง ธุรกิจได้สร้างความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์และปรับช่องทางจัดซื้อ เพื่อกระจายความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน Sharma et al. (2022) ชี้ให้เห็นบทบาทของเครือข่ายหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ ภาครัฐและดิจิทัล—ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงทรัพยากร ปรับตัวต่อการแข่งขันและฟื้นตัวจาก

ผลกระทบ COVID-19 สอดคล้องกับ Wisanggeni Bagus A. et al. (2023) ที่แสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนจากรัฐยังจำกัด ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กต้องพึ่งพาเครือข่ายดิจิทัล เช่น e-commerce และโซเชียลมีเดีย พร้อมเสนอการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อการฟื้นตัวอย่างยั่งยืน Zutshi et al. (2021) ระบุว่าความสัมพันธ์ที่อิงจากทักษะและประสบการณ์ร่วมของเครือข่ายช่วยเพิ่มความคล่องตัวและการฟื้นตัวจากวิกฤต

อย่างไรก็ตามในช่วงวิกฤตเครือข่ายไม่ได้ถึงความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น ได้อย่างเดียว ทั้งนี้ยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงจิตใจที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อดำเนินธุรกิจ โดยงานของ Pongtanalert & Assarut (2022) ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ภายในที่แน่นแฟ้น เช่น ความไว้วางใจ การให้กำลังใจจากครอบครัว เพื่อนผู้ประกอบการ หรือกลุ่มที่มีประสบการณ์ร่วมกัน มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ธุรกิจขนาดย่อยสามารถผ่านพ้นวิกฤตได้อย่างมั่นคง โดยเฉพาะในแง่ของการลดความกังวลและเสริมสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจ ทำนองเดียวกัน Zutshi et al. (2021) เน้นว่าพลวัตของเครือข่ายที่ประกอบด้วยความเชื่อใจ ความเปิดกว้างทางอารมณ์ และการให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและฟื้นตัวจากภาวะวิกฤตท่ามกลางความไม่แน่นอน

ดังนั้น บทบาทเครือข่ายไม่ได้เพียงเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจเท่านั้น แต่เป็นเครื่องมือสนับสนุนธุรกิจในช่วงวิกฤตที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการรับมือกับความไม่แน่นอนของ โดยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่ง และใช้เครือข่ายเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ นวัตกรรม และทรัพยากร ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่ช่วยธุรกิจสามารถฟื้นตัวจากวิกฤตและดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงในระยะยาว (Sagala & Ori, 2024; Do et al., 2024)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่ม

ประชากรที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 57,431 คนครอบคลุมเมืองหลักของ 5 ภูมิภาคในประเทศ ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น นนทบุรี จันทบุรีและสงขลา จากรายชื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อย แบบนิติบุคคล (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงจากแนวทางของ Hair et al. (2010) ซึ่งแนะนำว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีอัตราส่วน 10-20 คนต่อ 1 พารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า ในการศึกษาครั้งนี้มีพารามิเตอร์ทั้งหมด 9 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจึงอยู่ระหว่าง 90-180 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้มีความแม่นยำและครอบคลุมมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling) ดังนี้ 1. คำนวณช่วงสุ่ม 2. เลือกจุดเริ่มต้นและ 3. เลือกหน่วยตัวอย่าง ตามช่วงที่คำนวณได้จนครบจำนวนที่ต้องการ (Babbie, E., 2010) จะได้ช่วงสุ่มที่ 319 (57,431/180) และเลือกจุดเริ่มต้นในลำดับที่ 8 จากการหมุนวงล้อสุ่ม จากนั้นเลือกกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงที่ 319 ดังนี้ 8, 327, 646 จนครบจำนวน หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่าแบบสอบถามที่สามารถนำมาใช้ได้จริงมีจำนวน 158 ราย ซึ่งอยู่ในช่วงที่เหมาะสม

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งพัฒนาโดยอ้างอิงจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนดังนี้

กำหนดองค์ประกอบและตัวชี้วัด โดยทบทวนนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรและนำมาสร้างข้อคำถาม โดยศึกษาลักษณะการสร้างข้อคำถามจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและแบบสอบถามที่ได้วิจัยในบริบทที่คล้ายคลึงกัน (อัมพร อารังลักษณ์, 2562) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาค ระยะเวลาในการดำเนินกิจการและประเภทธุรกิจ ส่วนที่ 2 องค์ประกอบและตัวชี้วัดด้านเครือข่าย ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 พลวัตด้านเครือข่าย (ความสัมพันธ์เชิงจิตใจ) ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัดได้แก่ ประสบการณ์การดำเนินงานของเครือข่าย ทำให้รู้สึกมั่นใจและไว้วางใจ

เครือข่ายมีความน่าเชื่อถือ มีความเอื้ออาทรและเห็นอกเห็นใจกัน เครือข่ายคือเพื่อนทางธุรกิจและหากต้องการความคิดเห็นในการดำเนินงานจะนึกถึงเครือข่ายก่อน องค์ประกอบที่ 2 ความสามารถด้านเครือข่าย (การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ผ่านความร่วมมือ การใช้ประโยชน์และแลกเปลี่ยนทรัพยากร) ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ดังนี้ วิสาหกิจมีความสัมพันธ์อันดีกับเครือข่าย ดำเนินงานได้อย่างคล่องตัว จากความสัมพันธ์ที่ดีของเครือข่าย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน หรือและวิเคราะห์สิ่งที่ต้องการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบและตัวชี้วัดกับนิยามศัพท์ของตัวแปรด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) ผู้วิจัยได้นำร่างแบบสอบถามเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน พิจารณา โดยใช้ดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าถามทุกข้อมีค่า CVI มากกว่า 0.80 (วุฒิ สุขเจริญ, 2561)

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 30 คน โดยใช้ Cronbach's Alpha Coefficient ตามเกณฑ์ของวุฒิ สุขเจริญ (2561) ซึ่งกำหนดว่าค่าความเชื่อมั่นที่เหมาะสมควรอยู่ที่ระดับ 0.78 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าความเชื่อมั่นของทั้ง 2 ตัวแปรอยู่ที่ 0.83 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ในระดับสูง จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้มาปรับปรุงแก้ไขและเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดตามขั้นตอนดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) ค่าสหสัมพันธ์ (r) โดยระหว่างตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (อย่างน้อยระหว่างตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง) (Tabachnick and Fidell, 2007; Hair et al., 2010 อ้างถึงใน อิศรภักดี รินโรสง, 2562)

วิเคราะห์องค์ประกอบ ก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ทดสอบความเหมาะสมของขนาดตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยค่าสถิติไคเซอร์-เมเยอร์-โอลคิน (Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO) โดย $KMO > 0.50$ ถือเป็นค่าที่เหมาะสม (อิศรภักดี รินโรสง, 2562) และวัดสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ทั้งนี้การวิเคราะห์ องค์ประกอบ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ 1) การสกัดองค์ประกอบ เพื่อลดจำนวนตัวแปรให้เหลือบางตัวที่มีค่าน้ำหนักและค่าความแปรปรวนร่วมกันสูง เนื่องจากผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงตัวแปรในแต่ละด้านซึ่งตัวแปรนั้นสามารถอธิบายองค์ประกอบได้ดี จึงต้องพิจารณาค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Communality) ระหว่างตัวแปรร่วมกับองค์ประกอบ ทั้งนี้จึงเลือกใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบแบบ Factor Analysis 2) การกำหนดจำนวนองค์ประกอบ ตาม Kaiser's rule พิจารณาจากค่าไอเกนที่มีค่ามากกว่า 1 (Kaiser, 1960) และใช้ Cattell's scree test พร้อมทั้ง Velicer's Minimum Average Partial (MAP) test ร่วมพิจารณาในการกำหนดด้วย 3) การหมุนแกน ผู้วิจัยใช้วิธีการหมุนแกนแบบ Oblique ด้วยวิธี Promax โดยยอมให้องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันได้ 4) การแปลความหมาย โดยให้ความหมายองค์ประกอบและตั้งชื่อองค์ประกอบที่มีความสอดคล้องกับตัวชี้วัดในองค์ประกอบนั้น

4. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 51.30 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 67.70 และอาศัยอยู่ในภาคใต้ร้อยละ 32.30 โดยมากดำเนินกิจการมาแล้ว 1-5 ปี ร้อยละ 48.70 ในส่วนของประเภทธุรกิจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจรายย่อยในภาคบริการร้อยละ 47.50

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อตกลงเบื้องต้น

วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ (skewness) และค่าความโด่ง (kurtosis) ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 การวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐาน

	N	Mean	SD	Skewness		Kurtosis	
				Skewness	SE	Kurtosis	SE
มีความสัมพันธ์อันดีกับเครือข่าย	158	4.2	0.913	-0.9086	0.193	-0.1012	0.384
ดำเนินงานได้อย่างคล่องตัว จากความสัมพันธ์ที่ดีของเครือข่าย	158	4.33	0.709	-0.5709	0.193	-0.8466	0.384
มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน	158	4.22	0.824	-0.6962	0.193	-0.4204	0.384
หารือและวิเคราะห์สิ่งที่ต้องการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	158	4.13	0.812	-0.6706	0.193	-0.0693	0.384
ประสบการณ์การดำเนินงานของเครือข่าย ทำให้รู้สึกมั่นใจและไว้วางใจ	158	3.84	0.773	0.0416	0.193	-0.8184	0.384
เครือข่ายมีความน่าเชื่อถือ	158	3.8	0.873	-0.292	0.193	-0.5922	0.384
มีความเอื้ออาทรและเห็นอกเห็นใจกัน	158	3.53	0.949	0.0213	0.193	-0.9053	0.384
เครือข่ายคือเพื่อนทางธุรกิจ	158	3.68	0.847	-0.2201	0.193	-0.5055	0.384
หากต้องการความคิดเห็นในการดำเนินงาน จะนึกถึงเครือข่ายก่อน	158	3.87	0.925	-0.4172	0.193	-0.6715	0.384

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า ข้อมูลกระจายตัวได้ดีไม่มีตัวแปรใดที่มีค่าเกิน 1 วิเคราะห์ค่าความเบ้และความโด่งของข้อมูล พบว่า การแจกแจงข้อมูลส่วนใหญ่มีความเบ้ (Skewness) เป็นลบ โดยทุกตัวแปรอยู่ในขอบเขตที่มีลักษณะการแจกแจงปกติที่ยอมรับได้ (+1 ถึง -1) ส่วนค่าความโด่ง (Kurtosis) ส่วนใหญ่มีการแจกแจงของข้อมูลที่ดีกว่าโค้งปกติ (ต่ำกว่า 0) และอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้

การตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปร พบว่า จากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรแต่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นอย่างน้อยตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง ($r \geq 0.30$) ซึ่งถือว่าเพียงพอสำหรับการนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไปได้ (Tabachnick and Fidell, 2007; Hair et al., 2010 อ้างถึงใน อิศริฐฐ์ รินไธสง, 2562) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์

	NW1	NW2	NW3	NW4	NW5	NW6	NW7	NW8	NW9
NW1	—								
NW2	0.598 ***	—							
NW3	0.587 ***	0.510 ***	—						
NW4	0.568 ***	0.558 ***	0.578 ***	—					
NW5	0.236 **	0.286 ***	0.216 **	0.318 ***	—				
NW6	0.362 ***	0.314 ***	0.336 ***	0.459 ***	0.602 ***	—			
NW7	0.283 ***	0.354 ***	0.341 ***	0.367 ***	0.528 ***	0.600 ***	—		
NW8	0.330 ***	0.316 ***	0.337 ***	0.375 ***	0.649 ***	0.687 ***	0.564 ***	—	
NW9	0.386 ***	0.349 ***	0.422 ***	0.472 ***	0.567 ***	0.740 ***	0.604 ***	0.653 ***	—

Note. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

1. การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของข้อมูลด้วยค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) พบว่ามีค่า KMO โดยรวม (Overall MSA) เท่ากับ 0.88 และเมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.85-0.93 ซึ่งมากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1 แสดงถึงความเหมาะสมของข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Hair et al., 2010) นอกจากนี้ ผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่ามีความสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 723$, df = 36, p < .001) แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดด้านเครือข่ายทั้ง 9 ตัวชี้วัดมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ดังตารางที่ 3

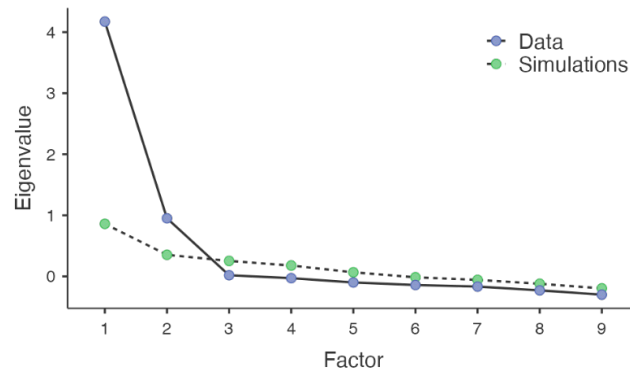
ตาราง 3 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่า KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.88
Bartlett's Test of Sphericity.	Approx. Chi-Square	723
	Df	36
	Sig.	< .001

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

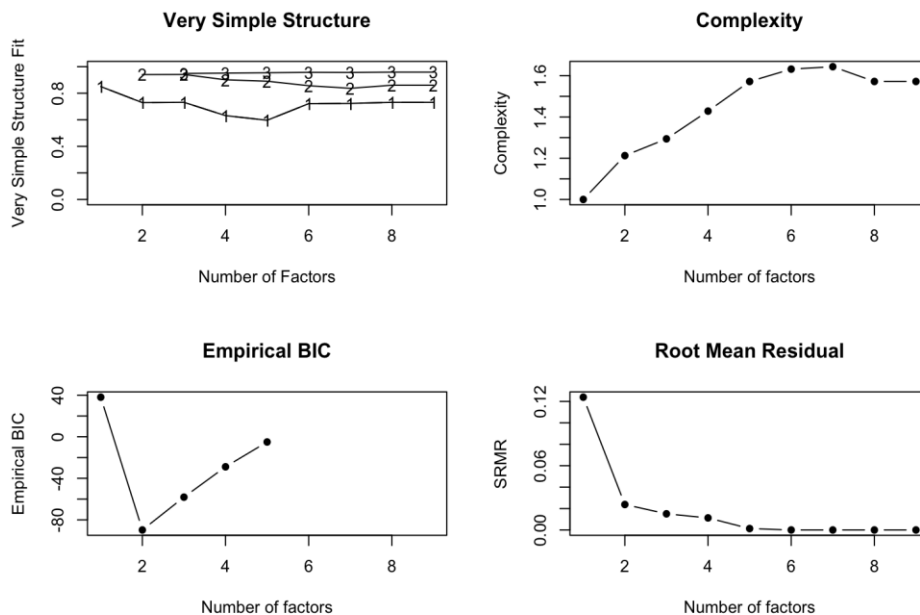
1. การสกัดองค์ประกอบ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบรวม (Factor Analysis: FA) แบบองค์ประกอบแกนหลัก (Principal Axis Factoring: PAF) โดยมีเป้าหมายในการศึกษาตัวแปรในแต่ละด้าน ซึ่งตัวแปรนั้นสามารถอธิบายองค์ประกอบได้ดี จึงต้องพิจารณาค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Communality) ได้จำนวน 2 องค์ประกอบ

2. การกำหนดจำนวนองค์ประกอบ ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดจำนวนองค์ประกอบ 2 วิธี ดังนี้ 1) Cattell's scree test และ 2) Velicer's Minimum Average Partial (MAP) test พบว่าทั้ง 2 วิธีให้ผลการกำหนดจำนวนองค์ประกอบได้ 2 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถแสดงได้ ดังรูปภาพประกอบ 1 และรูปภาพประกอบ 2



รูปภาพประกอบ 1 การวิเคราะห์จำนวนองค์ประกอบด้วย Scree plot

ผลจากการวิเคราะห์จำนวนองค์ประกอบด้วย Scree plot ระหว่างค่าไอเกน (Eigenvalue) กับจำนวนองค์ประกอบ (Factor or Component Number) พบว่า จำนวนที่เหมาะสมคือ 2 องค์ประกอบ โดยพิจารณาจาก จุดหักงอ (elbow) ของกราฟและเริ่มลดลงอย่างช้า ๆ หลังจากองค์ประกอบที่ 2 เป็นต้นไป



รูปภาพประกอบ 2 การวิเคราะห์จำนวนองค์ประกอบด้วย Velicer's Minimum Average Partial (MAP)

จากรูปประกอบภาพ 2 การวิเคราะห์จำนวนองค์ประกอบด้วยวิธี Velicer's MAP พบว่า จำนวนองค์ประกอบที่เหมาะสมคือ 2 โดยมีค่าเฉลี่ยของ Residual Variance ต่ำที่สุดเท่ากับ 0.04

1. การหมุนแกนองค์ประกอบ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านเครือข่ายใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principal Axis Factoring และหมุนแกนแบบมุมแหลม (Oblique) ด้วยวิธีโปรแมกซ์ (Promax) ผลการหมุนแกนพบว่าค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบถูกกระจายไปยัง 2 องค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักมากกว่า 0.5 จึงสามารถจัดตัวแปรเข้าองค์ประกอบได้ดังตารางที่ 4 และแสดงค่าความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ดังตารางที่

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ตัวแปร	องค์ประกอบ		ค่าความเฉพาะ	ค่าความร่วมกัน
	1	2		
NW1		0.82	0.37	0.63
NW2		0.73	0.47	0.53
NW3		0.74	0.45	0.55
NW4		0.69	0.41	0.59
NW5	0.79		0.45	0.55
NW6	0.84		0.27	0.73
NW7	0.67		0.49	0.51
NW8	0.82		0.33	0.67
NW9	0.76		0.31	0.69

RMSEA = 0.03, sig <0.001

Note. 'Principal axis factoring' extraction method was used in combination with a 'promax' rotation

ตาราง 5 ความแปรปรวนขององค์ประกอบด้านเครือข่าย

องค์ประกอบ	จำนวนตัวแปร	ค่าความแปรปรวน (%)	ค่าความแปรปรวนสะสม (%)
องค์ประกอบที่ 1	5	34.60	34.60
องค์ประกอบที่ 2	4	25.60	60.20
รวม	9	60.20	60.20

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจทั้ง 9 ตัวแปรถูกจัดออกเป็น 2 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.67-0.84 โดยตัวแปร NW6 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (0.85) และองค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.69-0.82 โดยตัวแปร NW1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (0.82) เมื่อพิจารณาความแปรปรวนพบว่าองค์ประกอบที่ 1 สามารถอธิบายอธิบายองค์ประกอบเครือข่ายได้ร้อยละ 34.6 และองค์ประกอบที่ 2 สามารถอธิบายอธิบายองค์ประกอบเครือข่ายได้ร้อยละ 25.6 สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 5

เมื่อพิจารณาค่าความร่วมกัน แสดงถึงความแปรปรวนของตัวแปรที่ถูกอธิบายโดยองค์ประกอบ พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.51-0.73 โดยตัวแปร NW6 มีค่าความร่วมกันสูงสุด (0.73) แสดงว่าความแปรปรวนของตัวแปรถูกอธิบายด้วยองค์ประกอบได้ร้อยละ 72.60 และค่าความเฉพาะร้อยละ 27.40 แสดงดังตารางที่ 4 ดังนั้น ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อยในช่วงวิกฤตโควิด 19 สามารถแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบย่อยและอธิบายได้ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.67-0.84 โดยมีตัวแปรถูกจัดเข้าองค์ประกอบ ได้แก่ เครือข่ายมีความน่าเชื่อถือ (NW6) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ลำดับถัดไปได้แก่ เครือข่ายคือเพื่อนทางธุรกิจ

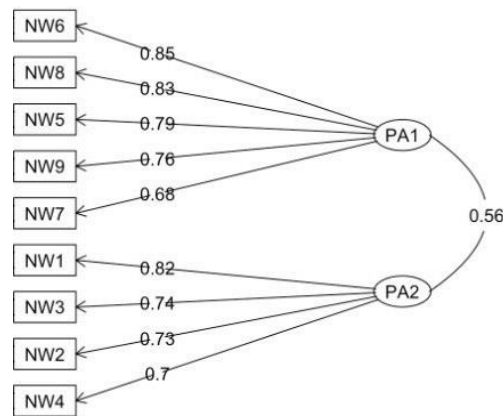
(NW8) ประสบการณ์การดำเนินงานของเครือข่ายทำให้รู้สึกมั่นใจและไว้วางใจ (NW5) หากต้องการความคิดเห็นในการดำเนินงาน จะนึกถึงเครือข่ายก่อน (NW9) และมีความเอื้ออาทรและเห็นอกเห็นใจกัน (NW7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.69-0.82 โดยมีตัวแปรถูกจัดเข้าองค์ประกอบได้แก่ มีความสัมพันธ์อันดีกับเครือข่าย (NW1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ลำดับถัดไปได้แก่ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน (NW3) ดำเนินงานได้อย่างคล่องตัว จากความสัมพันธ์ที่ดีของเครือข่าย (NW2) และหารือและวิเคราะห์สิ่งที่ต้องการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (NW4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด ตามลำดับ ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ด้านเครือข่าย ได้ดังตารางที่ 6

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ด้านเครือข่าย

องค์ประกอบ	ตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก
พลวัตด้านเครือข่าย	(1) 1. ประสบการณ์การดำเนินงานของเครือข่าย ทำให้รู้สึกมั่นใจและไว้วางใจ	0.79
	2. เครือข่ายมีความน่าเชื่อถือ	0.84
	3. มีความเอื้ออาทรและเห็นอกเห็นใจกัน	0.67
	4. เครือข่ายคือเพื่อนทางธุรกิจ	0.82
	5. หากต้องการความคิดเห็นในการดำเนินงาน จะนึกถึงเครือข่ายก่อน	0.76
ความสามารถด้านเครือข่าย	(2) 1. มีความสัมพันธ์อันดีกับเครือข่าย	0.82
	2. ดำเนินงานได้อย่างคล่องตัว จากความสัมพันธ์ที่ดีของเครือข่าย	0.73
	3. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน	0.74
	4. หารือและวิเคราะห์สิ่งที่ต้องการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	0.69

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ด้านเครือข่าย จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย ประสบการณ์การดำเนินงานของเครือข่าย ทำให้รู้สึกมั่นใจและไว้วางใจ เครือข่ายมีความน่าเชื่อถือ มีความเอื้ออาทรและเห็นอกเห็นใจกัน เครือข่ายคือเพื่อนทางธุรกิจ หากต้องการความคิดเห็นในการดำเนินงาน จะนึกถึงเครือข่ายก่อน โดยสะท้อนถึงปัจจัยทางด้านจิตใจต่อความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผู้วิจัยในให้ชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “พลวัตด้านเครือข่าย” องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วยความสัมพันธ์ที่ดี การดำเนินงานได้อย่างคล่องตัว มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เอื้อประโยชน์ต่อกันและหารือและวิเคราะห์สิ่งที่ต้องการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย องค์ประกอบนี้สะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ช่วยเสริมสร้างการทำงานร่วมกันในการดำเนินงานของธุรกิจ ทำให้เกิดความคล่องตัวและปรับตัวต่อสถานการณ์ที่ยากลำบากได้ โดยมีชื่อองค์ประกอบว่า “ความสามารถด้านเครือข่าย” ทั้งนี้สามารถแสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ของเครือข่าย ได้ดังรูปภาพประกอบ 3



รูปภาพประกอบ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ด้านเครือข่าย

5. อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อยในช่วงวิกฤตโควิด-19 พบว่าเครือข่ายสามารถจำแนกได้เป็น 2 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ “พลวัตด้านเครือข่าย” และ “ความสามารถด้านเครือข่าย” ซึ่งสะท้อนทั้งมิติความสัมพันธ์เชิงจิตใจและการทำงานร่วมกันเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเครือข่ายนับเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าตาม ทฤษฎีฐานทรัพยากร Resource-Based View (RBV) ของ Barney (1991) โดยเครือข่ายช่วยให้เข้าถึงทุนเทคโนโลยีและข้อมูลที่เป็นต่อการปรับตัว เช่น ข้อมูลทางการเงินหรือกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดในช่วงวิกฤต โดยอาศัยความสัมพันธ์เชิงลึก (ความใกล้ชิดและความแข็งแกร่ง) (Xie et al., 2022) จากเครือข่ายรอบตัว ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อการปรับตัวและฟื้นตัวของธุรกิจในช่วงวิกฤต (Hillmann & Guenther, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Pongtanaalert & Assarut (2022) ที่สะท้อนองค์ประกอบด้านเครือข่ายบนแนวคิดทุนทางสังคมออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่ *bonding social capital* โดยเน้นความสัมพันธ์ใกล้ชิดภายในกลุ่ม เช่น การให้กำลังใจ ความช่วยเหลือจากครอบครัวหรือเพื่อน ผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น และ *bridging social capital* ที่ชี้ให้เห็นถึงการสร้างร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ ซึ่งช่วยให้เกิดการปรับตัวและฟื้นตัวได้ในช่วงวิกฤต

พลวัตด้านเครือข่าย แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงจิตใจที่แสดงถึงความเอื้ออาทรและเห็นอกเห็นใจกัน การมองเครือข่ายคือเพื่อนทางธุรกิจ การมั่นใจและไว้วางใจในเครือข่าย ในช่วงสถานการณ์วิกฤตองค์ประกอบนี้ถูกสะท้อนออกมาได้อย่างชัดเจนขึ้น โดยผู้วิจัยมองว่า ความสัมพันธ์เชิงจิตใจนอกจากจะช่วยให้เกิดการฟื้นตัวของวิสาหกิจแล้ว ยังช่วยลดทอนความเครียด ความกดดัน และช่วยสร้างมั่นใจในการดำเนินธุรกิจบนสถานการณ์วิกฤต สอดคล้องกับงานของ Zutshi et al. (2021), Anatan, L., & Nur, A. (2023) และ Namono et al. (2024) ที่พบว่า ความไว้วางใจจำเป็นต่อการเผชิญกับความท้าทายที่เกิดขึ้น การสนับสนุนด้านจิตใจอีกทั้งยังช่วยลดความตึงเครียดและเสริมสร้างการอำรงสภาพให้กับธุรกิจ อีกทั้งความสัมพันธ์เหล่านี้ยังช่วยให้เข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น

ความสามารถด้านเครือข่าย แสดงถึงการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ผ่านการทำงานร่วมกัน การใช้ประโยชน์ทรัพยากร รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ผู้วิจัยมองว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะในกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อยที่มีข้อจำกัดในด้านทรัพยากร การทำงานร่วมกันช่วยให้วิสาหกิจขนาดย่อยเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น เช่น การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มพันธมิตร หรือการร่วมพัฒนาแนวทางที่ตอบโจทย์ลูกค้าในช่วงวิกฤต สอดคล้องกับงานของ Gupta et al. (2022) พบว่าการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า ลูกค้า เป็นกลยุทธ์สำคัญในการลดข้อจำกัดด้านทรัพยากรและช่วยให้เข้าถึงข้อมูลสำคัญ อีกทั้งแสดงให้เห็นถึงการสร้าง

ร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจใหม่ การเข้าถึงเครือข่ายดิจิทัลและหน่วยงานภาครัฐ (Pongtanalert & Assarut 2022; Sagala & Ori, 2024) ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถฟื้นตัวได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถเชื่อมโยง องค์ประกอบและผลที่เกิดขึ้นได้ ดังตารางที่ 7

ตาราง 7 ประเภทเครือข่าย องค์ประกอบ และผลกระทบเชิงบวก

ประเภทเครือข่าย	บทบาท	องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง	ผลกระทบเชิงบวกต่อธุรกิจ
เครือข่ายทางธุรกิจ เช่น คู่ค้า ซัพพลายเออร์ ลูกค้า	- ความสัมพันธ์ใน การทำงานร่วมกัน - ความไว้วางใจ	- การแลกเปลี่ยนข้อมูล การพัฒนา แนวทางบริการใหม่ - ความไว้วางใจ ความมั่นใจในการ ดำเนินงานร่วม (Gautam & Gautam, 2023; Pongtanalert & Assarut, 2022)	- ช่วยให้เข้าถึงทรัพยากร เช่น ข้อมูลทางการเงิน หรือกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของ ตลาดในช่วงวิกฤต รวมถึงเทคโนโลยี เสริมกล ยุทธ์ในการปรับตัว และเพิ่มความสามารถในการ ตอบสนองต่อตลาดเฉพาะในช่วงวิกฤต
เครือข่ายภายนอก เช่น หน่วยงานรัฐ สถาบันการเงิน	- แหล่งสนับสนุน จากภายนอกทั้งใน เชิงทรัพยากรและ จิตใจ	- การเข้าถึงแหล่งทุนและข้อมูลเชิง นโยบาย - การได้รับแรงสนับสนุนและคำปรึกษา ในสถานการณ์ไม่แน่นอน (Msomi & Zungu, 2023; Sagala & Ori, 2024)	- ช่วยให้เข้าถึงเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ รับมือกับ ความท้าทาย และเสริมสร้างความมั่นใจใน การดำเนินธุรกิจในระยะฟื้นตัว

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่า เครือข่ายมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจขนาดย่อยให้สามารถปรับตัวและฟื้นตัวในช่วงวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเครือข่ายทางธุรกิจ ประกอบด้วยความสัมพันธ์กับคู่ค้า ซัพพลายเออร์และลูกค้า ช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับงานของ Gautam & Gautam (2023) ที่กล่าวถึงว่าธุรกิจต้องพึ่งพาเครือข่ายซัพพลายเชน เพื่อรับมือกับความท้าทายในช่วงโควิด-19 โดยสร้างความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์รายใหม่ การเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดซื้อ และการสร้างความร่วมมือภายในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อรับมือกับความไม่แน่นอนและลดผลกระทบจากการหยุดชะงัก นอกจากนี้ ความร่วมมือดังกล่าวยังช่วยลดความกังวลด้านการดำเนินธุรกิจในช่วงวิกฤตอีกด้วย ในขณะเดียวกันเครือข่ายภายนอก ได้แก่ หน่วยงานรัฐ สถาบันการเงิน ช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น เช่น เงินทุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำ คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ และข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาด สอดคล้องกับงาน Msomi & Zungu (2023) โดยกล่าวถึงการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การขอสินเชื่อ และการปรับโครงสร้างการชำระหนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการฟื้นตัวของธุรกิจหลังจากโควิด-19 อีกทั้งการสนับสนุนด้านจิตใจ เช่น การให้คำปรึกษาที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจ

ดังนั้น แล้วผลการศึกษาในครั้งนี้ ช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการที่พบว่าการศึกษาเครือข่ายในบริบทวิกฤตยังมองในภาพรวมและขาดการวิเคราะห์เชิงลึก โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อยในประเทศไทย โดยสามารถจำแนกเป็นสองมิติที่มีบทบาทต่างกัน แต่ส่งเสริมกัน ทั้งในเชิงกลยุทธ์และเชิงจิตใจที่ช่วยให้วิสาหกิจขนาดย่อยเกิดการฟื้นตัว องค์ความรู้นี้สามารถนำไปใช้เป็นฐานในการออกแบบเครื่องมือประเมินความสามารถของเครือข่ายต่อการดำรงสภาพของธุรกิจ ตลอดจนวางกลยุทธ์การสนับสนุนเชิงนโยบายหรือภาคปฏิบัติที่เฉพาะต่อวิสาหกิจขนาดย่อยในสถานการณ์ที่ผันผวนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.1.1 การขยายการศึกษาสู่ธุรกิจรูปแบบอื่น โดยควรขยายการศึกษาไปยังวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ (SMEs และ Corporations) รวมถึงในประเทศอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

6.1.2 การศึกษาในบริบทของสถานการณ์ที่แตกต่าง โดยศึกษาในสถานการณ์ปกติร่วมด้วย ช่วยให้เข้าใจบทบาทของเครือข่ายและสามารถเปรียบเทียบกับบทบาทในช่วงวิกฤตได้อย่างชัดเจน

6.1.3 การพัฒนาโมเดลที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น คู่มือการจัดการเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมในการเผชิญเหตุวิกฤต

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

6.2.1 สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro Enterprises) โดยชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์เชิงจิตใจและการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการฟื้นตัวทางธุรกิจ

6.2.2 พัฒนางค์ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ด้านเครือข่ายที่ชัดเจน โดยเฉพาะ “พลวัตด้านเครือข่าย” และ “ความสามารถด้านเครือข่าย” นำไปใช้ในการพัฒนาเครื่องมือประเมินความพร้อมหรือกลยุทธ์เครือข่ายในภาวะวิกฤต

6.2.3 ช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมวางแผนพัฒนาเครือข่าย ทั้งในด้านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจในระยะไม่แน่นอน

6.2.4 สนับสนุนให้หน่วยงานรัฐ สถาบันการเงิน และองค์กรสนับสนุนธุรกิจ สามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการออกแบบนโยบาย มาตรการ หรือโครงการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อมได้อย่างตรงจุด โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงทุน การให้คำปรึกษาและการเสริมแรงใจในการฟื้นตัวจากวิกฤต

7. สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดย่อม ในการเผชิญเหตุการณวิกฤตโควิด 19 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบและพัฒนาตัวบ่งชี้ด้านเครือข่าย พบว่า เครือข่ายสามารถแบ่งเป็น 2 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ พลวัตด้านเครือข่าย สะท้อนถึงปัจจัยด้านจิตใจ ความรู้สึกต่อเครือข่าย ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 34 และความสามารถด้านเครือข่าย สะท้อนถึงบทบาทของความสัมพันธ์ ได้แก่ การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 25 โดยทั้ง 9 ตัวบ่งชี้มีค่าน้ำหนักที่มากกว่า 0.5 มีค่าความร่วมกันอยู่ในช่วง 0.50-0.72 แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบที่ถูกจัดกลุ่มมีความเหมาะสมและสามารถใช้อธิบายเครือข่ายได้ดี โดยทั้ง 2 องค์ประกอบมีความเกี่ยวโยงกัน โดยพลวัตด้านเครือข่ายช่วยสนับสนุนความสามารถด้านเครือข่ายและในระยะยาวความสามารถด้านเครือข่ายก่อให้เกิดพลวัตด้านเครือข่าย โดยทั้ง 2 องค์ประกอบหลักมีความสำคัญต่อการดำรงสภาพของธุรกิจ ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตในระยะยาว วิสาหกิจขนาดย่อมสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้พัฒนาเครือข่ายให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดและรับมือกับวิกฤตที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2563). *SME ปรับตัวอย่างไร ในยุค New Normal*. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2567, จาก <https://www.scb.co.th>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *ปลดล็อก SMEs ไทย ปรับตัวอย่างไรให้เติบโต*. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2567, จาก <https://www.bot.or.th>
- มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. (2565). *การปรับตัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. ค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2567, จาก <https://so03.tci-thaijo.org>
- วุฒิ สุขเจริญ. (2561). *วิจัยการตลาด*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2566). *รายงานฉบับสมบูรณ์: ผลกระทบของโควิด-19 ต่อภาคธุรกิจและแนวทางการปรับตัวของ SMEs*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2567, จาก https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2024/08/Final-project_Plan_c.pdf
- สำนักงานประชาสัมพันธ์รัฐบาล. (2566). *มาตรการส่งเสริม SMEs: พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยสู่ความยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.prd.go.th>
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2565). *ฐานข้อมูลเพื่อการเปิดเผยข้อมูลระดับองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME)*. ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2567, จาก <https://data.go.th/dataset/gdpublish-msme>
- อัมพร อารังลักษณ์. (2562). *การวิจัยทางธุรกิจและสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อิศรวิทย์ รินโธสง. (2562). *สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์*. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Al-Omoush, K. S., Palacios-Marqués, D., & Ulrich, K. (2022). The impact of intellectual capital on supply chain agility and collaborative knowledge creation in responding to unprecedented pandemic crises. *Technological Forecasting and Social Change*, 178, 121603.
- Anatan, L., & Nur, A. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156.
- Babbie, E. (2010). *The practice of social research* (12th ed.). Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Charoenrat, T., & Harvie, C. (2021). Analysis of the impact of COVID-19 on micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs) in Thailand from competition policy and market access perspectives. *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*. Retrieved on March 2, 2024 from https://unctad.org/system/files/information-document/ccpb_Thai_report_Bangkok_en.pdf
- Do, H. N., Hoang, N.-Y. N., & Do, N.-B. (2024). Improving business performance for SMEs: The power of co-innovation and business networks resilience in the COVID-19 pandemic. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 15(1), 1–24.
- Gautam, D. K., & Gautam, P. K. (2024). Stress and resilience to migrant entrepreneur-managers of small and medium enterprises during COVID-19 pandemic. *Benchmarking: An International Journal*, 31(6), 2129–2150.

- Gupta, R., Jain, K., & Paul, J. (2022). Building resilience for sustainability of MSMEs post COVID-19 outbreak: An Indian handicraft industry outlook. *Structural Change and Economic Dynamics*, 62, 101443.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hillmann, J., & Guenther, E. (2021). Organizational resilience: A valuable construct for management research? *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 7–44.
- Indian Ministry of Micro, Small & Medium Enterprises. (2021). *Annual report 2020–21*. Government of India. Retrieved on March 24, 2024 from <https://msme.gov.in/sites/default/files/MSME-ANNUAL-REPORT-ENGLISH%202020-21.pdf>
- International Trade Centre. (2020). *SME competitiveness outlook 2020: COVID-19 – The great lockdown and its impact on small business*. Geneva: ITC. Retrieved on May 2, 2024, from <https://www.intracen.org/media/413>
- Koporcic, N., Kukkamalla, P. K., Markovic, S., & Maran, T. (2025). Resilience of small and medium-sized enterprises in times of crisis: An umbrella review. *Review of Managerial Science*, 1–29.
- Mills, K. G. (2020). How small businesses can survive the coronavirus outbreak. *Harvard Business School Working Knowledge*. Retrieved on January 27, 2024 from <https://www.library.hbs.edu/working-knowledge/how-small-businesses-can-survive-the-coronavirus-outbreak>
- Ministry of Economic Development, Poland. (2021). *Government support for startups in the post-COVID-19 era*. Retrieved on May 2, 2024, from <https://www.gov.pl/web/rozwoj/startups-post-covid-strategy>
- Msoni, T. S., & Zungu, S. C. (2023). Factors affecting small and medium-sized enterprises financial resilience post Covid-19 pandemic in South Africa. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(6), 1822–1834.
- Namono, R., Hojops, O. J., & Tanui, S. (2024). Self-efficacy: Implications for university employees' innovativeness. *International Journal of Innovation Science*.
- OECD. (2023). *SME and entrepreneurship outlook 2023*. Paris: OECD Publishing.
- Pongtanalert, K., & Assarut, N. (2022). Entrepreneur mindset, social capital and adaptive capacity for tourism SME resilience and transformation during the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 14(19), 12675.
- Rahim, M. A., Cox, S. R., & Rutner, S. M. (2022). Small business and the supply chain: The influence of social intelligence on relationship resilience. *Small Business Institute Journal*, 18(2), 28–40.
- Sagala, G. H., & Ori, D. (2024). Antifragility, resilience, and collaborative networks of SMEs: A theoretical foundation. *European Journal of Innovation Management*. Advance online publication.
- Sharma, R., Agarwal, S., & Kumar, N. (2022). Network resilience for MSMEs post COVID-19: A study on the handicraft sector in India. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(5), 789–812.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Pearson.

- Wisanggeni Bagus, A., Fatkhurrohman, T., Ramlah, S., Barokah, S., & Pratama, W. C. T. (2023). The role of e-commerce and social media for micro, small, and medium enterprises (Literature review in the field of MSMEs). *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 3(8), 1547–1552.
- World Bank. (2020). *Thailand economic monitor: Thailand in the time of COVID-19*. Bangkok: World Bank Group. Retrieved on June 14, 2024, from <https://documents1.worldbank.org/curated/en/456171593190431246/pdf/Thailand-Economic-Monitor-Thailand-in-the-Time-of-COVID-19.pdf>
- Xie, X., Zeng, S., Peng, L., & Tam, C. (2022). Network depth and breadth in business resilience: Evidence from Chinese SMEs during COVID-19. *Asian Business & Management*, 21(3), 475–500.
- Zutshi, A., Creed, A., & Zhao, J. (2021). Resilience and adaptation of SMEs in COVID-19: Lessons from an Australian context. *Small Business Economics*, 59(1), 77–98.

ผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Moderating Environmental, Social, and Governance (ESG) in the relationship between compensation and firm value of listed companies on the Stock Exchange of Thailand

จินตนา โสมโสดา¹, อรัณพงษ์ หนันไชย^{2,*}, ดารารัตน์ โพธิ์ประจักษ์³, อเนก พุทธิเดช⁴ และสุรัชย์ เอมอักษร⁵

Jintana Somsoda¹, Aranphong Thananchai^{2,*}, Dararat Phoprachak³, Anek Putthidech⁴, Surachai Am-ugsorn⁵

Received : February 3, 2025 Revised : May 7, 2025 Accepted : May 26, 2025

บทคัดย่อ

การกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้กับคณะกรรมการและผู้บริหาร ในยุคที่สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) เป็นประเด็นสำคัญสำหรับผู้มีส่วนได้เสีย ถือเป็นกลไกสำคัญในการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีความรู้ และทักษะที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างมูลค่ากิจการ การวิจัยนี้มุ่งศึกษาผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุดียูมิในช่วงปี พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2566 ตัวอย่างประกอบไปด้วยข้อมูล 221 Firm-year จากบริษัทจดทะเบียนที่มีการเปิดเผยคะแนน ESG (ESG Disclosure Score) ตามฐานข้อมูล Bloomberg และเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงินและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1 หรือ 56-1 One Report) การวิเคราะห์ใช้วิธีถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับผลกระทบของตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า ค่าตอบแทนกรรมการบริหารและค่าตอบแทนผู้บริหารมีผลกระทบในทางบวกต่อมูลค่ากิจการ แต่ไม่พบผลกระทบจากค่าตอบแทนกรรมการอิสระ นอกจากนี้ พบว่าการเปิดเผยข้อมูล ESG มีผลกระทบในทางบวกต่อมูลค่ากิจการ และยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับซึ่งช่วยเพิ่มผลกระทบของค่าตอบแทนกรรมการอิสระ

คำสำคัญ : ค่าตอบแทน สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) มูลค่ากิจการ

^{1,2} นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

^{1,2} Ph.D. (Accountancy), Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

^{3,5} ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

^{3,5} Assistant Professor, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

⁴ Assistant Professor, Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

*Corresponding author : aranphong@rmutl.ac.th

Abstract

Appropriate compensation for the board of directors and executives, in an era where Environmental, Social, and Governance (ESG) factors are a key concern for stakeholders, serves as a crucial mechanism for attracting and retaining talent with relevant knowledge and skills to enhance firm value. This study examines the impact of environmental, social, and governance (ESG) factors on the relationship between executive compensation and firm value for companies listed on the Stock Exchange of Thailand. Using secondary data from 2021 to 2023, the sample consists of 221 firm-year observations of publicly listed companies with ESG Disclosure Scores available from the Bloomberg database. Additional financial and annual report data (56-1 or 56-1 One Report) were also collected. Multiple regression analysis was used to test the hypotheses regarding variable impacts. The results reveal that executive director compensation and management compensation positively influence firm value, while no significant effect was found for independent director compensation. Furthermore, ESG disclosure positively impacts firm value and acts as a moderating variable, enhancing the effect of independent director compensation.

Keywords : Compensation, Environmental, Social, and Governance (ESG), Firm Value

1. บทนำ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แนวคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ได้กลายเป็นหัวใจสำคัญในกระบวนการดำเนินธุรกิจทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental, Social, and Governance: ESG) เข้ากับกระบวนการบริหารจัดการภายในองค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว สร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตลาดทุนไทยในเวทีโลก หลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนแนวโน้มดังกล่าวปรากฏชัดในมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับในกลุ่มหุ้นยั่งยืน (SET ESG Ratings) ซึ่งมีมูลค่ารวมกว่า 11.8 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 70 ของมูลค่าตลาดรวมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ณ วันที่ 15 กรกฎาคม 2567 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567) สะท้อนให้เห็นว่า ESG มิใช่เพียงกระแส แต่เป็นแนวทางที่สามารถผลักดันผลประโยชน์และคุณค่าของกิจการได้อย่างเป็นรูปธรรม

ในระดับสากล ความเคลื่อนไหวและการดำเนินการด้าน ESG ได้รับการผลักดันอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างที่ชัดเจนได้แก่กลไกการปรับคาร์บอนก่อนเข้าพรมแดนของสหภาพยุโรป (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 ซึ่งกลไกดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อบริษัทผู้ส่งออกในประเทศไทย โดยทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นและเผชิญกับข้อจำกัดทางการค้า นอกจากนี้ จากรายงานของ Bloomberg คาดการณ์ว่าสินทรัพย์ด้าน ESG ของบริษัทในสหรัฐอเมริกาจะมีมูลค่าสูงถึง 53 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2568 เนื่องจากนักลงทุนให้ความเชื่อมั่นว่าบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูล ESG อย่างโปร่งใสและเป็นระบบจะสามารถบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567)

นอกจากการสร้างค่านาเชื่อถือ ESG ยังได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่ากิจการในเชิงบวก จากผลการศึกษาหลายฉบับที่ยืนยันว่า บริษัทที่มีผลการดำเนินงานด้าน ESG ในระดับสูง มักมีมูลค่ากิจการสูงกว่าคู่แข่ง (Delvina & Hidayah, 2023; Perdana et al., 2023; Seok et al., 2024) ทั้งนี้ แนวคิดด้าน ESG จึงมิได้เป็นเพียงประเด็นด้านจริยธรรม แต่ยังเป็นกลยุทธ์เชิงธุรกิจที่สามารถส่งเสริมความสามารถในการสร้างกำไร การแข่งขัน ความอยู่รอด และความยั่งยืนของกิจการในระยะยาว (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567)

เพื่อรับมือกับความท้าทายที่เกิดจาก ESG บริษัทต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อ ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) และพัฒนาแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสและลดผลกระทบด้านลบต่อองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับของผู้บริหารและคณะกรรมการ ควรมีบทบาทสำคัญในการบูรณาการ ESG เข้าสู่ กลยุทธ์หลักขององค์กร และกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถประเมินผลและสร้างคุณค่าทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงจะสามารถผลักดันให้เกิดการรายงานด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพและตรวจสอบได้ (วิไลพร ทวีลาภพันทอง, 2563)

ในขณะเดียวกัน ความท้าทายที่ผู้บริหารและคณะกรรมการต้องเผชิญในการผลักดันนโยบาย ESG ยังเชื่อมโยงกับประเด็นด้านค่าตอบแทนผู้บริหาร (Executive Compensation) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการจูงใจผู้บริหารให้ดำเนินกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งดึงดูดและรักษาผู้บริหารที่มีศักยภาพ ภายใต้ทฤษฎีสัญญาที่เหมาะสม (Optimal Contracting Theory) ระบุว่า ค่าตอบแทนผู้บริหารควรสะท้อนถึงผลการดำเนินงานจริงของกิจการ และสัมพันธ์กับระดับความรับผิดชอบ ทักษะ และความซับซ้อนของตำแหน่งงานโดยเฉพาะในบริษัทที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงและต้องเผชิญกับความเสี่ยงมาก

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหารกับมูลค่ากิจการ ผลการศึกษาส่วนใหญ่พบว่า ค่าตอบแทนผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่ากิจการ (Haque & Ntim, 2020; Sanpakdee & Onwimon, 2021) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยบางชิ้นกลับไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจน หรือแม้แต่พบความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (Harymawan et al., 2020; Pucheta & Gallego, 2020) ความแตกต่างของผลการศึกษาดังกล่าว อาจเกิดจากความแตกต่างของช่วงเวลาการศึกษา บริบททางเศรษฐกิจ หรือปัจจัยภายในของแต่ละกิจการที่ไม่เหมือนกัน

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า ระดับของ ESG อาจมีบทบาทในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหารกับมูลค่ากิจการ กล่าวคือ ในกรณีที่บริษัทมีระดับ ESG สูง นักลงทุนอาจมองว่าค่าตอบแทนที่ผู้บริหารได้รับนั้นเหมาะสมและชอบธรรม เนื่องจากสะท้อนถึงการบริหารจัดการที่โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับผลประโยชน์ทับซ้อน หรือการเอื้อประโยชน์ส่วนตน (García-Sánchez & García-Meca, 2018; Kim et al., 2012) ในทางกลับกัน หากบริษัทมีระดับ ESG ต่ำ ค่าตอบแทนดังกล่าวอาจถูกมองว่าไม่สอดคล้องกับผลประโยชน์เป็นการเอื้อประโยชน์ส่วนตน และบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและส่งผลกระทบต่อการรับรู้คุณค่าของกิจการ (Jizi et al., 2014)

จากแนวคิดและข้อสังเกตข้างต้น จึงนำไปสู่คำถามวิจัยที่ว่าผลการดำเนินงานด้าน ESG มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหารและมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือไม่ โดยผลการศึกษาในครั้งนี้มุ่งหวังที่จะสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนในประเด็นดังกล่าว เสริมสร้างกลไกค่าตอบแทนให้มีประสิทธิภาพ และผลักดันให้เกิดมูลค่ากิจการอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อนักลงทุน ผู้กำหนดนโยบายและผู้มีส่วนได้เสียในการใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มโอกาสในการสร้างผลตอบแทน และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาผ่านการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วยหลักการ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจาก ตำรา เอกสาร วารสาร บทความวิชาการ รวมถึงงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ได้แก่

ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) กล่าวถึงความสัมพันธ์ของการเป็นตัวแทนว่าเป็นสัญญาระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย โดยฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ตัวการ (Principal) หรือเจ้าของกิจการ และอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าตัวแทน (Agent) หรือผู้บริหารกิจการ โดยตัวการจะมอบอำนาจในการตัดสินใจบริหารกิจการของพวกเขาให้แก่ตัวแทน โดยเป้าประสงค์ในความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายนี้ คือ การสร้างอรรถประโยชน์สูงสุดให้แก่ตน (Jensen & Meckling, 1976) ความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ซึ่งกันและกันจึงเกิดขึ้น โดยที่ผู้บริหารกิจการจะสร้างอรรถประโยชน์สูงสุดให้กับตัวเอง โดยไม่คำนึงถึงว่าการกระทำเช่นนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์หรือความมั่งคั่งสูงสุดแก่ตัวผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือไม่ การมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน ค่าตอบแทนผู้บริหารจึงควรออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับผลประโยชน์ของเจ้าของกิจการ

ทฤษฎีผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ (Stewardship Theory) ทฤษฎีผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ (Stewardship Theory) โดย Donaldson and Davis (1991) ทฤษฎีผู้พิทักษ์ผลประโยชน์มีแนวคิดที่ผู้บริหารที่ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนจะทำหน้าที่เป็น “ผู้พิทักษ์” (Steward) เพื่อรักษาผลประโยชน์ขององค์กรมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว ซึ่งการกระทำดังกล่าว จะก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และจะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีเป้าหมายในการสร้างคุณค่าระยะยาว มากกว่าการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว

ทฤษฎีสัญญาที่เหมาะสม (Optimal Contracting Theory) เป็นแนวคิดในด้านเศรษฐศาสตร์และการเงิน ที่มุ่งเน้นการออกแบบสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น (Principal) และผู้บริหาร (Agent) เพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริหารจะดำเนินการตามผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น ลดปัญหาความขัดแย้งผลประโยชน์ (Jensen & Meckling, 1976) โดยเน้นการสร้างแรงจูงใจ (Incentive Alignment) และการแบ่งความเสี่ยง (Risk Sharing) เพื่อควบคุมพฤติกรรมของผู้บริหาร (Holmstrom, 1979) โดยการออกแบบโครงสร้างค่าตอบแทนที่เหมาะสมสามารถกระตุ้นให้ผู้บริหารดำเนินการในแนวทางที่เพิ่มมูลค่ากิจการ และอาจรวมถึงการดำเนินการด้าน ESG

แนวคิดเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล หรือ ESG ย่อมาจาก Environmental (สิ่งแวดล้อม) Social (สังคม) และ Governance (การกำกับดูแล) ในมิติด้านสิ่งแวดล้อมจะพิจารณาการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ ด้านสังคมจะพิจารณาการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ความเป็นอยู่ของสังคมทั้งภายในและนอกบริษัท และด้านหลักธรรมาภิบาล จะพิจารณาด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีแนวทางบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน ต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยมี ESG Rating เป็นเครื่องมือวัดการดำเนินงานด้านคุณภาพในเรื่อง ESG ของแต่ละบริษัท ที่นักลงทุนใช้เปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจลงทุนในหุ้นที่คำนึงถึง ESG อาทิ พืชเรตติ้ง ได้จัดอันดับองค์กรในด้าน ESG โดยมีระดับ 1-5 โดย ระดับ 1 จะหมายถึงมี ESG Rating ที่สูงที่สุด โดยมีการระบุระดับคะแนน 0-100 เพื่อให้ให้นักลงทุนสามารถนำข้อมูลมาใช้พิจารณาเชิงปริมาณได้ละเอียดมากขึ้น

มูลค่าของกิจการ (Firm value)

วรรณกรรมและงานวิจัยในอดีตได้เสนอแนวทางที่หลากหลายในการวัดมูลค่ากิจการ ซึ่งถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยตัวชี้วัดที่นิยมใช้กัน อาทิ Tobin's Q, Economic Value Added (EVA), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Cost of Equity (COE), Cost of Debt (COD), Weighted Average Cost of Capital (WACC) และ Earnings per Share (EPS) ซึ่งแต่ละตัวแปรสะท้อนมุมมองที่ต่างกัน ทั้งด้านการดำเนินงาน การเงิน และมูลค่าตลาด (Bharadwaj & Goswami, 2023; Chairani & Siregar, 2021; Delvina & Hidayah, 2023; Ernst & Woithe, 2024; Faisal et al., 2021; Fernandes et al., 2024; Fuadah et al., 2022; Haque & Ntim, 2020; Harymawan et al., 2020; Karina et al., 2023; Kumar & Agrawal, 2024; Kwintana & Hanggraeni, 2023; Rosalia & Prihandini, 2024; Sanpakdee & Onwimon, 2021; Terdpaopong et al., 2024)

ในบริบทของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบผู้บริหารและมูลค่ากิจการนั้น งานวิจัยจำนวนมากได้ใช้ Tobin's Q เป็นตัวแทนของมูลค่ากิจการ เช่น Harymawan et al. (2020), Haque and Ntim (2020), และ Sanpakdee and Onwimon (2021) เนื่องจาก Tobin's Q มีคุณลักษณะที่โดดเด่นคือการผสมผสานข้อมูลจากทั้งตลาดการเงินและข้อมูลบัญชีเข้าด้วยกัน ซึ่งสามารถลดข้อจำกัดของการพึ่งพาข้อมูลทางบัญชีล้วน ๆ ที่อาจลำเอียงหรือถูกควบคุมโดยการบริหารกำไรได้ (Chung & Pruitt, 1994) แนวคิดของ Tobin's Q ถูกเสนอครั้งแรกโดย James Tobin ซึ่งนิยาม Tobin's Q เป็นอัตราส่วนระหว่าง มูลค่าตลาดของสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัท กับมูลค่าทดแทนสินทรัพย์เหล่านั้น โดยหาก Tobin's Q มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าบริษัทมีมูลค่าตลาดสูงกว่ามูลค่าทดแทน หมายความว่านักลงทุนคาดหวังว่าบริษัทจะสามารถสร้างผลตอบแทนได้ดีในอนาคต

Chung and Pruitt (1994) ได้เสนอสูตรที่ง่ายและเป็นที่ยอมรับในการคำนวณ Tobin's Q โดยใช้ข้อมูลจากงบการเงิน โดยคำนวณมูลค่าทางการตลาดของบริษัทจากผลรวมมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ มูลค่าทางการตลาดของหุ้นบุริมสิทธิ และมูลค่าทางการตลาดของหนี้สิน และหารด้วยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ Tobin's Q เป็นตัวแทนในการวัดมูลค่ากิจการ เนื่องจากสะท้อนภาพรวมของมูลค่าตลาดที่นักลงทุนประเมินต่อความสามารถในการสร้างผลตอบแทนของบริษัท โดยเฉพาะในบริบทของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของคำตอบแทนต่อมูลค่ากิจการ

คำตอบแทนผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงกลไกการกำกับดูแลภายในองค์กร โดยเฉพาะในด้านการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริหารดำเนินกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตพบว่าผลกระทบของคำตอบแทนผู้บริหารต่อมูลค่ากิจการยังคงเป็นประเด็นที่มีความเห็นต่างกัน ตัวอย่างเช่น Haque and Ntim (2020), Sanpakdee and Onwimon (2021) ระบุว่าคำตอบแทนมีผลเชิงบวกที่มีนัยสำคัญต่อมูลค่ากิจการ ในขณะที่ Harymawan et al. (2020) กลับไม่พบผลกระทบที่มีนัยสำคัญในประเด็นดังกล่าว ยิ่งไปกว่านั้น งานวิจัยในช่วงปี 2021-2022 ยังแสดงถึงความไม่สอดคล้องกันของผลลัพธ์ โดยบางงานวิจัย เช่น Ritthidach et al. (2021) รายงานความสัมพันธ์เชิงบวก ขณะที่งานอื่น อรุณี ยศบุตร (2021), Liew et al. (2022), Rahayu et al. (2022) ไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว ล่าสุดการศึกษาในปี 2024 เช่น Grey et al. (2024), และ Özer et al. (2024) พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคำตอบแทนและมูลค่ากิจการ ดังนั้น จากผลการศึกษาในอดีตจึงสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : คำตอบแทนกรรมการบริหาร มีผลกระทบในทิศทางบวกต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 : คำตอบแทนกรรมการอิสระ มีผลกระทบในทิศทางบวกต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 : คำตอบแทนผู้บริหาร มีผลกระทบในทิศทางบวกต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ต่อมูลค่ากิจการ

การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งส่งผลต่อมูลค่ากิจการ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ESG และมูลค่ากิจการที่หลากหลาย ทั้งในเชิงบวก เชิงลบ และไม่มีความสัมพันธ์อย่างชัดเจน Zhang et al. (2020) พบว่าการเปิดเผยข้อมูล ESG มีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ Abdi et al. (2022) และ Aydogmus et al. (2022) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง ESG กับมูลค่ากิจการมีทั้งเชิงบวกและไม่มีนัยสำคัญ Delvina and Hidayah (2023) Perdana et al. (2023), Stiadi (2023) ยืนยันว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวยังคงมีทั้งในเชิงบวกและลบ โดยผลลัพธ์ยังคงมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สอดคล้องกับผลการศึกษาในปี 2020 ผลการศึกษาในปีล่าสุดยังคงแสดงความสัมพันธ์ที่หลากหลาย Seok et al. (2024) พบว่าการเปิดเผยข้อมูล ESG มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่ากิจการ Fernandes et al. (2024) พบผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่ากิจการ Bahadir and Akarsu (2024), Rastogi et al. (2024) ไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่าง ESG และมูลค่ากิจการ ผลการศึกษาในอดีตที่หลากหลายนี้สะท้อนถึงความซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่าง ESG และมูลค่ากิจการ ดังนั้น จากผลการศึกษาในอดีตจึงสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 : การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแลกิจการ มีผลกระทบในทิศทางบวกต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นอกจากนี้แล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ค่าตอบแทน และมูลค่ากิจการ กำหนดสมมติฐานได้ดังนี้

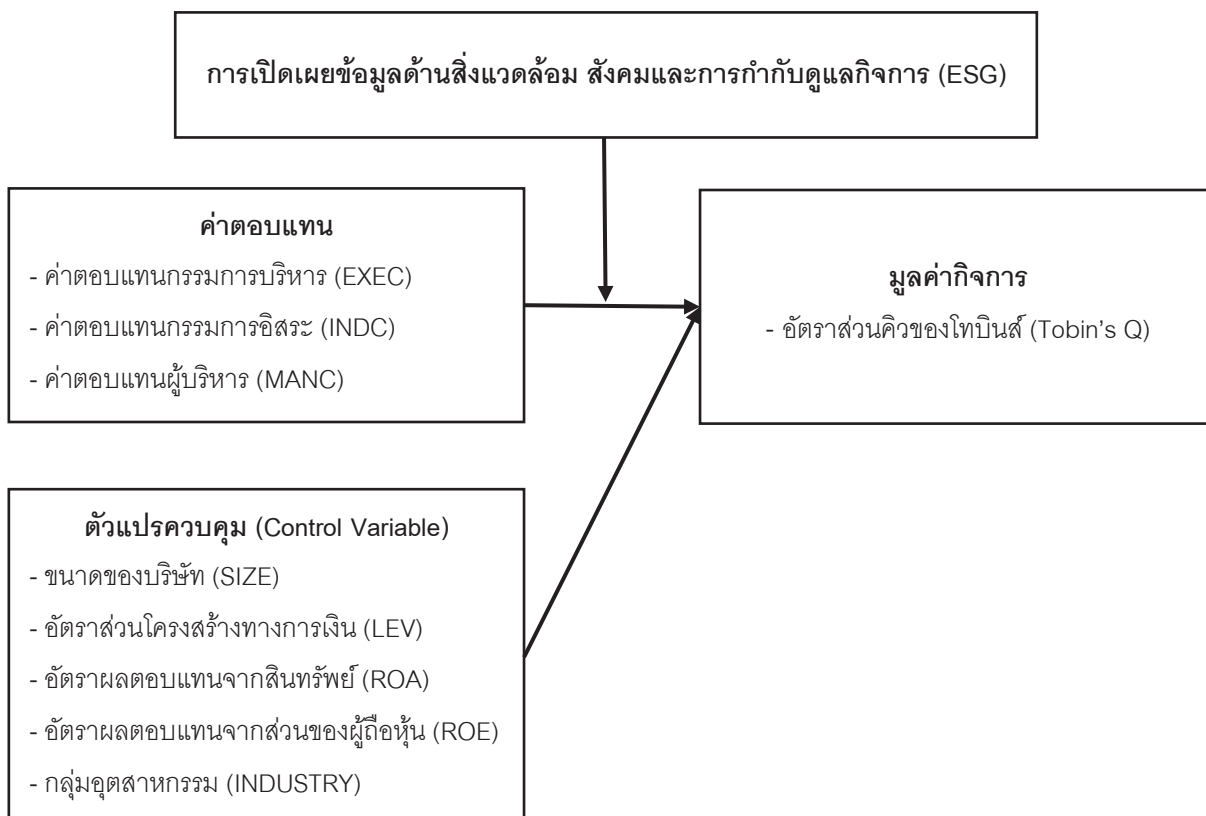
สมมติฐานที่ 5 : ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล มีผลกระทบในทิศทางบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกรรมการบริหารกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 6 : ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล มีผลกระทบในทิศทางบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกรรมการอิสระกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 7 : ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลมีผลกระทบในทิศทางบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหารกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวน แนวคิด ทฤษฎี รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อศึกษาผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ดังนี้



รูปภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยอ้างอิงข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รายงาน ณ วันที่ 13 สิงหาคม 2567 โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 405 จำนวนข้อมูลรายปี (Firm Year) การคัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ 1) ไม่รวมบริษัทจดทะเบียนกลุ่มตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ 2) ไม่รวมบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในอุตสาหกรรมการเงิน ได้แก่ ธนาคาร เงินทุนและหลักทรัพย์ ประกันภัยและประกันชีวิต เนื่องจากลักษณะการประกอบธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และหลักเกณฑ์อื่น ๆ มีความแตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น อาจส่งผลให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนได้ 3) ไม่รวมบริษัทที่ไม่มีการรายงานคะแนน ESG จากฐานข้อมูล Bloomberg 4) ไม่รวมบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน 5) ไม่รวมข้อมูลที่มีค่าผิดปกติ (Outliner) ในการตรวจสอบค่าผิดปกติ ผู้วิจัยใช้กราฟ Boxplot เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง โดยตัดข้อมูลที่แสดงลักษณะเบี่ยงเบนอย่างชัดเจนจากค่ากลางของกลุ่ม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความแม่นยำของการวิเคราะห์ แนวทางนี้สอดคล้องกับหลักการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจที่นิยมใช้ในงานวิจัยด้านบัญชี (Hair et al., 2019; Tukey, 1977) จากการคัดเลือกตามเกณฑ์ข้างต้น ส่งผลให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 221 จำนวนข้อมูลรายปี แสดงรายละเอียดดังตาราง 1 และตาราง 2

ตาราง 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างข้อมูลรายปีที่ใช้ในการวิจัย

บริษัท	2564	2565	2566	รวม
บริษัทที่มีคะแนน ESG ตามฐานข้อมูล Bloomberg	129	139	137	405
หัก บริษัทในตลาด MAI	1	1	1	3
หัก ธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน	18	22	22	62
หัก บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน	9	9	8	26
หัก ข้อมูลที่มีค่าผิดปกติ (Outliner)	29	32	32	93
จำนวนข้อมูลรายปี (Firm Year)	72	75	74	221

ตาราง 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	2564		2565		2566	
	ความถี่	%	ความถี่	%	ความถี่	%
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (AGRO)	4	5.56	4	5.33	5	6.76
เทคโนโลยี (TECH)	1	1.39	5	6.67	4	5.41
ทรัพยากร (RESOURC)	22	30.56	21	28.00	19	25.68
บริการ (SERVICE)	18	25.00	18	24.00	18	24.32
สินค้าอุตสาหกรรม (INDUS)	5	6.94	5	6.67	6	8.11
สินค้าอุปโภคบริโภค (CONSUMP)	1	1.39	1	1.33	-	-
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON)	21	29.16	21	28.00	22	29.72
จำนวนข้อมูลตามกลุ่มอุตสาหกรรม	72	100	75	100	74	100

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งตามประเภทตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ค่าตอบแทน ประกอบด้วย ค่าตอบแทนกรรมการบริหาร (EXEC) ค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (INDC) และค่าตอบแทนกรรมการ (MANC)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ มูลค่ากิจการ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ อัตราส่วนคิวกของโทบินส์ (Tobin's Q)

ตัวแปรกำกับ (Moderating Variable) คือ คะแนนการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG)

ตัวแปรควบคุม (Control Variable) ได้แก่ ขนาดของบริษัท (SIZE) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (LEV) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และกลุ่มอุตสาหกรรม (INDUSTRY) เช่นเดียวกับงานวิจัยในอดีต (อรุณี ยศบุตร, 2021; Anh et al., 2024; Aydogmus et al., 2022; Bahadır & Akarsu, 2024; Delvina & Hidayah, 2023; Fuadah et al., 2022; Kartal et al., 2024; Perdana et al., 2023; Piccioni et al., 2024; Rastogi et al., 2024; Ritthidach et al., 2021; Zhang et al., 2020) ที่ผู้วิจัยคาดว่าตัวแปรดังกล่าวจะมีผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการ

สมการทดสอบสมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย สำหรับทดสอบสมมติฐานที่ 1-3

$$\text{Tobin's } Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{EXEC}_{it} + \beta_2 \text{INDC}_{it} + \beta_3 \text{MANC}_{it} + \beta_4 \text{ESG}_{it} + \beta_5 \text{SIZE}_{it} + \beta_6 \text{LEV}_{it} + \beta_7 \text{ROA}_{it} + \beta_8 \text{ROE}_{it} + \beta_9 \text{INDUSTRY}_{it} + \epsilon_{it} \quad (1)$$

สมการ (1) ได้พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยของ Grey et al. (2024) และ Rahayu et al. (2022) ซึ่งได้ศึกษาผลกระทบของค่าตอบแทนผู้บริหารต่อมูลค่ากิจการ

สมการทดสอบสมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย สำหรับทดสอบสมมติฐานที่ 4

$$\text{Tobin's } Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{ESG}_{it} + \beta_2 \text{SIZE}_{it} + \beta_3 \text{LEV}_{it} + \beta_4 \text{ROA}_{it} + \beta_5 \text{ROE}_{it} + \beta_6 \text{INDUSTRY}_{it} + \epsilon_{it} \quad (2)$$

สมการ (2) ได้พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยของ Perdana et al. (2023) และ Seok et al. (2024) ซึ่งได้ศึกษาว่า ESG มีผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัทอย่างไร

สมการทดสอบสมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย สำหรับทดสอบสมมติฐานที่ 5-7

$$\text{Tobin's } Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{EXEC}_{it} + \beta_2 \text{INDC}_{it} + \beta_3 \text{MANC}_{it} + \beta_4 \text{ESG}_{it} + \beta_5 \text{EXEC}_{it} * \text{ESG}_{it} + \beta_6 \text{INDC}_{it} * \text{ESG}_{it} + \beta_7 \text{MANC}_{it} * \text{ESG}_{it} + \beta_8 \text{SIZE}_{it} + \beta_9 \text{LEV}_{it} + \beta_{10} \text{ROA}_{it} + \beta_{11} \text{ROE}_{it} + \beta_{12} \text{INDUSTRY}_{it} + \epsilon_{it} \quad (3)$$

สมการ (3) ได้พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยของ Haque and Ntim (2020), Zhang et al. (2020) ซึ่งได้ศึกษาในมุมมองที่ตัวแปรมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

โดยที่

Tobin's Q_{it} = ราคาค่าจาก (มูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิ+หนี้สินรวม)/สินทรัพย์รวม

EXEC_{it} = ราคาค่าจากผลรวมของค่าตอบแทนที่จ่ายให้กับคณะกรรมการบริหาร

INDC_{it} = ราคาค่าจากผลรวมของค่าตอบแทนที่จ่ายให้กับคณะกรรมการอิสระ

MANC_{it} = ราคาค่าจากผลรวมของค่าตอบแทนที่จ่ายให้กับผู้บริหาร

ESG_{it} = คะแนนการเปิดเผยข้อมูลรวม ESG (ESG Disclosure Score) ใช้คะแนนการเปิดเผยข้อมูล

ESG โดยรวมของบริษัทแต่ละแห่งตามที่เปิดเผยโดยฐานข้อมูล Bloomberg

SIZE_{it} = ขนาดของบริษัทวัดจากลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม

LEV_{it} = ราคาค่าจากหนี้สินรวม/สินทรัพย์รวม

ROA_{it} = วัดค่าจากกำไรสุทธิ/สินทรัพย์รวม

ROE_{it} = วัดค่าจากกำไรสุทธิ/ส่วนของผู้ถือหุ้น

INDUSTRY = เป็นตัวแปรหุ่น ประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งหมด 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มเกษตรและ

อุตสาหกรรมอาหาร (AGRO) กลุ่มของเทคโนโลยี (TECH) กลุ่มทรัพยากร (RESOURC) กลุ่มบริการ (SERVICE) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม (INDUS) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค (CONSUMP) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON) เช่น INDUSTRY1 กำหนดโดยให้ค่า 1 ถ้าเป็นข้อมูลกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (AGRO) และเป็น 0 ถ้าเป็นกลุ่มอื่น เป็นต้น

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลที่มีการเผยแพร่สาธารณะจากเว็บไซต์ และฐานข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ฐานข้อมูล SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี แบบ 56-1 หรือ 56-1 One Report และเก็บข้อมูลคะแนนการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG Disclosure Scores) จากฐานข้อมูล Bloomberg (Bloomberg ESG: BESG) ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2566 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่สะท้อนถึงบริบทของการดำเนินธุรกิจและแนวโน้ม ESG ที่เข้มข้นและเป็นปัจจุบัน อีกทั้งเป็นช่วงที่ข้อมูลมีความครบถ้วนและสม่ำเสมอในแหล่งข้อมูลหลัก การใช้ข้อมูลหลายปีช่วยเพิ่มจำนวนจุดข้อมูล (firm-year observations) ให้เพียงพอต่อการวิเคราะห์ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และยังสามารถควบคุมคุณภาพข้อมูลได้ภายใต้ข้อจำกัดของระยะเวลาและความพร้อมของข้อมูล (Chen & Wang, 2022; Shang et al., 2023; Wooldridge, 2013)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการคำนวณทางสถิติโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ของตัวแปรต่าง ๆ โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) สำหรับตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ค่าตอบแทนกรรมการบริหาร (EXEC) ค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (INDC) ค่าตอบแทนผู้บริหาร (MANC) ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรด้านค่าตอบแทนมีการกระจายตัวค่อนข้างสูงและเบี่ยงเบนจากค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจส่งผลให้ความแม่นยำในการประมาณค่าลดลง และทำให้การสรุปผลเชิงสถิติขาดความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่มีขนาดต่างกัน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเทียบเคียงกันได้ระหว่างบริษัท ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับขนาดข้อมูลค่าตอบแทนทั้ง 3 ประเภท โดยการหารด้วยสินทรัพย์รวม (Total Assets) ของแต่ละบริษัท ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการยอมรับในงานวิจัยด้านการบัญชีและการเงิน เช่น Brick et al. (2006), Chen and Wang (2022) และ Core et al. (2003) ที่ใช้การปรับขนาดค่าตัวแปรทางการเงินด้วยสินทรัพย์รวมเพื่อควบคุมอิทธิพลของขนาดบริษัทที่อาจกระทบต่อผลการวิเคราะห์ จากนั้นจึงกำหนดตัวย่อของตัวแปรหลังการปรับค่า โดยใช้คำว่า “SC” (Scaled) นำหน้าค่าตอบแทนประเภทต่าง ๆ

3.4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statics) การวิจัยครั้งนี้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้ โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ในการศึกษาผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลลัพธ์การวิจัย

4.1.1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตัวแปร	Mean	Median	SD	Minimum	Maximum	Skewness	Kurtosis
Tobin's Q (เท่า)	1.3257	1.1212	0.5678	0.5817	3.5940	1.6451	2.6881
SC_EXEC	0.0002	0.0001	0.0002	0.0000	0.0012	2.5329	8.3647
SC_INDC	0.0002	0.0001	0.0002	0.0000	0.0010	2.3131	6.8115
SC_MANC	0.0018	0.0013	0.0020	0.0000	0.0126	2.8092	9.8178
ESG (คะแนน)	55.2980	55.6400	12.1132	32.2400	80.9500	0.1286	-0.8472
LOGSIZE (เท่า)	7.8515	7.8195	0.5808	6.6388	9.5335	0.3428	-0.3774
LEV (เท่า)	0.5308	0.5498	0.1572	0.1405	0.9304	-0.4461	-0.3931
ROA (%)	5.2343	4.7127	5.3892	-23.5668	19.2797	-0.8105	5.0303
ROE (%)	7.4995	5.4748	10.1463	-35.7874	62.0315	1.1679	6.7500

จากตาราง 3 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ของตัวแปรหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ พบว่า อัตราส่วนคิวของโทบินส์ (Tobin's Q) มีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 1.3257 และค่ามัธยฐาน (Median) เท่ากับ 1.1212 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.5678 ค่าต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ 0.5817 ค่าสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 3.5940 ค่าความเบ้ (Skewness) เท่ากับ 1.6451 และค่าความโด่ง (Kurtosis) เท่ากับ 2.6881

สำหรับการวิเคราะห์ครั้งนี้ได้ทำการปรับตัวแปรค่าตอบแทนโดยการหารด้วย Total Assets ของบริษัท เพื่อให้ได้สัดส่วนค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับขนาดของบริษัท (Scaled Executive Compensation) อีกทั้งเพื่อช่วยในการเปรียบเทียบค่าตอบแทนของผู้บริหารระหว่างบริษัทต่าง ๆ ที่มีขนาดสินทรัพย์รวมต่างกัน ข้อมูลที่ได้เป็นค่าเฉลี่ยของค่าตอบแทนที่ปรับด้วย Total Assets ค่าตอบแทนกรรมการบริหาร (SC_EXEC) ค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (SC_INDC) และค่าตอบแทนผู้บริหาร (SC_MANC) มีค่าเป็นบวก โดยค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ (0.0002, 0.0002 และ 0.0018 ตามลำดับ) ค่า Skewness (2.5329, 2.3131, และ 2.8092 ตามลำดับ) และค่า Kurtosis (8.3647, 6.8115 และ 9.8178 ตามลำดับ) ซึ่งไม่เบ้และโด่งผิดปกติ ตามแนวคิดของ West et al.,1995 ที่กำหนดไว้ว่าค่า Skewness ไม่ควรเกิน ±3 และค่า Kurtosis ไม่ควรเกิน ±10

การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแล (ESG) มีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 55.2980 และค่ามัธยฐาน (Median) เท่ากับ 55.6400 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลกระจายตัวใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ย โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 12.1132 ค่าต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ 32.2400 ค่าสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 80.9500 ค่า Skewness เท่ากับ 0.1286 และค่า Kurtosis เท่ากับ -0.8472

การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐานซึ่งก่อนการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) โดยพิจารณาตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันจากค่า Tolerance ที่ไม่ต่ำกว่า 0.10 และ VIF ไม่เกิน 10 (Hair et al., 2019) พบว่า สมการที่ 1 แสดงค่า Tolerance ระหว่าง 0.557 – 0.929 และค่า VIF ระหว่าง 1.08 – 1.80 ดังตาราง 5 สมการที่ 2 แสดงค่า Tolerance ระหว่าง 0.714 – 0.947 และค่า VIF ระหว่าง 1.06 – 1.40 ดังตาราง 6

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้สถิติ Pearson Correlation เพื่อยืนยันว่าไม่มีตัวแปรอิสระตัวแปรใดมีความสัมพันธ์กันเอง อันจะก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ตัวแปรกำกับและตัวแปรควบคุม

ตัวแปร	SC_EXEC	SC_INDC	SC_MANC	ESG	LOGSIZE	LEV	ROA	ROE	INDUSTRY
SC_EXEC	—								
SC_INDC	0.644***	—							
SC_MANC	0.431***	0.559***	—						
ESG	-0.167*	-0.202**	-0.271***	—					
LOGSIZE	-0.476***	-0.598***	-0.632***	0.567***	—				
LEV	-0.309***	-0.424***	-0.346***	0.088	0.362***	—			
ROA	0.154*	0.236***	0.161*	-0.210**	-0.184**	-0.244***	—		
ROE	0.075	0.094	0.03	0.078	-0.046	-0.228***	0.113	—	
INDUSTRY	-0.031	0.000	0.059	-0.263***	-0.063	-0.033	0.150*	-0.069	—

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 *** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากการวิเคราะห์ตาราง 4 ตารางสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ตัวแปรกำกับและตัวแปรควบคุม พบว่า ไม่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใดมีความสัมพันธ์เกิน 0.8 ซึ่งบ่งชี้ว่าไม่มีปัญหาของ Multicollinearity ระหว่างตัวแปร (Hair et al., 2019)

4.1.2 ผลการทดสอบข้อสมมติของสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตาราง 5 ผลการทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของค่าตอบแทนที่มีต่อมูลค่ากิจการ

ตัวแปร	B	SE	t	p	Tolerance	VIF
Intercept ^a	1.36035	0.71153	1.912	0.057		
SC_EXEC	941.01412***	244.82357	3.844	<.001	0.709	1.41
SC_INDC	-219.02866	316.05341	-0.693	0.489	0.613	1.63
SC_MANC	71.86028***	21.39645	3.359	<.001	0.720	1.39
ESG	0.00787*	0.00363	2.166	0.031	0.696	1.44
LOGSIZE	-0.0680	0.09487	-0.717	0.474	0.557	1.80
LEV	-0.34424	0.2389	-1.441	0.151	0.816	1.22
ROA	0.01627*	0.00635	2.563	0.011	0.896	1.12
ROE	-0.00465	0.00333	-1.398	0.164	0.908	1.10
INDUSTRY:					0.929	1.08
2 – 1	0.19872	0.21116	0.941	0.348		
3 – 1	-0.17958	0.15218	-1.180	0.239		
4 – 1	0.24786	0.15504	1.599	0.111		
5 – 1	-0.24863	0.17959	-1.384	0.168		
6 – 1	0.10142	0.36711	0.276	0.783		

ตาราง 5 ผลการทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของค่าตอบแทนที่มีต่อมูลค่ากิจการ (ต่อ)

ตัวแปร	B	SE	t	p	Tolerance	VIF
7 – 1	-0.18428	0.15134	-1.218	0.225		
R = 0.632		Adjusted R Square = 0.358		F = 9.78		
R Square = 0.399		Durbin-Watson = 1.88		Sig. =<0.001		

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 *** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากตาราง 6 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1-3 ได้ดังนี้

พบว่า ค่า Sig =<0.001 และมีค่า F-Statistic เท่ากับ 9.78 แสดงให้เห็นว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวมีผลกระทบกับมูลค่ากิจการ ค่า Adjusted R Square = 0.358 สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือ มูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ได้ร้อยละ 35.80 ส่วนที่เหลือร้อยละ 64.20 เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มาจากปัจจัยอื่น

ผลจากการศึกษาถึงผลกระทบของค่าตอบแทน พบว่า ค่าตอบแทนกรรมการบริหารและค่าตอบแทนผู้บริหารมีผลกระทบในทิศทางบวกต่อมูลค่ากิจการ โดยค่าตอบแทนกรรมการบริหารมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 941.01412 ค่า p-value <.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 อธิบายได้ว่าเมื่อค่าตอบแทนกรรมการบริหารเพิ่มขึ้น 1 พันบาท ส่งผลกระทบบต่อมูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น 941,014.12 บาท และค่าตอบแทนผู้บริหารมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 71.86028 ค่า p-value <.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 อธิบายได้ว่า เมื่อค่าตอบแทนผู้บริหารเพิ่มขึ้น 1 พันบาท ส่งผลกระทบบต่อมูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น 71,860.28 บาท แต่สำหรับค่าตอบแทนกรรมการอิสระ ไม่พบว่ามีผลกระทบกับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 ผลลัพธ์งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่านักลงทุนให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนกรรมการบริหารและค่าตอบแทนผู้บริหาร มากกว่าค่าตอบแทนกรรมการอิสระ

ตาราง 6 ผลการทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลที่มีต่อมูลค่ากิจการ

ตัวแปร	B	SE	t	p	Tolerance	VIF
Intercept ^a	3.65204***	0.51193	7.1338	<.001		
ESG	0.01141**	0.00379	3.0132	0.003	0.714	1.40
LOGSIZE	-0.34950***	0.07639	-4.5753	<.001	0.738	1.35
LEV	-0.55967*	0.25039	-2.2352	0.026	0.832	1.20
ROA	0.01772**	0.00668	2.6532	0.009	0.910	1.10
ROE	-0.00405	0.00355	-1.1432	0.254	0.910	1.10
INDUSTRY:					0.947	1.06
2 – 1	0.14705	0.22066	0.6664	0.506		
3 – 1	-0.10448	0.15472	-0.6753	0.500		
4 – 1	0.38531*	0.16022	2.4050	0.017		
5 – 1	-0.22489	0.19156	-1.1740	0.242		
6 – 1	0.02010	0.38451	0.0523	0.958		
7 – 1	-0.12714	0.15817	-0.8038	0.422		

ตาราง 6 ผลการทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลที่มีต่อมูลค่ากิจการ (ต่อ)

ตัวแปร	B	SE	t	p	Tolerance	VIF
R = 0.552			Adjusted R Square = 0.268		F = 8.32	
R Square = 0.305			Durbin-Watson = 1.93		Sig. =<0.001	

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 *** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากตาราง 6 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ได้ดังนี้

พบว่า ค่า Sig =<0.001 และมีค่า F-Statistic เท่ากับ 8.32 แสดงให้เห็นว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัว มีผลกระทบกับมูลค่ากิจการ ค่า Adjusted R Square = 0.268 สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือ มูลค่ากิจการ ได้ร้อยละ 26.80 ส่วนที่เหลือร้อยละ 73.20 เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มาจากปัจจัยอื่น

ผลจากการศึกษาผลกระทบของการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ที่มีต่อมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า มีผลกระทบใน ทิศทางบวกต่อมูลค่ากิจการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.01141 ค่า p-value = 0.003 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 อธิบายได้ว่าเมื่อคะแนนการเปิดเผยการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) เพิ่มขึ้น 1 คะแนน ส่งผลกระทบท่อมมูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น 11.41 บาท จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ตาราง 7 ผลการทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการ

ตัวแปร	B	SE	t	p	Tolerance	VIF
Intercept ^a	1.72856*	0.7752	2.230	0.027		
M_SC_EXEC	1021.9973***	250.44816	4.081	<.001	0.684	1.46
M_SC_INDC	-95.74369	319.01813	-0.300	0.764	0.599	1.67
M_SC_MANC	72.29468***	21.69032	3.333	0.001	0.700	1.43
M_ESG	0.01162**	0.00384	3.022	0.003	0.649	1.54
M_SC_EXEC * M_ESG	-30.47274	28.20903	-1.080	0.281	0.486	2.06
M_SC_INDC * M_ESG	104.01471**	36.75191	2.830	0.005	0.444	2.25
M_SC_MANC * M_ESG	-3.13061	2.10539	-1.487	0.139	0.657	1.52
LOGSIZE	-0.03338	0.09903	-0.337	0.736	0.526	1.90
LEV	-0.26531	0.23733	-1.118	0.265	0.810	1.23
ROA	0.01552*	0.00631	2.461	0.015	0.890	1.12
ROE	-0.00364	0.00333	-1.091	0.277	0.894	1.12
INDUSTRY:					0.918	1.09
2 – 1	0.1464	0.2116	0.692	0.490		
3 – 1	-0.13467	0.15289	-0.881	0.379		
4 – 1	0.30949*	0.15568	1.988	0.048		
5 – 1	-0.20112	0.18011	-1.117	0.265		

ตาราง 7 ผลการทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการ (ต่อ)

ตัวแปร	B	SE	t	p	Tolerance	VIF
6 – 1	0.15417	0.36316	0.425	0.672		
7 – 1	-0.13388	0.15097	-0.887	0.376		
R = 0.651		Adjusted R Square = 0.376		F = 8.80		
R Square = 0.424		Durbin-Watson = 1.89		Sig. =<0.001		

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 *** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

สำหรับการทดสอบสมมติฐานตามสมการที่ 3 พบว่า ก่อนการปรับค่าด้วยวิธี Mean Centering ค่า VIF ของค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (SC_INDC) ซึ่งปฏิสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) มีค่าเท่ากับ 10.15 ซึ่งสูงเกินเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (VIF > 10) และบ่งชี้ถึงปัญหา Multicollinearity ที่อาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีปรับค่าด้วยเทคนิค Mean Centering เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว Mean Centering เป็นเทคนิคที่ใช้ในการเตรียมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่มีการสร้างตัวแปรปฏิสัมพันธ์ (Interaction Terms) ในการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) (Aiken & West, 1991; Frazier et al., 2004) การปรับค่า Mean Centering ช่วยลดความสัมพันธ์เชิงเส้นสูง (Multicollinearity) ระหว่างตัวแปรหลัก (Main Effects) และ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ ทำให้ค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลองมีความเสถียรและผลลัพธ์มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้การตีความผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ง่ายขึ้น (Dawson, 2014) ผลการวิเคราะห์ที่น่าเสนอในงานวิจัยนี้จึงเป็นค่าที่ได้หลังจากปรับค่าตัวแปรด้วยวิธี Mean Centering แล้ว ซึ่งช่วยลดปัญหา Multicollinearity และเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์ในแบบจำลองการถดถอย สำหรับความชัดเจนในการรายงานผลและการติดตามการวิเคราะห์ ตัวแปรที่ผ่านการปรับค่า Mean Centering แล้วจึงถูกกำหนดให้มีตัวย่อขึ้นต้นด้วยอักษร "M" ซึ่งหลังจากปรับค่าแล้ว ค่า Tolerance ระหว่าง 0.444 - 0.918 และค่า VIF ระหว่าง 1.09 - 2.25 และผลลัพธ์ที่สำคัญ (เช่น ค่าสัมประสิทธิ์หรือค่าการมีนัยสำคัญทางสถิติ) ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ

จากตาราง 7 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5-7 ได้ดังนี้

พบว่า ค่า Sig =<0.001 และมีค่า F-Statistic เท่ากับ 8.80 แสดงให้เห็นว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวมีผลกระทบกับมูลค่ากิจการ ค่า Adjusted R Square = 0.376 สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือ มูลค่ากิจการได้ร้อยละ 37.60 ส่วนที่เหลือร้อยละ 62.40 เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มาจากปัจจัยอื่น

ผลจากการศึกษาผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับผลของปฏิสัมพันธ์ (Interaction Effects) พบว่ามีเพียงปฏิสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (M_SC_INDC) และการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (M_ESG) เท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยส่งผลเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ ส่วนปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (M_ESG) กับค่าตอบแทนกรรมการบริหาร (M_SC_EXEC) และค่าตอบแทนผู้บริหาร (M_SC_MANC) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อมูลค่ากิจการ โดยแสดงรายละเอียด ดังนี้

M_SC_EXEC * M_ESG ค่า B = -30.47274, p = 0.281 แสดงว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกรรมการบริหาร (M_SC_EXEC) และการเปิดเผยข้อมูลของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (M_ESG) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p > 0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 5 หมายความว่าเมื่อการเปิดเผยข้อมูลของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (M_ESG) สูงขึ้น ไม่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกรรมการบริหาร (M_SC_EXEC) กับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q)

$M_SC_INDC * M_ESG$ ค่า $B = 104.01471$, $p = 0.005$ แสดงว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (M_SC_INDC) และการเปิดเผยข้อมูลของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (M_ESG) มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และมีค่าผลกระทบเชิงบวก จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6 หมายความว่า การเปิดเผยข้อมูลของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (M_ESG) สูงขึ้นจะเสริมความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (M_SC_INDC) กับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อธิบายได้ว่า เมื่อคะแนน ESG เพิ่มขึ้น 1 คะแนน และค่าตอบแทนคณะกรรมการอิสระเพิ่มขึ้น 1,000 บาท จะทำให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น 104,014.71 บาท

$M_SC_MANC * M_ESG$ ค่า $B = -3.13061$, $p = 0.139$ แสดงว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหาร (M_SC_MANC) และการเปิดเผยข้อมูลของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (M_ESG) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 7 ดังนั้นการเปิดเผยข้อมูลของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (M_ESG) จะไม่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหาร (M_SC_MANC) กับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q)

โดยสรุปสำหรับผลการวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกรรมการอิสระและการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อมูลค่ากิจการ ซึ่งบ่งชี้ว่าการเพิ่มค่าตอบแทนกรรมการอิสระ เมื่อการเปิดเผยข้อมูลของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล อยู่ในระดับสูง มีแนวโน้มส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน มีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับ โดยเพิ่มผลกระทบของค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (M_SC_INDC) เนื่องจากมีปฏิสัมพันธ์เชิงบวก และไม่มีผลกระทบที่มีนัยสำคัญกับค่าตอบแทนกรรมการบริหาร (M_SC_EXEC) และค่าตอบแทนผู้บริหาร (M_SC_MANC)

4.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการใช้สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ต่อความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ค่าตอบแทนกรรมการบริหารและค่าตอบแทนผู้บริหารมีผลเชิงบวกต่อมูลค่าของกิจการซึ่งสามารถอธิบายได้โดยแนวคิดของทั้งทฤษฎี Stewardship และ Optimal Contracting โดยที่ทฤษฎี Stewardship ระบุว่าค่าตอบแทนที่สูงและสอดคล้องกับผลลัพธ์ของกิจการสามารถกระตุ้นให้กรรมการบริหารหรือผู้บริหารมุ่งมั่นที่จะทำงานอย่างทุ่มเท เพื่อบรรลุเป้าหมายและสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น การให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมจึงเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความผูกพันและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการในระยะยาว นอกจากนี้สำหรับผู้บริหารแล้วในการกำหนดค่าตอบแทนที่จูงใจผู้บริหารในตำแหน่งสำคัญ เช่น CFO, COO หรือ CMO ก็เพื่อให้ดำเนินการตามเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ จะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่ากิจการในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ทฤษฎี Optimal Contracting ยังสนับสนุนแนวคิดของการออกแบบสัญญาค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น โดยมุ่งให้ค่าตอบแทนเชื่อมโยงกับเป้าหมายขององค์กรและผลตอบแทนระยะยาว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริหารทำงานอย่างเต็มที่และลดความเสี่ยงของพฤติกรรมแสวงหาประโยชน์ส่วนตน ในกรณีนี้ ค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับมูลค่าของกิจการจะส่งเสริมให้กรรมการบริหารรับบทบาทของตนในฐานะ "ผู้ดูแล" ขององค์กร โดยมุ่งมั่นบริหารกิจการให้ประสบความสำเร็จในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการสร้างมูลค่าและผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น

ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zoghلامي (2021) ที่พบว่าค่าตอบแทนชื้อโอทีสูงขึ้นช่วยส่งเสริมผลการดำเนินงานของบริษัทและมีผลบวกต่อมูลค่าตลาดของหุ้น แสดงให้เห็นว่าค่าตอบแทนที่น่าดึงดูดสามารถกระตุ้นผู้บริหารให้บรรลุเป้าหมายของผู้ถือหุ้นได้ อย่างไรก็ตาม ในกรอบของทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) นักลงทุนอาจกังวลต่อพฤติกรรมฉวยโอกาสของผู้บริหารที่อาจแสวงหาผลตอบแทนเกินควร ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทั้งหมด

นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ Grey et al. (2024) ที่ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบแทนผู้บริหารกับผลการดำเนินงานของบริษัทภายใต้ความหลากหลายของคณะกรรมการและซีอีโอ ยังพบว่า การเพิ่มขึ้นของคำตอบแทนผู้บริหารส่งผลให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานและมูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคำตอบแทนที่สอดคล้องกับความสามารถและผลงานเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนความสำเร็จของกิจการ

ผลการวิจัยนี้ พบว่า คำตอบแทนกรรมการอิสระไม่พบผลกระทบกับมูลค่ากิจการ อาจเป็นเพราะกรรมการอิสระมีบทบาทหลักในการกำกับดูแลและตรวจสอบการบริหารงานให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล (Corporate Governance) มากกว่าการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์โดยตรง ดังนั้น คำตอบแทนกรรมการอิสระจึงอาจไม่ส่งผลโดยตรงต่อมูลค่ากิจการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น การศึกษาโดย Harymawan et al. (2020) พบว่า คำตอบแทนกรรมการอิสระไม่ได้มีความเชื่อมโยงกับผลตอบแทนในระยะสั้น แต่เกี่ยวข้องกับความโปร่งใสและความมั่นคงขององค์กรในระยะยาวมากกว่า ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่าคำตอบแทนของกรรมการอิสระมีเป้าหมายในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของกรรมการอิสระในด้านธรรมาภิบาลเป็นหลัก ไม่ใช่เพื่อการเพิ่มมูลค่ากิจการโดยตรง

จากผลการวิจัยนี้ พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) มีผลกระทบเชิงบวกกับมูลค่ากิจการ โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่นักลงทุนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร การเปิดเผยข้อมูล ESG ที่ชัดเจนและโปร่งใสจึงแสดงถึงความรับผิดชอบต่อองค์กร ซึ่งสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้นักลงทุน นักลงทุนที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนอย่างยั่งยืนมักเลือกลงทุนในบริษัทที่มีการปฏิบัติตามเกณฑ์ ESG ซึ่งส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นเนื่องจากสามารถดึงดูดเงินทุนและการสนับสนุนในระยะยาวได้มากขึ้น

อีกทั้ง บริษัทที่ดำเนินงานตามเกณฑ์ ESG มักมีการจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและป้องกันการละเมิดมาตรฐานแรงงาน ช่วยให้บริษัทสามารถลดความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องหรือเสียหายจากประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและตลาดใหม่ที่มีความสำคัญกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งช่วยเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนและเพิ่มมูลค่าในระยะยาว

การศึกษาหลายชิ้นในอดีตยังชี้ให้เห็นว่า ESG กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่นักลงทุนใช้ในการประเมินคุณค่าบริษัท งานวิจัยของ Ben และ Chouaibi (2024) พบว่า ESG มีผลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบแทนตามแรงจูงใจของผู้บริหาร และผลการดำเนินงานทางการเงินของธนาคารในภูมิภาค MENA งานของ Aydogmus et al. (2022) แสดงว่าบริษัทที่มีคะแนน ESG สูงจะมีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากนักลงทุนสถาบันและกองทุนที่มุ่งเน้นความยั่งยืน ทั้งนี้ การศึกษาของ Perdana et al. (2023) ยังพบว่าประสิทธิภาพทาง ESG ช่วยเพิ่มมูลค่าบริษัทในภาคการธนาคารในอาเซียน ขณะที่ Delvina และ Hidayah (2023) ยืนยันว่าผลการดำเนินงานด้าน ESG มีผลบวกต่อมูลค่าของบริษัท (Tobin's Q) และผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROA)

นอกจากนี้ Seok et al. (2024) ยังชี้ให้เห็นว่า ESG มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าของบริษัทในตลาดที่ให้ความสำคัญกับธรรมาภิบาลและความยั่งยืน การเปิดเผยข้อมูล ESG จึงไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าบริษัทผ่านการดึงดูดนักลงทุน แต่ยังเสริมสร้างความยั่งยืนและนวัตกรรมของธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในระยะยาวอีกด้วย

การเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบแทนกรรมการบริหารกับมูลค่ากิจการ โดยในงานวิจัยนี้ ESG ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรกำกับ พบว่า คำตอบแทนของกรรมการอิสระที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเผยข้อมูล ESG ช่วยเพิ่มมูลค่ากิจการได้ ซึ่งตาม Optimal Contracting Theory การจ่ายคำตอบแทนที่เหมาะสมสามารถดึงดูดกรรมการที่มีประสิทธิภาพได้ โดยเฉพาะในยุคที่ความสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นที่ยอมรับทั่วโลก บริษัทที่ให้คำตอบแทนกรรมการสูงและมีคะแนน ESG สูงจะได้รับความสนใจจากนักลงทุน ส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ งานวิจัยของ Ben และ Chouaibi (2024) ที่ศึกษาผลกระทบของ ESG ต่อความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบแทนตามแรงจูงใจของผู้บริหารและประสิทธิภาพทางการเงินในภาคธนาคาร MENA ยังพบว่า ESG มีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อผลการ

ดำเนินงานทางการเงินของธนาคาร ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเปิดเผยข้อมูล ESG สามารถปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบแทนตามแรงจูงใจของผู้บริหารและผลการดำเนินงานทางการเงิน

ผลการศึกษาที่พบว่า ESG มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบแทนของกรรมการบริหารและผู้บริหารกับผลการดำเนินงานของกิจการในทิศทางเชิงลบ แม้จะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ อาจสะท้อนถึงการรับรู้ของนักลงทุนที่มองว่าคะแนน ESG ไม่ได้สะท้อนถึงความสามารถในการบริหารจัดการที่แท้จริง โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องมีการเชื่อมโยงคำตอบแทนของผู้บริหารกับคะแนน ESG โดยขาดเกณฑ์ที่ชัดเจนและสามารถตรวจสอบได้ แนวโน้มดังกล่าวสามารถอธิบายได้ภายใต้กรอบของ ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องกันระหว่างเป้าหมายของผู้บริหารในฐานะ "ตัวแทน" กับผู้ถือหุ้นในฐานะ "ผู้ว่าจ้าง" (Jensen & Meckling, 1976) หากคำตอบแทนถูกออกแบบให้ยึดโยงกับตัวชี้วัดที่มีความยืดหยุ่น เช่น คะแนน ESG ผู้บริหารอาจมีแรงจูงใจในการดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมภาพลักษณ์มากกว่าการสร้างผลลัพธ์ที่แท้จริง ซึ่งอาจขัดต่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น ความไม่สอดคล้องดังกล่าวอาจทำให้นักลงทุนเกิดความกังวลเกี่ยวกับความโปร่งใสในการบริหารจัดการและลดความเชื่อมั่นในมูลค่าของกิจการ อันอาจนำไปสู่การลดลงของมูลค่ากิจการในที่สุด

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้รับ สามารถให้ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยและแนวทางปฏิบัติขององค์กรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงนโยบายหรือแนวทางการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญดังนี้ ประการแรก การให้ความสำคัญกับคำตอบแทนของกรรมการบริหารและผู้บริหารถือเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจอย่างยิ่ง เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คำตอบแทนของกลุ่มบุคคลดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักลงทุนมีแนวโน้มที่จะตีความคำตอบแทนเหล่านี้เป็นตัวแทนของความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหาร หากคำตอบแทนถูกกำหนดอย่างเหมาะสม จะสามารถเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน และส่งเสริมประสิทธิภาพของการบริหารจัดการได้อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม การกำหนดคำตอบแทนควรอยู่บนพื้นฐานของความสมดุล สอดคล้องกับผลการดำเนินงาน และไม่สูงเกินมาตรฐานในอุตสาหกรรม เพื่อหลีกเลี่ยงภาวะค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ประการถัดมา คือการส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG ส่งผลเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มทุน การสื่อสารที่โปร่งใสและมีความรับผิดชอบในด้านต่าง ๆ ของ ESG จะช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัท อีกทั้งยังสามารถดึงดูดความสนใจของนักลงทุนที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนในระยะยาว อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจ คือการพิจารณาปรับโครงสร้างคำตอบแทนของกรรมการอิสระให้มีความเชื่อมโยงกับการดำเนินงานด้าน ESG อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าคำตอบแทนของกรรมการอิสระมีแนวโน้มเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการผ่านบทบาทในการกำกับดูแลด้าน ESG ดังนั้น บริษัทควรพิจารณานำองค์ประกอบด้าน ESG มาเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการอิสระ เพื่อสร้างกลไกจูงใจที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการที่ยั่งยืน ในขณะเดียวกัน ควรมีการศึกษาถึงรายละเอียดของคำตอบแทนผู้บริหารที่ไม่ได้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริหารเพิ่มเติมด้วย เพื่อวิเคราะห์ว่าองค์ประกอบหรือรูปแบบของคำตอบแทนในกลุ่มนี้มีผลกระทบต่อมูลค่ากิจการอย่างไร และมีปัจจัยอื่นที่ควรนำมาพิจารณาร่วมด้วยหรือไม่ โดยเฉพาะในมิติของนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และแนวโน้มการเติบโตในระยะยาว ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจในยุคปัจจุบัน

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ยังมีช่องว่างและแนวทางที่น่าสนใจสำหรับการขยายผลในงานวิจัยในอนาคตที่สามารถช่วยให้เข้าใจบทบาทของ ESG ต่อคำตอบแทนผู้บริหารและมูลค่ากิจการได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น หนึ่งในแนวทางที่ควรพิจารณาคือการศึกษาในเชิงลึกเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เช่น อุตสาหกรรมพลังงาน อุตสาหกรรมเกษตร หรืออุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งมักจะตกเป็นเป้าความสนใจของสาธารณชนและผู้มีส่วนได้เสียในด้านความยั่งยืน การศึกษาที่มุ่งเป้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมเหล่านี้จะสามารถสะท้อนให้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้นของผลกระทบจาก ESG ในบริบทที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การพิจารณาในมิติของระยะเวลาที่ต่อเนื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ESG กับคำตอบแทนผู้บริหารในระยะยาว อาจให้ภาพที่ชัดเจนมากกว่าการวิเคราะห์ในช่วงเวลาสั้นๆ โดยอาจพิจารณาว่าเมื่อบริษัทดำเนินงานภายใต้แนวทาง ESG อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โครงสร้างคำตอบแทนของผู้บริหารจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เอื้อต่อความยั่งยืนมากขึ้นหรือไม่ และบริษัทที่ให้ความสำคัญกับ ESG มากกว่าบริษัทอื่น ๆ จะกำหนดคำตอบแทนในลักษณะที่แตกต่างจากบริษัททั่วไปหรือไม่ อีกประเด็นที่น่าสนใจคือบทบาทของการกำกับดูแลในการกำหนดโครงสร้างคำตอบแทน การมีระบบกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพอาจมีผลต่อการออกแบบคำตอบแทนให้สอดคล้องกับผลการดำเนินงานและเป้าหมายระยะยาวของกิจการ ซึ่งประเด็นนี้ควรได้รับการสำรวจเพิ่มเติมควบคู่ไปกับมุมมองของผู้ถือหุ้น ว่ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดต่อคำตอบแทนของผู้บริหารในบริษัทที่บริษัทมีการดำเนินงานและเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG อย่างชัดเจนและการศึกษาผลกระทบของ ESG ต่อการตอบสนองของตลาดในช่วงเวลาที่บริษัทประกาศคำตอบแทนของผู้บริหารก็เป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจไม่แพ้กัน หากพบว่าตลาดมีการตอบสนองในทิศทางบวกต่อบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูล ESG อย่างเหมาะสมเมื่อมีการเปิดเผยคำตอบแทน อาจสะท้อนถึงความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนที่มีต่อแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

5.3 ประโยชน์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีประโยชน์ในหลายมิติ โดยเฉพาะในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ อันดับแรกคือการสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากขึ้นเกี่ยวกับบทบาทของ ESG ในการเชื่อมโยงกับคำตอบแทนของผู้บริหารและมูลค่ากิจการ ซึ่งช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับแวดวงวิชาการ ในด้านการบริหารจัดการ ผลการวิจัยสามารถช่วยให้ผู้บริหารองค์กรปรับกลยุทธ์คำตอบแทนให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการเติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจของนักลงทุนที่ต้องการพิจารณาทั้งผลประโยชน์ทางการเงินและความรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อมกัน

นอกจากนี้ งานวิจัยยังสามารถนำไปใช้ประกอบการกำหนดนโยบายขององค์กรหรือภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการกำกับดูแลและการเปิดเผยข้อมูล ESG ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่ากิจการอย่างยั่งยืนในระยะยาว

6. สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental, Social, and Governance: ESG) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบแทนของผู้บริหารกับมูลค่ากิจการ โดยพบว่า ทั้งคำตอบแทนของกรรมการบริหารและคำตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง มีผลกระทบเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการ ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่า เมื่อผู้บริหารได้รับคำตอบแทนในระดับที่เหมาะสม ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีขึ้น และนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของมูลค่ากิจการในระยะยาว อย่างไรก็ตาม คำตอบแทนที่อยู่ในระดับสูงย่อมมาพร้อมกับภาระทางการเงินที่บริษัทต้องแบกรับ หากการจ่ายคำตอบแทนดังกล่าวไม่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานจริง ย่อมส่งผลในเชิงลบต่อการประเมินมูลค่าของบริษัทได้เช่นกัน ดังนั้น การออกแบบระบบคำตอบแทนจึงควรคำนึงถึงหลักการจูงใจเชิงประสิทธิผล ควบคู่ไปกับความยุติธรรมและความสมเหตุสมผล ในส่วนของคำตอบแทนกรรมการอิสระ ผลการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์เชิงสถิติที่มีนัยสำคัญกับมูลค่ากิจการ ซึ่งอาจสะท้อนถึงลักษณะบทบาทของกรรมการอิสระที่มุ่งเน้นการตรวจสอบ กำกับดูแล และรักษาความสมดุลของการดำเนินงาน

มากกว่าการมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในการสร้างมูลค่ากิจการโดยตรง เมื่อพิจารณาถึงการเปิดเผยข้อมูล ESG พบว่ามีผลกระทบในทิศทางบวกต่อมูลค่ากิจการอย่างมีนัยสำคัญ โดยการสื่อสารที่โปร่งใสเกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน ESG ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน และแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกภาคส่วน อันนำไปสู่การประเมินมูลค่ากิจการในระดับที่สูงขึ้น อีกทั้งยังอาจช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับบริษัทในระยะยาว

ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงบทบาทของ ESG ในฐานะตัวแปรกำกับ (Moderating Variable) ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบผู้บริหารกับมูลค่ากิจการได้ โดยเฉพาะในกรณีของคำตอบแทนกรรมการอิสระ ที่แม้ในสถานการณ์ปกติจะไม่มีผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อมูลค่ากิจการ แต่เมื่อพิจารณาร่วมกับการเปิดเผยข้อมูล ESG กลับพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า ESG ทำหน้าที่เป็นกรอบในการเสริมสร้างความชอบธรรมของคำตอบแทน และส่งเสริมให้บทบาทของกรรมการอิสระมีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นปัจจัยสำคัญที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบแทนกับมูลค่ากิจการ ได้แก่

1. ภาพลักษณ์และความยั่งยืนขององค์กร การเปิดเผยข้อมูล ESG มีส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ลงทุนและสาธารณชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยยกระดับมูลค่ากิจการโดยรวม
2. การกำหนดคำตอบแทนตามผลการดำเนินงาน การเชื่อมโยงคำตอบแทนเข้ากับผลการดำเนินงานที่แท้จริงช่วยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงระดับความเหมาะสมเพื่อป้องกันผลกระทบด้านต้นทุน
3. บทบาทของกรรมการอิสระ การมีบทบาทในด้านการกำกับดูแลอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะในกรอบของ ESG ทำให้กรรมการอิสระมีส่วนช่วยในการรักษาเสถียรภาพและความโปร่งใสของการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ESG ไม่ได้เป็นเพียงแนวคิดด้านความยั่งยืนเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นกลไกที่ช่วยสนับสนุนการกำหนดคำตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคำตอบแทนของผู้บริหารกับมูลค่ากิจการในภาพรวม

เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2567). *ESG RISK*. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2567, จาก <https://Setsustainability.com/page/esg-risk>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2567). *SET ESG Ratings*. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2567, จาก <https://Setsustainability.com/libraries/1258/item/set-esg-ratings>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). *ส่องภาพรวมนโยบาย ESG ผลกระทบต่อภาคธุรกิจและการลงทุน*. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2567, จาก https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/256601135GlobalTrend_ESG.html
- วิไลพร ทวีลาภพันทอง. (2563). *มาทำความรู้จักกับ ESG แนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20201224.html>
- อรุณี ยศบุตร. (2021). ลักษณะการจ่ายคำตอบแทนกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัท: หลักฐานเชิงประจักษ์จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ประเทศไทย. *Trends of Humanities and Social Sciences Research*, 9(1), 233-255.
- Abdi, Y., Li, X., & Càmarà-Turull, X. (2022). Exploring the impact of sustainability (ESG) disclosure on firm value and financial performance (FP) in airline industry: the moderating role of size and age. *Environment, Development and Sustainability*, 24(4), 5052-5079.

- Anh, N. T. M., An, N. T., Ngoc, N. T. M., & Ngoc Xuan, V. (2024). The influence of financial indicators on Vietnamese enterprise's sustainability reports disclosing process. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(4), 146.
- Aydogmus, M., Gulay, G., & Ergun, K. (2022). Impact of ESG performance on firm value and profitability. *Borsa Istanbul Review*, 22, S119–S127.
- Bahadır, O., & Akarsu, S. (2024). Does company information environment affect ESG–financial performance relationship? Evidence from European markets. *Sustainability*, 16(7), 2701.
- Ben Ali, A., & Chouaibi, J. (2024). Mediating effect of ESG performance on executive incentive compensation–financial performance relationship: Evidence from MENA banking sector. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 24(2), 439–461.
- Bharadwaz, D. J., & Goswami, K. C. (2023). Enterprise risk management practices in India: A case study of select Indian companies. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 19(1), 188–201.
- Brick, I. E., Palmon, O., & Wald, J. K. (2006). CEO compensation, director compensation, and firm performance: Evidence of cronyism? *Journal of Corporate Finance*, 12(3), 403–423.
- Chairani, C., & Siregar, S. V. (2021). The effect of enterprise risk management on financial performance and firm value: The role of environmental, social and governance performance. *Meditari Accountancy Research*, 29(3), 647–670.
- Chen, H., & Wang, X. (2022). Stock repurchase, executive compensation incentive and corporate cash holdings. *The European Journal of Finance*, 28(12), 1145–1166. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2022.2062913>
- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994). A simple approximation of Tobin's Q. *Financial Management*, 23(3), 70–74.
- Core, J. E., Guay, W. R., & Larcker, D. F. (2003). Executive equity compensation and incentives: A survey. *Economic Policy Review*, 9(1), 27–50.
- Dawson, J. F. (2014). Moderation in management research: What, why, when, and how. *Journal of Business and Psychology*, 29(1), 1–19.
- Delvina, E. M., & Hidayah, R. (2023). The effect of ESG (environmental, social and governance) performance on company value and company performance. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5436–5444.
- Donaldson, L., & Davis, J. H. (1991). Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns. *Australian Journal of Management*, 16(1), 49–64.
- Ernst, D., & Woithe, F. (2024). Impact of the environmental, social, and governance rating on the cost of capital: Evidence from the S&P 500. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(3), 91.
- Faisal, F., Abidin, Z., & Haryanto, H. (2021). Enterprise risk management (ERM) and firm value: The mediating role of investment decisions. *Cogent Economics & Finance*, 9(1), 2009090.
- Fernandes, C. G., de Freitas Luna, M. S., Junior, E. M., & Maria, M. M. L. (2024). The impact of controversial ESG on the market value and financial constraints of BRICS companies. *Revista De Gestão Social e Ambiental*, 18(4), e04679.

- Fuadah, L. L., Mukhtaruddin, M., Andriana, I., & Arisman, A. (2022). The ownership structure, and the environmental, social, and governance (ESG) disclosure, firm value and firm performance: The audit committee as moderating variable. *Economies*, 10(12), 314.
- García-Sánchez, I. M., & García-Meca, E. (2018). CSR engagement and earnings quality in banks in the global financial crisis: The moderating role of institutional factors. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1065–1076. <https://doi.org/10.1002/csr.1510>
- Grey, C., Flynn, A., & Adu, D. A. (2024). An examination of how executive remuneration and firm performance are influenced by Chair-CEO diversity attributes. *International Review of Financial Analysis*, 94, 103290.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Haque, F., & Ntim, C. G. (2020). Executive compensation, sustainable compensation policy, carbon performance and market value. *British Journal of Management*, 31(3), 525–546.
- Harymawan, I., Agustia, D., Nasih, M., Inayati, A., & Nowland, J. (2020). Remuneration committees, executive remuneration, and firm performance in Indonesia. *Heliyon*, 6(2), e03452.
- Holmstrom, B. (1979). Moral hazard and observability. *The Bell Journal of Economics*, 10(1), 74–91.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Jizi, M., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R. (2014). Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: Evidence from the US banking sector. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 601–615.
- Karina, R., Lestari, F., & Ivone, I. (2023). The effect of enterprise risk management on financial performance and firm value: The role of environmental, social and governance performance. *Global Financial Accounting Journal*, 7(2), 213–229.
- Kartal, M. T., Kılıç Depren, S., Pata, U. K., Taşkın, D., & Şavlı, T. (2024). Modeling the link between environmental, social, and governance disclosures and scores: The case of publicly traded companies in the Borsa Istanbul Sustainability Index. *Financial Innovation*, 10(1), 80.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *The Accounting Review*, 87(3), 761–796.
- Kumar, A., & Agrawal, V. (2024). An analysis of relationship between enterprise risk management and economic value added. *Journal of Informatics Education and Research*, 4(2).
- Kwintana, E., & Hanggraeni, D. (2023). The influence of enterprise risk management (ERM) on profitability, cost of debt, and company value: The role of moderation of environmental, social, governance (ESG) in ASEAN-5 countries period 2017–2021. *International Journal of Economics Development Research*, 4(2), 830–845.
- Liew, C. Y., Ko, Y., Song, B. L., & Murthy, S. T. (2022). Directors' compensation, ownership concentration and the value of the firm: Evidence from an emerging market. *Journal of Industrial and Business Economics*, 49(1), 155–188.
- Özer, G., Aktas, N., & Merter, A. K. (2024). The remuneration–performance relationship in corporate governance: Evidence from board members' remuneration and firm performance. *Dogus Üniversitesi Dergisi*, 25(2), 231–248.

- Perdana, M., Salim, U., Ratna, K., & Rofiq, A. (2023, July). The effect of environmental social governance (ESG) performance and financial performance on firm value: Evidence from the banking sector in ASEAN. In *1st Brawijaya International Conference on Business and Law (BICoBL 2022)* (pp. 183–193). Atlantis Press.
- Piccioni, C. A., Bastos, S. B., & Cajueiro, D. O. (2024). Stock price reaction to environmental, social, and governance news: Evidence from Brazil and financial materiality. *Sustainability*, 16(7), 2839.
- Pucheta-Martínez, M. C., & Gallego-Álvarez, I. (2020). Do board characteristics drive firm performance? *Review of Managerial Science*, 14, 1251–1297.
- Rahayu, N. K., Harymawan, I., Nasih, M., & Nowland, J. (2022). Director pay slice, the remuneration committee, and firm financial performance. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2087291.
- Rastogi, S., Singh, K., & Kanoujiya, J. (2024). Firm's value and ESG: The moderating role of ownership concentration and corporate disclosures. *Asian Review of Accounting*, 32(1), 70–90.
- Ritthidach, P., Burapasirawat, P., & Suttipun, M. (2021). The influence of executive compensation on the financial performance of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 13(2), 60–74.
- Rosalia, R., & Prihandini, W. (2024). Analysis of the effects of environmental disclosure, social disclosure, and governance disclosure on financial performance in companies listed in the ESG Sector Leader Index of the Indonesia Stock Exchange in 2023. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 8(1).
- Sanpakdee, P., & Onwimon, N. (2021). Characteristics and compensation of executives influencing the performance of listed companies in the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 7(Special), 385–397.
- Seok, J., Kim, Y., & Oh, Y. K. (2024). How ESG shapes firm value: The mediating role of customer satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 208, 123714.
- Shang, Y., Xu, H., & Li, D. (2023). The impact of executive compensation incentive on corporate innovation capability: Evidence from agro-based companies in China. *ResearchGate*.
<https://www.researchgate.net/publication/373871237>
- Stiadi, D. (2023, May). Moderating environmental, social, and governance (ESG) risk in the relationship between investment decisions and firm value. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1177(1) p. 012007. IOP Publishing.
- Terdpaopong, K., Wegmann, G., Kraiwanit, T., Limna, P., & Rafiyya, A. (2024). Unveiling the influence of ESG disclosures on corporate profitability: Insights from Thailand's publicly listed companies. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(7), 4787.
- Tukey, J. W. (1977). *Exploratory data analysis*. Addison-Wesley.
- West, S. G., Finch, J. F., & Curran, P. J. (1995). Structural equation models with nonnormal variables: Problems and remedies. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications* (pp. 56–75). Sage Publications.

- Wooldridge, J. M. (2013). *Introductory econometrics: A modern approach* (5th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Zhang, F., Qin, X., & Liu, L. (2020). The interaction effect between ESG and green innovation and its impact on firm value from the perspective of information disclosure. *Sustainability*, 12(5), 1866.
- Zoghlami, F. (2021). Does CEO compensation matter in boosting firm performance? Evidence from listed French firms. *Managerial and Decision Economics*, 42(1), 143–155.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง

Confirmatory Factor Analysis of Street Food Stall Service Quality

ฐิตารีย์ ศิริมงคล^{1,*}

Thitaree Sirimongkol^{1,*}

Received : November 6, 2024 Revised : April 1, 2025 Accepted : April 4, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลจำนวน 365 ราย ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) สถิติที่ใช้ในการประมวลผล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และเชิงยืนยัน ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ องค์ประกอบความเชื่อถือได้ องค์ประกอบคุณค่าและคุณภาพอาหาร องค์ประกอบความมั่นใจและสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ องค์ประกอบความเอาใจใส่ องค์ประกอบสุขอนามัย และองค์ประกอบความสะดวก สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 13.822 องศาอิสระ (df) เท่ากับ 7 ค่า P-value เท่ากับ .54 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.975 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.987 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.961 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.995 ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.052 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือ (RMR) เท่ากับ 0.005 จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทางประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ องค์ประกอบความเชื่อถือได้ องค์ประกอบคุณค่าและคุณภาพอาหาร องค์ประกอบความมั่นใจและสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ องค์ประกอบความเอาใจใส่ องค์ประกอบสุขอนามัย และองค์ประกอบความสะดวก จากผลการวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการแผงลอยอาหารริมทางในประเด็นสำคัญดังนี้ คือ การจัดเตรียมอาหารให้เป็นไปตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค การตั้งราคาขายให้สอดคล้องกับปริมาณและคุณภาพของอาหาร การให้ข้อมูลอาหารที่สำคัญแก่ผู้บริโภค การใส่ใจคำสั่งซื้อเฉพาะรายบุคคล การรักษาความสะอาดแผงลอยและผู้ให้บริการ รวมทั้งการเลือกทำเลที่ตั้งที่ผู้บริโภคเข้าถึงง่าย

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน คุณภาพการบริการ แผงลอยอาหารริมทาง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

¹ Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Northeastern University

* Corresponding author: E-mail: Thitaree.dur@neu.ac.th

ABSTRACT

This research aims to analyze factors of street food stall service quality. This research is a quantitative research. A structural questionnaire was applied to collect data from 365 samples by convenience sampling. Statistics used to analyze data included percentage, frequency, exploratory & confirmatory factor analysis. The findings found that street food stall service quality was composed of 6 sub-components, including the reliability component, the value & food quality component, the assurance & tangible component, the empathy component, the hygiene component & the convenience component. The model had goodness-of-fit with the empirical data which the value of $\chi^2 = 13.822$, $df = 7$, $P\text{-value} = 0.54$, $\chi^2/df = 1.975$, $GFI = 0.987$, $AGFI = 0.961$, $CFI = 0.995$, $RMSEA = 0.052$ & $RMR = 0.005$. The analysis of the service quality factors of street food vendors comprised six sub-components: the reliability component, the value & food quality component, the assurance & tangible component, the empathy component, the hygiene component and the convenience component. Based on the findings of the research, the researcher offers recommendations for street food vendors regarding several critical issues: preparing food per consumer request, pricing in accordance with the quantity and quality of offerings, supplying essential food information to consumers, attending to specific order details, ensuring the cleanliness of both the stall and the service provider, and choosing a location that is readily accessible to consumers.

Keywords: Confirmatory Factor Analysis, Service Quality, Street Food Stall

1. บทนำ

อาหารริมทางเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น (FAO, 2023 อ้างถึงใน Bayraktar, 2024) แผงลอยอาหารริมทางจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทานในพื้นที่สาธารณะโดยเฉพาะบริเวณริมถนน (Seo & Lee, 2021) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคเข้าถึงง่ายหรือเป็นแหล่งสัญจรของผู้คน แผงลอยอาหารริมทางเป็นส่วนสำคัญของชีวิตคนเมืองในประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศ (Salamandane et al., 2023) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คน เช่น ผู้หญิงทำงานนอกบ้านเพิ่มขึ้นจนกระทบต่องานบ้านและใช้เวลาทำงานหรือเดินทางไปทำงานมากขึ้น (Sousa et al., 2022) เป็นต้น จากวิถีชีวิตดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคมีเวลาเตรียมอาหารน้อยลง การบริโภคอาหารจากร้านอาหารใกล้ตัวผู้บริโภคเพิ่มขึ้น (Bencsik et al., 2025) และแผงลอยอาหารริมทางเป็นหนึ่งในแหล่งอาหารใกล้ตัวผู้บริโภคที่พบเห็นได้ทั่วไปในประเทศกำลังพัฒนา (Hashim & Hamzah, 2024) แผงลอยอาหารริมทางอยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากมีราคาย่อมเยา ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเข้าถึง (มนวิภา ยะเจริญ, 2566) แผงลอยอาหารริมทางเป็นธุรกิจสำคัญอย่างหนึ่งของประเทศ เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้ทรัพยากรการลงทุนต่ำ (Gaffar et al., 2022) แผงลอยอาหารริมทางในประเทศไทยมีจำนวนอยู่ราว 103,000 ร้าน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69 ของผู้ให้บริการอาหารในประเทศไทย (Jeaheng et al., 2023) และอุตสาหกรรมอาหารริมทางของไทยสร้างรายได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมบริการด้านอาหารอื่น ๆ (Hui Kee et al., 2024)

อาหารริมทางเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนเมืองในประเทศกำลังพัฒนา (Salamandane et al., 2023) รวมถึงประเทศไทย จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หากพิจารณาจากข้อมูลรายได้ประชากรชาติที่จำแนกเป็นรายจังหวัดเมื่อปี 2565 พบว่าจังหวัดขอนแก่นมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่าประมาณ 2.16 แสนล้านบาท (สกุลชัย เก่งอนันตานนท์, 2567) ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจหนึ่งที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในจังหวัดขอนแก่น และมีจำนวนเพิ่มขึ้น (ธีรรัตน์ กัปโก และคณะ, 2567) โดยเฉพาะแผงลอยอาหารริมทาง เพราะใช้ทรัพยากรการบริหารจัดการต่ำ (Gaffar et al., 2022) ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่นเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ผู้บริโภคในตัว

เมื่อลดการเตรียมอาหารด้วยตนเอง แต่พึ่งพาอาหารจากการซื้อแทน (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ, 2562 อ้างถึงใน นิสาวัฒน์ อุ๋นจันท์ และคณะ, 2567) และแหล่งอาหารใกล้ตัวผู้บริโภคที่มีราคาย่อมเยา คือ แผงลอยอาหารริมทาง

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจบริการอย่างหนึ่งที่มีหลายรูปแบบ เช่น ร้านอาหารให้บริการเต็มรูปแบบ ร้านอาหารจานด่วน และแผงลอยอาหารริมทาง เป็นต้น การบริการในธุรกิจร้านอาหารเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารจึงควรมีคุณภาพการบริการแต่ละรูปแบบร้าน คุณภาพการบริการสามารถนิยามว่าการประเมินประสิทธิภาพที่ผู้รับบริการได้รับจริง เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง (Seo & Lee, 2021) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีงานวิจัยองค์ประกอบคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทางโดยเฉพาะไม่มากนัก มีเพียงนักวิจัยและนักวิชาการที่ระบุถึงองค์ประกอบคุณภาพการบริการสำหรับธุรกิจร้านอาหาร อาทิ Stevens et al. (1995), Slack et al. (2021) และ Seo & Lee (2021) เป็นต้น การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้คุณภาพการบริการร้านอาหาร Dineserv ของ Stevens et al. (1995) ซึ่ง Stevens และคณะประยุกต์ใช้คุณภาพการบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988) มี 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง สิ่งที่ต้องได้ ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ ในบริบทร้านอาหาร งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยประยุกต์องค์ประกอบและรายการคำถามของ Dineserv ให้เหมาะสมกับบริบทแผงลอยอาหารริมทาง รวมทั้งเพิ่มเติมองค์ประกอบอื่นเพิ่มเติม ได้แก่ คุณภาพอาหาร ความสะอาด และราคาและความคุ้มค่า จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้ให้บริการเป็นองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจอาหาร เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง (Seo & Lee, 2021) และการให้บริการของผู้ให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอาหารริมทาง (Teangsompong et al., 2024) คุณภาพอาหารเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจอาหาร (Seo & Lee, 2021) เช่น ความสดใหม่ การคัดสรรวัตถุดิบ และรายการอาหาร เป็นต้น ขณะที่ราคาเป็นสิ่งที่สำคัญที่ผู้บริโภคตระหนักถึงในขณะตัดสินใจซื้อ และความสะอาดรวดเร็วในการให้บริการเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญในการบริการ (Wu, 2013 อ้างถึงใน Seo & Lee, 2021) โดยเฉพาะแผงลอยอาหารริมทาง ผลการวิจัยในอดีตบ่งชี้ว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อธุรกิจอาหารหลายแง่มุม อาทิ คุณภาพการบริการที่ดี ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง สิ่งที่ต้องได้ ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดการอุปถัมภ์อาหารริมทาง (Eresia-Eke et al., 2020) คุณภาพอาหารและความหลากหลายของรายการอาหาร บรรยากาศ รวมทั้งการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Anu & Manorselvi, 2021) และความพึงพอใจอาหารริมทางส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดความตั้งใจแนะนำอาหารริมทางให้กับบุคคลอื่น (Üstünsoy et al., 2024; Hui Kee et al., 2024) สิ่งที่ยกมาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพการบริการที่ดีเป็นกลยุทธ์สำคัญในการคงอยู่และการเติบโตของธุรกิจอาหาร (Seo & Lee, 2021; Gopi & Samat (2020)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่องนี้ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง โดยนำองค์ประกอบคุณภาพการบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง สิ่งที่ต้องได้ ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ คุณภาพอาหาร ความสะอาด และราคาและความคุ้มค่า มาวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง ผลการวิจัยที่ได้รับนักวิชาการ/นักวิจัยสามารถนำองค์ประกอบคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทางไปใช้ศึกษาความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นได้ และผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงระดับคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทางเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. คุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญในธุรกิจการบริการ เนื่องจากคุณภาพการบริการส่งผลต่อประสบการณ์ ทัศนคติ และการซื้อของผู้บริโภค (Gamtui et al., 2023) ในปี 2024 Sinha et al. กล่าวว่า คุณภาพการบริการ คือ การประเมินการบริการว่าตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากน้อยเพียงใด งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยประยุกต์ใช้คุณภาพการบริการร้านอาหาร Dineserv ซึ่ง

Stevens et al. (1995) นำเสนอไว้ คุณภาพการบริการร้านอาหารดังกล่าวประยุกต์ SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988) ในบริบทร้านอาหาร ผู้วิจัยประยุกต์องค์ประกอบย่อยและรายการคำถามของ Dineserv ในบริบทแผงลอยอาหารริมทาง และเพิ่มองค์ประกอบอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คุณภาพอาหาร ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหาร (Saneva & Chortoseva, 2018) ราคาและคุณค่า และความสะอาด เนื่องจากเป็นหัวใจของอาหารริมทาง

ผู้วิจัยกำหนดองค์ประกอบย่อยของคุณภาพการบริการบนพื้นฐานของ SERVQUAL และ Dineserv ที่มีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง สิ่งที่ต้องจับต้องได้ ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ รวมทั้งคุณภาพอาหาร ราคาและคุณค่า และความสะอาด ดังนี้

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถของพนักงานในการให้บริการอย่างน่าเชื่อถือและสม่ำเสมอ (Sirimongkol, 2022) ความน่าเชื่อถือเป็นการรับประกันว่าลูกค้าจะได้รับความพึงพอใจกับการบริการที่ได้รับ (Gopi & Samat, 2020) ความน่าเชื่อถือจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้า (Gamtui et al. (2023) ผู้วิจัยจึงให้นิยามความน่าเชื่อถือว่าความสามารถในการให้บริการของแผงลอยอาหารริมทางตามสัญญาที่ลูกค้า เช่น ลูกค้าได้รับอาหารตามรายการอาหารที่สั่งซื้อ การคำนวณค่าอาหารที่ถูกต้อง และการให้บริการตามเวลาที่แจ้งกับลูกค้า เป็นต้น

การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การตอบสนองอย่างรวดเร็วและความสามารถในการให้ความช่วยเหลือหากลูกค้ามีปัญหา (Ge et al., 2021) ในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ความต้องการของลูกค้ามีความหลากหลาย หากพนักงานไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะส่งผลให้ลูกค้ามีความตั้งใจบอกปากต่อปากลดลง (Ma & Kim, 2021) สอดคล้องกับที่ Said et al. (2018) กล่าวว่า การให้บริการอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการบอกปากต่อปากเชิงบวกของลูกค้า Food Truck ในมาเลเซีย ขณะที่ Jalilvard et al. (2017) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการจะช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อของลูกค้า การให้บริการลูกค้ารายบุคคลจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการ (Hashim & Hamzah, 2024) ดังนั้น พนักงานควรเตรียมความพร้อมในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Gopi & Samat, 2020) ในขณะที่ Anu & Manorselvi (2021) กล่าวว่า พนักงานที่พร้อมให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผู้วิจัยจึงให้นิยามการตอบสนองว่าความเต็มใจในการให้บริการลูกค้า

สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Etuk et al., 2022) และรูปลักษณ์ภายนอกของพนักงาน (Ge et al., 2021) สภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการ (Hashim & Hamzah, 2024) สอดคล้องกับที่ Gamtui et al. (2023) ระบุว่าลักษณะที่จับต้องได้ของบริการส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้า ในขณะที่ Polas et al. (2022) กล่าวว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในธุรกิจจำหน่ายอาหาร ผู้วิจัยจึงให้นิยามสิ่งที่จับต้องได้ว่าสิ่งที่ลูกค้ารับรู้ได้จากสิ่งที่มองเห็น เช่น การจัดเรียงอาหาร ความสะอาดของอุปกรณ์ต่าง ๆ และการแต่งกายของพนักงานขาย เป็นต้น

ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ทักษะและความสามารถของพนักงานในการส่งมอบการบริการแก่ลูกค้า (Gamtui et al., 2023) ซึ่งเป็นไปตามที่ Ge et al. (2021) ระบุว่า ความมั่นใจ คือ การบ่งบอกถึงความสามารถของพนักงานในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่น และพฤติกรรมกรรมของพนักงานช่วยให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจถือเป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพการบริการ (Harthy et al., 2021) และความรู้ของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญในการถ่ายทอดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับลูกค้า (Gopi & Samat, 2020) ผู้วิจัยจึงให้นิยามความมั่นใจว่าการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า

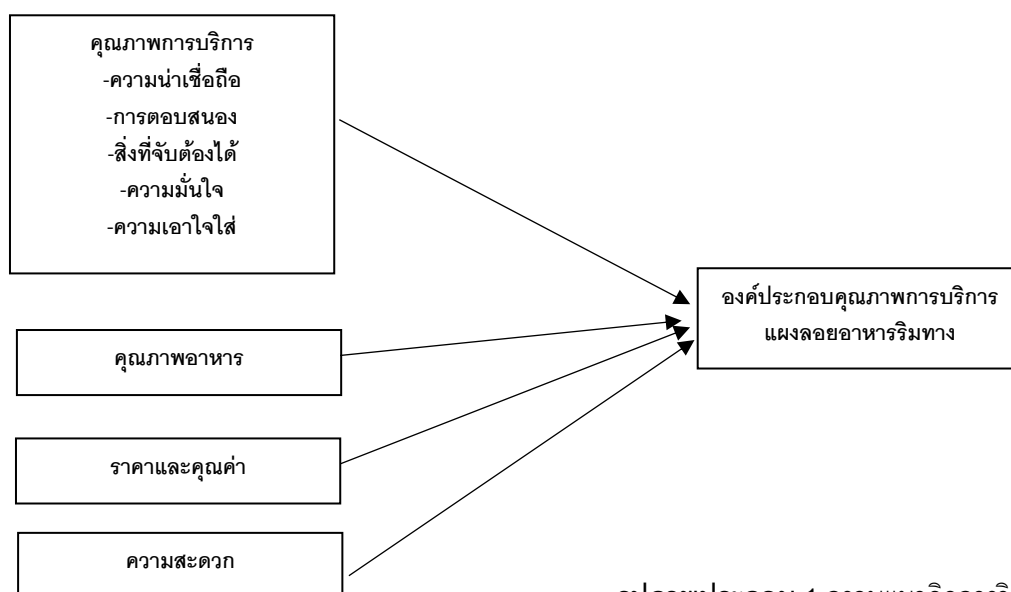
ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การสื่อสารที่ดีกับลูกค้า ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า (Etuk et al., 2022) การให้ความช่วยเหลือเฉพาะรายบุคคล และความใส่ใจลูกค้า (Yeong et al., 2022; Gamtui et al., 2023) ซึ่งคุณภาพการบริการด้านพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอาหารริมทาง (Teangsompong et al., 2024) พนักงานที่เข้าใจความต้องการของ

ลูกค้าส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Anu & Manorselvi, 2021) ผู้วิจัยจึงให้นิยามความเข้าใจไว้ว่าการใส่ใจรายละเอียดของลูกค้ารายบุคคล โดยเฉพาะคำสั่งซื้อที่มีรายละเอียดมากกว่าคำสั่งซื้อปกติ รวมถึงการแสดงออกถึงความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี

คุณภาพอาหาร (Food quality) เป็นพื้นฐานสำคัญของประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากร้านอาหาร (Wibisono & Lukito, 2020) คุณภาพอาหารและสุขอนามัยเป็นปัจจัยในการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค (Wiatrowski et al., 2021) งานวิจัยในอดีตชี้ว่าคุณภาพอาหารส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าแพนดอยอาหารริมทาง (Hui Kee et al, 2024) และความหลากหลายของอาหารส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเช่นเดียวกัน (Rajput & Gahfoor, 2020; Anu & Manorselvi, 2021) Jalilvard et al. (2017) ระบุว่า นักวิจัยในอดีตมักกล่าวถึงคุณภาพอาหารในแง่เมนูของรสชาติ ความหลากหลาย ความสดใหม่ ระดับอุณหภูมิอาหาร และการนำเสนออาหาร เป็นต้น ทั้งนี้ความปลอดภัยของอาหารจัดเป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพอาหารเช่นกัน ครอบคลุมตั้งแต่การจัดเตรียมวัตถุดิบจนถึงการจำหน่ายอาหารริมทาง (Seo & Lee, 2021) จึงสรุปได้ว่า คุณภาพอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจอาหาร (Seo & Lee, 2021) และเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจร้านอาหาร (Hanaysha & Pech, 2018) ผู้วิจัยจึงให้นิยาม คุณภาพอาหารว่าคุณภาพของอาหารที่ลูกค้าได้รับ

ราคาและคุณค่า (Price & value) ปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ ราคา (Hashim & Hamzah, 2024) ราคาอาหารและ/หรือเครื่องดื่มเป็นประเด็นที่สำคัญสำหรับลูกค้าในการเลือกแพนดอยอาหารริมทาง (Hui Kee et al, 2024) เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มลูกค้าในตัวเมืองที่มีรายได้ปานกลาง รวมทั้งกลุ่มลูกค้ารายได้น้อยทั่วไป (Rakha et al., 2022) และแพนดอยอาหารริมทางมักจำหน่ายอาหารราคาถูก (Seo & Lee, 2021; Rakha et al., 2022) เนื่องจากแพนดอยอาหารริมทางตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงและต้องตั้งราคาขายอย่างสมเหตุสมผล ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพเพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้า (Hui Kee et al, 2024) สอดคล้องกับ Wiatrowski et al. (2021) ที่กล่าวว่า หนึ่งในสาเหตุที่ผู้บริโภคบริโภคอาหารนอกบ้าน คือ มีราคาสมเหตุสมผล ผู้วิจัยจึงกำหนดนิยาม ราคาและคุณค่า ว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องจ่ายและสิ่งที่ลูกค้าได้รับกลับคืน

ความสะดวก (Convenience) ครอบคลุมถึงความรวดเร็ว ความสะดวกในการรับประทานอาหาร และการเข้าถึงง่าย (Choi et al., 2013) Wiatrowski et al. (2021) กล่าวว่า ผู้บริโภคอาหารริมทางเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน เนื่องจากสะดวกและประหยัดเวลา เช่นเดียวกับที่ Loh & Hassan (2022) ระบุว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเลือกรับประทานอาหารจากแหล่งที่สะดวกในการเลือกซื้อ ความสะดวกรวดเร็วจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริการ (Wu, 2013 อ้างถึงใน Seo & Lee, 2021) ผู้วิจัยจึงกำหนดนิยาม ความสะดวก ว่าความสะดวกที่ลูกค้าได้รับการซื้ออาหารและ/หรือเครื่องดื่มจากแพนดอยอาหารริมทาง



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมา ผู้วิจัยนำมาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยตามรูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งสรุปได้ว่าผู้วิจัยนำคุณภาพการบริการของ Stevens et al. (1995) และ Parasuraman et al. (1988) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง สิ่งที่ต้องได้ ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และองค์ประกอบเพิ่มเติม ได้แก่ คุณภาพอาหาร ราคาและคุณค่า และความสะดวก จำนวนทั้งหมด 36 รายการ มาวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้ออาหารจากแผงลอยในจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Thompson (2004, อ้างถึงใน Siddiqui, 2013) ที่ระบุว่าหากใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ ควรมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 200 ตัวอย่าง และเพื่อให้การประมวลผลทางสถิติมีความคลาดเคลื่อนน้อยลง ผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างบริเวณแผงลอยอาหารริมทาง จำนวน 400 ชุด โดยการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนและมีรายละเอียดครบถ้วนในการประมวลผลจำนวน 365 ชุด

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความเชื่อถือได้ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Stevens et al. (1995) และ Parasuraman et al. (1988) ดังนี้ การเตรียมอาหารและ/หรือเครื่องดื่มตามเวลาที่เหมาะสม การแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า การคิดราคาที่ต้อง ความสม่ำเสมอในการเปิดร้าน และการส่งมอบอาหารและ/หรือเครื่องดื่มตามที่ลูกค้าสั่ง

การตอบสนอง ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Stevens et al. (1995) Parasuraman et al. (1988) Jalilvand et al. (2017) และ Ma & Kim (2021) ดังนี้ การตอบสนองคำสั่งซื้อของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ความพร้อมของพ่อค้า/แม่ค้าในการให้บริการ และจัดการกับคำสั่งซื้อพิเศษของลูกค้า

สิ่งที่ต้องได้ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Stevens et al. (1995) และ Parasuraman et al. (1988) ดังนี้ อุปกรณ์ในการประกอบอาหารและ/หรือเครื่องดื่ม อุปกรณ์ในการจัดแสดงสินค้า รูปลักษณ์ของแผงลอย ความสะอาด บรรยากาศโดยรวม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอื่น ๆ

ความมั่นใจ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Stevens et al. (1995) Parasuraman et al. (1988) และ Ma & Kim (2021) ดังนี้ ความสามารถในการสร้างความไว้วางใจ และความมั่นใจในตัวลูกค้า รวมถึงการตอบข้อสงสัยของลูกค้า การให้รายละเอียดเกี่ยวกับอาหารและ/หรือเครื่องดื่มแก่ลูกค้า การเก็บความลับของลูกค้า ความเป็นมืออาชีพของพ่อค้า/แม่ค้า

ความเอาใจใส่ (Empathy) ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Stevens et al. (1995) Parasuraman et al. (1988) และ Jalilvand et al. (2017) และ ดังนี้ การใส่ใจในความต้องการหรือความจำเป็นของลูกค้า การทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นบุคคลพิเศษ การคาดเดาความต้องการของลูกค้า การแสดงออกของพ่อค้า/แม่ค้าในการให้บริการจากหัวใจ และอภัยภัยไม่ตรีที่ดี

คุณภาพอาหาร ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Kim et al. (2009) Chun & Nyam-Ochir (2020) และ Nuyken et al. (2022) ดังนี้ รสชาติ ปริมาณอาหาร/เครื่องดื่ม คุณภาพวัตถุดิบ ความสดใหม่ของอาหาร/เครื่องดื่ม ความสะอาดและสุขอนามัยของอาหาร/เครื่องดื่ม ความหลากหลายของรายการอาหาร/เครื่องดื่ม ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร/เครื่องดื่ม และรูปลักษณ์ของอาหาร/เครื่องดื่ม

ราคาและคุณค่า ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Kim et al. (2009) Chun & Nyam-Ochir (2020) และ Nuyken et al. (2022) ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาและปริมาณอาหาร/เครื่องดื่ม ความเหมาะสมของราคาและคุณภาพอาหาร/เครื่องดื่ม และความคุ้มค่าที่ลูกค้าได้รับ

ความสะดวก ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดของ (Kim et al., 2009) ร่วมกับแนวคิดของผู้วิจัย ประกอบด้วย เวลาที่ใช้ในการเดินทางไปยังแผงลอยอาหารริมทาง ท่าเลที่ตั้งของแผงลอยอาหารริมทาง ความง่ายต่อการเข้าถึงของลูกค้า และการสั่งอาหาร/เครื่องดื่มและรับสินค้าภายหลัง

3.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างและตอบด้วยตนเอง มีรายละเอียดของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ และรายละเอียดเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 หมายถึง รับรู้มากที่สุด, 4 หมายถึง รับรู้มาก, 3 หมายถึง รับรู้ปานกลาง, 2 หมายถึง รับรู้น้อย, 1 หมายถึง ไม่รับรู้) จำนวน 36 ข้อ ตรวจสอบคำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยปรับรายการคำถามตามที่คุณวุฒิให้คำแนะนำ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงจำนวน 30 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด เท่ากับ 0.96 ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นที่ดีเยี่ยมตามแนวคิดของ George & Mallery (2003)

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ และค่าความถี่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง (Street Food Stall Service Quality:SFSQ) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ด้วยการหาค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดยวิเคราะห์จากเมตริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ สกัดตัวประกอบเพื่อค้นหาจำนวนองค์ประกอบที่มีความสามารถเพียงพอในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้โดยเลือกใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) และกำหนดจำนวนองค์ประกอบ โดยเลือกองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (eigen value) มากกว่า 1 แล้วหมุนตัวประกอบออร์โธกอนอล (orthogonal) โดยวิธีแวนิแมกซ์ (varimax) คัดเลือกตัวแปรจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบโดยใช้เกณฑ์น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .30 ขึ้นไปซึ่งเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำ (Hair et al., 1998) ถ้าตัวแปรใดไม่ถึงเกณฑ์จะถูกตัดออก และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) และค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (Composite Reliability: CR)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลลัพธ์การวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยชิ้นนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 มีอายุระหว่าง 46-60 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีอาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้าง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 มีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 10,000-20,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 และอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองขอนแก่น จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง

ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.957 ซึ่งมากกว่า 0.50 และมีค่า Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 9038.890 ค่า df เท่ากับ 630 ค่า Sig เท่ากับ 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตาราง 1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติ factor analysis แสดงผลของ rotation sums of squared loadings

องค์ประกอบ	Total variance explained					
	Extraction sums of squared loadings			Rotation sums of squared loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	16.683	46.340	46.340	5.576	15.488	15.488
2	1.916	5.323	51.664	5.012	13.921	29.409
3	1.712	4.756	56.420	4.341	12.058	41.467
4	1.457	4.046	60.466	3.623	10.063	51.530
5	1.097	3.048	63.514	2.722	7.560	59.091
6	1.030	2.860	66.374	2.622	7.283	66.374

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ จากตาราง 1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติ factor analysis แสดงผลของ rotation sums of squared loadings พบว่า เมื่อพิจารณาค่าไอเกน (eigen value) ซึ่งเป็นผลรวมกำลังสองของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 1 มีทั้งหมด 6 องค์ประกอบ สามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 66.374 ของความแปรปรวนทั้งหมด ภายหลังจากการหมุนแกนแล้วพบว่า องค์ประกอบที่ 1 ลดความสำคัญลง มีความแปรปรวนลดลงจากร้อยละ 16.683 เหลือร้อยละ 5.576 ส่วนองค์ประกอบที่ 2, 3, 4, 5 และ 6 เมื่อหมุนแกนแล้วจะมีค่าความแปรปรวนเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการหมุนแกนผู้วิจัยจึงทำการสกัดองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบดังตาราง 2

จากตาราง 2 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบในแต่ละตัวแปรภายหลังการหมุนแกนแบบอโรทอนอลโดยวิธีแวนแมกซ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบว่าตัวแปรแต่ละตัวควรอยู่ในองค์ประกอบใด ใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบตามเกณฑ์ คือ เลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.30 เลือกรายแถวและรายคอลัมน์แล้ว จึงพิจารณาเป็นองค์ประกอบ โดยจะเลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดบนองค์ประกอบนั้น ถ้าตัวแปรใดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบใกล้เคียงกันหลายค่ามากกว่า 1 องค์ประกอบ (Jamornman, 1980) ตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบทั้ง 6 องค์ประกอบมีดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความเชื่อถือได้ (Reliability) มี 9 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.461-0.735 คือ ตัวแปรที่ 3 พ่อค้า/แม่ค้าจัดอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้องตามรายการสั่งซื้อของท่านเสมอ ตัวแปรที่ 4 พ่อค้า/แม่ค้าคิดราคาอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้องทุกครั้ง ตัวแปรที่ 5 พ่อค้า/แม่ค้าจัดเตรียมอาหาร/เครื่องดื่มให้แก่ท่านในระยะเวลาที่เหมาะสม ตัวแปรที่ 2 พ่อค้า/แม่ค้าแพนลอยอาหารริมทางเจ้าประจำจำหน่าย อาหาร/เครื่องดื่มในช่วงเวลาเร่งรีบเสมอ ตัวแปรที่ 6 พ่อค้า/แม่ค้าตอบสนองความต้องการซื้อของท่านอย่างรวดเร็ว ตัวแปรที่ 1 พ่อค้า/แม่ค้าสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างรวดเร็ว ตัวแปรที่ 7 พ่อค้า/แม่ค้าให้บริการแก่ลูกค้าตามลำดับคิว ตัวแปรที่ 8 พ่อค้า/แม่ค้ามีความพร้อมในการจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม และตัวแปรที่ 9 พ่อค้า/แม่ค้าจัดเตรียมอาหาร/เครื่องดื่มตามรายการสั่งซื้อพิเศษของท่าน

ตาราง 2 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรการรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทางที่หมุนแกนแบบอโคโนลโดยวิธีแวนแมกซ์

ตัวแปร	องค์ประกอบ					
	1	2	3	4	5	6
3. พ่อค้า/แม่ค้าจัดอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้องตามรายการสั่งซื้อของท่านเสมอ	0.735					
4. พ่อค้า/แม่ค้าคิดราคาอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้องทุกครั้ง	0.719					
5. พ่อค้า/แม่ค้าจัดเตรียมอาหาร/เครื่องดื่มให้แก่ท่านในระยะเวลาที่เหมาะสม	0.704					
2. พ่อค้า/แม่ค้าแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำจำหน่าย อาหาร/เครื่องดื่มในช่วงเวลาเร่งรีบเสมอ	0.700					
6. พ่อค้า/แม่ค้าตอบสนองความต้องการซื้อของท่านอย่างรวดเร็ว	0.658					
1. พ่อค้า/แม่ค้าสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างรวดเร็ว	0.651					
7. พ่อค้า/แม่ค้าให้บริการแก่ลูกค้าตามลำดับคิว	0.638					
8. พ่อค้า/แม่ค้ามีความพร้อมในการจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม	0.609					
9. พ่อค้า/แม่ค้าจัดเตรียมอาหาร/เครื่องดื่มตามรายการสั่งซื้อพิเศษของท่าน	0.461					
31. ราคาอาหาร/เครื่องดื่มสมเหตุสมผลกับคุณภาพวัตถุดิบ		0.714				
32. อาหาร/เครื่องดื่มที่ท่านได้รับคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านเสียไป เช่น เวลา การรอคิว และเงิน เป็นต้น		0.688				
30. ปริมาณอาหาร/เครื่องดื่มที่ท่านได้รับเหมาะสมกับราคาขาย		0.676				
29. แพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำมีรายการอาหาร/เครื่องดื่มหลากหลายรายการให้ท่านเลือกซื้อ		0.675				
27. อาหาร/เครื่องดื่มที่วางจำหน่ายบนแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำใหม่สดเสมอ		0.637				
28. อาหาร/เครื่องดื่มที่วางจำหน่ายบนแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำสะอาดปลอดภัย		0.626				
26. อาหาร/เครื่องดื่มที่วางจำหน่ายบนแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำดูน่ารับประทาน		0.626				

ตาราง 2 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรการรับรู้คุณภาพการบริการแพนด้ายอาหารริมทางที่หมุนแกนแบบอโรโกนอล
โดยวิธีแวนนิแมกซ์ (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบ					
	1	2	3	4	5	6
25. ท่านพอใจในรสชาติอาหาร/เครื่องดื่มของแพนด้ายอาหารริมทางเจ้าประจำ		0.490				
17. พ่อค้า/แม่ค้ามีความรู้เกี่ยวกับอาหาร/เครื่องดื่มที่จำหน่าย			0.755			
16. ท่านรู้สึกสบายใจในการสื่อสารกับพ่อค้า/แม่ค้า			0.708			
15. พ่อค้า/แม่ค้าสามารถตอบข้อสงสัยของท่านเกี่ยวกับอาหาร/เครื่องดื่มที่จำหน่าย			0.653			
18. ท่านมั่นใจในแหล่งวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร/เครื่องดื่มของแพนด้ายอาหารริมทางเจ้าประจำ			0.596			
14. แพนด้ายอาหารริมทางเจ้าประจำมีทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับ ราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่จำหน่าย			0.579			
19. ท่านมั่นใจว่าการบริโภคอาหาร/เครื่องดื่มจากแพนด้ายเจ้าประจำจะไม่ทำให้ท่านเป็นโรคทางเดินอาหาร			0.527			
13. การจัดเรียงอาหาร/เครื่องดื่มมีความเป็นระเบียบง่ายต่อการเลือกซื้อ			0.471			
20. พ่อค้า/แม่ค้าแพนด้ายอาหารริมทางเจ้าประจำทราบว่าคุณชอบหรือไม่ชอบบริโภคอาหาร/เครื่องดื่มอะไร				0.760		
22. พ่อค้า/แม่ค้าจดจำรายละเอียดรายการซื้อของท่านได้เป็นอย่างดี				0.746		
21. พ่อค้า/แม่ค้าจัดเตรียมอาหาร/เครื่องดื่มอย่างพิถีพิถัน				0.715		
23. ท่านสังเกตได้ถึงความเอาใจใส่ของพ่อค้า/แม่ค้าในการจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม				0.607		
24. พ่อค้า/แม่ค้ามีอัธยาศัยไมตรีที่ดี				0.558		
12. เครื่องแต่งกายของพ่อค้า/แม่ค้ามีความเหมาะสมในการ จำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม					0.621	
10. บริเวณโดยรอบแพนด้ายอาหารริมทางเจ้าประจำมีความสะอาด เหมาะแก่การจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม					0.593	

ตาราง 2 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรการรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทางที่หมุนแกนแบบอโรโกนอล
โดยวิธีแวนแมกซ์ (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบ					
	1	2	3	4	5	6
11. อุปกรณ์ที่ใช้ในการวางจำหน่ายหรือประกอบอาหาร/เครื่องดื่มมีความสะอาด					0.583	
34. ท่านใช้เวลาเพียงเล็กน้อยในการเดินทางไปยังแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำ						0.698
36. ท่านสามารถสั่งซื้ออาหาร/เครื่องดื่มจากแพนดอยอาหารริมทางล่วงหน้าได้						0.634
33. การเดินทางไปยังแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำมีความสะดวก						0.591
35. ที่ตั้งของแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำเป็นแหล่งสัญจรของผู้คน /สถานที่ทำงาน/ที่พักอาศัย						0.573

องค์ประกอบที่ 2 ความคุ้มค่าและคุณภาพอาหาร มี 8 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.490-0.714 คือ ตัวแปรที่ 31 ราคาอาหาร/เครื่องดื่มสมเหตุสมผลกับคุณภาพวัตถุดิบ ตัวแปรที่ 32 อาหาร/เครื่องดื่มที่ท่านได้รับคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านเสียไป เช่น เวลา การรอคิว และเงิน เป็นต้น ตัวแปรที่ 30 ปริมาณอาหาร/เครื่องดื่มที่ท่านได้รับเหมาะสมกับราคาขาย ตัวแปรที่ 29 แพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำมีรายการอาหาร/เครื่องดื่มหลากหลายรายการให้ท่านเลือกซื้อ ตัวแปรที่ 27 อาหาร/เครื่องดื่มที่วางจำหน่ายบนแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำใหม่สดเสมอ ตัวแปรที่ 28 อาหาร/เครื่องดื่มที่วางจำหน่ายบนแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำสะอาดปลอดภัย ตัวแปรที่ 26 อาหาร/เครื่องดื่มที่วางจำหน่ายบนแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำดูน่ารับประทาน และตัวแปรที่ 25 ท่านพอใจในรสชาติอาหาร/เครื่องดื่มของแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำ

องค์ประกอบที่ 3 ความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้ (Assurance & Tangible) มี 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.558-0.760 คือ ตัวแปรที่ 17 พ่อค้า/แม่ค้ามีความรู้เกี่ยวกับอาหาร/เครื่องดื่มที่จำหน่าย ตัวแปรที่ 16 ท่านรู้สึกสบายใจในการสื่อสารกับพ่อค้า/แม่ค้า ตัวแปรที่ 15 พ่อค้า/แม่ค้าสามารถตอบข้อสงสัยของท่านเกี่ยวกับ อาหาร/เครื่องดื่มที่จำหน่าย ตัวแปรที่ 18 ท่านมั่นใจในแหล่งวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร/เครื่องดื่มของแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำ ตัวแปรที่ 14 แพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำมีทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับราคาอาหาร/เครื่องดื่มที่จำหน่าย ตัวแปรที่ 19 ท่านมั่นใจว่าการบริโภคอาหาร/เครื่องดื่มจากแพนดอยเจ้าประจำจะไม่ทำให้ท่านเป็นโรคทางเดินอาหาร และตัวแปรที่ 13 การจัดเรียงอาหาร/เครื่องดื่มมีความเป็นระเบียบง่ายต่อการเลือกซื้อ

องค์ประกอบที่ 4 ความเอาใจใส่ (Empathy) มี 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.56-0.76 คือ ตัวแปรที่ 20 พ่อค้า/แม่ค้าแพนดอยอาหารริมทางเจ้าประจำทราบว่าท่านชอบหรือไม่ชอบบริโภคอาหาร/เครื่องดื่มอะไร ตัวแปรที่ 22 พ่อค้า/แม่ค้าจดจำรายละเอียดรายการซื้อของท่านได้เป็นอย่างดี ตัวแปรที่ 21 พ่อค้า/แม่ค้าจัดเตรียมอาหาร/เครื่องดื่มอย่างพิถีพิถัน ตัวแปรที่ 23 ท่านสังเกตได้ถึงความเอาใจใส่ของพ่อค้า/แม่ค้าในการจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม และตัวแปรที่ 24 พ่อค้า/แม่ค้ามีอัธยาศัยไมตรีที่ดี

องค์ประกอบที่ 5 สุขอนามัย (Hygiene) มี 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.583-0.624 คือ ตัวแปรที่ 12 เครื่องแต่งกายของพ่อค้า/แม่ค้ามีความเหมาะสมในการจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม ตัวแปรที่ 10 บริเวณโดยรอบแพนดอยอาหาร

ริมทางเจ้าประจำมีความสะอาด เหมาะแก่การจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม และตัวแปรที่ 11 อุปกรณ์ที่ใช้ในการวางจำหน่ายหรือประกอบอาหาร/เครื่องดื่มมีความสะอาด

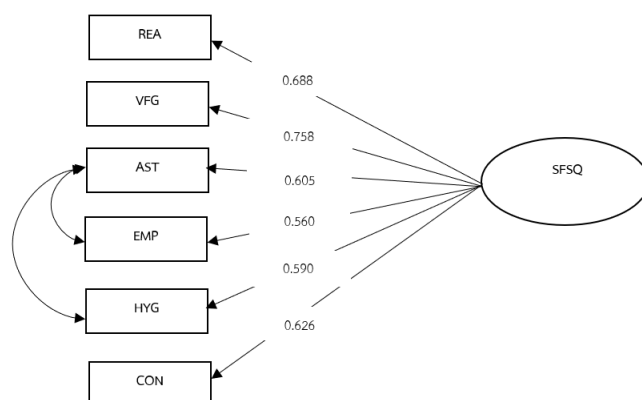
องค์ประกอบที่ 6 ความสะดวก (Convenience) มี 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.473-0.698 คือ ตัวแปรที่ 34 ท่านใช้เวลาเพียงเล็กน้อยในการเดินทางไปยังแผงลอยอาหารริมทางเจ้าประจำ
ตัวแปรที่ 36 ท่านสามารถสั่งซื้ออาหาร/เครื่องดื่มจากแผงลอยอาหารริมทางล่วงหน้าได้ ตัวแปรที่ 33 การเดินทางไปยังแผงลอยอาหารริมทางเจ้าประจำมีความสะดวก และตัวแปรที่ 35 ที่ตั้งของแผงลอยอาหารริมทางเจ้าประจำเป็นแหล่งสัญจรของผู้คน / สถานที่ทำงานที่พักอาศัย

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้และค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE)	ค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (CR)
องค์ประกอบที่ 1 ความเชื่อถือได้	0.43	0.87
องค์ประกอบที่ 2 ความคุ้มค่าและคุณภาพอาหาร	0.42	0.85
องค์ประกอบที่ 3 ความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้	0.38	0.81
องค์ประกอบที่ 4 ความเอาใจใส่	0.47	0.81
องค์ประกอบที่ 5 สุขอนามัย	0.36	0.63
องค์ประกอบที่ 6 ความสะดวก	0.39	0.72

จากตาราง 3 ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) และค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (CR) แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบมีค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้น้อยกว่า 0.5 อย่างไรก็ตาม Fornell & David (1981 อ้างถึงใน Muhamad Safiiah & Azreen, 2016) Claes & Larcker (1981, อ้างถึงใน Safdari et al., 2022) Fornell & Larcker (1981 อ้างถึงใน Juanamasta et al., 2023), และ Manfrin et al. (2019) ระบุว่า หากค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) น้อยกว่า 0.5 แต่ค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (CR) มากกว่า 0.6 ค่าความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (convergent validity) อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการรับรู้คุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง



Chi-square = 13.822, df = 7, P-value = 0.054, CMIN/DF = 1.975, GFI = 0.987, AGFI = 0.961,

CFI = 0.995, RMSEA = 0.052, RMR = 0.005

รูปภาพประกอบ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการรับรู้คุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง

จากรูปภาพประกอบ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง เมื่อนำมาพิจารณาความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวมจากค่าสถิติต่าง ๆ ที่ได้จากการคำนวณ พบว่า การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.054$) และเมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่เกณฑ์กำหนดไว้ในระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 และ 0.95 พบว่า ดัชนี GFI = 0.987, AGFI = 0.961, CFI = 0.995 ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนี RMR = 0.005 และ RMSEA = 0.052 $\leq$ 0.08 ผ่านเกณฑ์ที่เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ดัชนี CMIN/DF เท่ากับ 1.975 ด้วย จึงสรุปได้ว่า โมเดลการรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทางที่ได้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตาราง 4

ตาราง 4 ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์
Chi-square	$.05 < p \leq 1.00$ (Schermelel-Engel et al., 2003)	0.054
CMIN/DF	≤ 2 (Schermelel-Engel et al., 2003)	1.975
GFI	≥ 0.90 (Hooper et al., 2008)	0.987
AGFI	≥ 0.90 (Hooper et al., 2008)	0.961
CFI	≥ 0.95 (Hu & Bentler, 1999)	0.995
RMR	เข้าใกล้ 0 (Schermelel-Engel et al., 2003)	0.005
RMSEA	< 0.08 (Hooper et al., 2008)	0.052

เมื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลการรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 6 มีค่าเป็นบวก และมีค่ามากกว่า 0.30 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Kim & Mueller, 1978, อ้างถึงใน Thanvisitthpon, 2021) โดยตัวชี้วัดความคุ้มค่าและคุณภาพอาหาร (VFQ) มีความสำคัญมากที่สุด (factor loading = 0.758) มีความผันแปรร่วมกัน การรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง ร้อยละ 87.0 รองลงมาได้แก่ ความเชื่อถือได้ (REA) (factor loading = 0.688) มีความผันแปรร่วมกัน การรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง ร้อยละ 82.9 ความสะดวก (CON) (factor loading = 0.626) มีความผันแปรร่วมกัน การรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง ร้อยละ 79.1 ความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้ (AST) (factor loading = 0.605) มีความผันแปรร่วมกัน การรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง ร้อยละ 77.8 สุขอนามัย (HYG) (factor loading = 0.590) มีความผันแปรร่วมกัน การรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง ร้อยละ 76.8 และความเอาใจใส่ (EMP) (factor loading = 0.560) มีความผันแปรร่วมกัน การรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง ร้อยละ 74.9 ตามลำดับ ดังตาราง 5

ตาราง 5 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลการรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง

การรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง (SFSQ)	Factor Loading			R ²
	b	S.E.	Beta	
1. ความเชื่อถือได้ (REA)	0.955	0.055	0.688	0.829
2. ความคุ้มค่าและคุณภาพอาหาร (VFQ)	1.050	0.057	0.758	0.870
3. ความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้ (AST)	0.927	0.059	0.605	0.778
4. ความเอาใจใส่ (EMP)	0.936	0.062	0.560	0.749
5. สุขอนามัย (HYG)	1.030	0.066	0.590	0.768
6. ความสะดวก (CON)	1.000		0.626	0.791

* $p < 0.05$

4.2 การอภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงมีพฤติกรรมซื้ออาหารให้ตนเองและครอบครัวมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 46-60 ปี เนื่องจากช่วงวัยดังกล่าวเป็นช่วงวัยของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารเข้าบ้านเป็นหลัก มีอาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้าง เนื่องจากเป็นอาชีพยอดนิยมของตลาดแรงงาน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจากประเทศไทยเน้นการผลิตบัณฑิตในระดับปริญญาตรีเพื่อการมีงานทำ (Pimpa, 2018) มีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 10,000-20,000 บาท ซึ่งเป็นไปตามช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของระบบบัญชีข้อมูล จังหวัดขอนแก่น (2566) ที่ระบุว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจังหวัดขอนแก่นอยู่ที่ 18,095 บาท และอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองขอนแก่น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีประชากรอาศัยจำนวนมากกว่าอำเภออื่นในจังหวัดขอนแก่น

องค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง พบว่า มี 6 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความเชื่อถือได้ ความคุ้มค่าและคุณภาพสินค้า ความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้ ความเอาใจใส่ สุขอนามัย และความสะอาด

องค์ประกอบที่ 1 ความเชื่อถือได้ สิ่งสำคัญในการใช้บริการของผู้บริโภค คือ ความเชื่อถือได้จากการซื้อสินค้าหรือการบริการ เช่น รายละเอียดคำสั่งซื้อทุกรายการเป็นไปตามที่สั่งซื้อ ราคาสินค้าเป็นราคาที่คำนวณอย่างถูกต้อง และหากผู้บริโภคมีคำสั่งซื้อพิเศษ ผู้ให้บริการต้องจัดเตรียมสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น สอดคล้องกับที่ Gopi & Samat (2020) กล่าวว่า ความเชื่อถือได้เป็นปัจจัยสำคัญของการบริการ ซึ่งสื่อถึงการรับประกันความพึงพอใจของผู้บริโภค เช่นเดียวกับ Gamtui et al. (2023) ที่ระบุว่าความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญในการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า และ Eresia-Eke et al. (2020) ที่พบว่าความน่าเชื่อถือส่งผลให้ลูกค้าเกิดการอุปถัมภ์อาหารริมทาง

องค์ประกอบที่ 2 ความคุ้มค่าและคุณภาพอาหาร ผู้บริโภคมองว่าแผงลอยอาหารริมทางมีค่าใช้จ่ายในการตั้งแผงลอยต่ำ ราคาอาหารจึงต่ำกว่าร้านอาหารรูปแบบอื่น รวมทั้งได้รับปริมาณอาหารมากกว่าร้านอาหารรูปแบบอื่น สอดคล้องกับ Wiatrowski et al. (2021) ที่กล่าวว่า ราคาอาหารเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแผงลอยอาหารริมทาง และราคาอาหารต้องสมเหตุสมผล เพราะส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารที่ได้รับ (Yeap et al., 2020) ขณะที่ Gupta et al. (2018) ที่ระบุว่าความคุ้มค่าคือ หนึ่งในความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค โดยอาหารริมทางมีคุณประโยชน์ด้านปริมาณอาหาร ราคา และรสชาติอาหาร สอดคล้องกับที่ Jeaheng & Han (2020) ระบุว่า คุณภาพสินค้าและความคุ้มค่าเป็นสองคุณลักษณะสำคัญของอาหารริมทาง เช่นเดียวกับ Anu & Manorselvi (2021) ที่ระบุว่า คุณภาพอาหารและความหลากหลายของรายการอาหาร ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และ Hui Kee et al. (2024) ที่กล่าวว่า คุณภาพสินค้าและราคาเป็นสองในสามปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ประเมินอาหารริมทาง รสชาติอาหารที่ดีจะเป็นจุดขายให้กับแผงลอยอาหารริมทาง การจัดวางอาหารสวยงามช่วยเพิ่มความอยากอาหาร ยอดขาย และความชอบของผู้บริโภค

องค์ประกอบที่ 3 ความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้ Gronroos (1990, อ้างถึงใน Gopi & Samat, 2020) ระบุว่าความมั่นใจเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ คือ เจ้าของแผงลอยที่ให้ข้อมูลอาหารโดยตรง ปรับสัดส่วนของวัตถุดิบและเครื่องปรุงตามความต้องการของลูกค้า และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีกับลูกค้า เพราะคาดหวังให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ หรือเกิดการบอกต่อ และแผงลอยอาหารริมทางมักจัดพื้นที่ปรุงอาหาร จัดเรียงวัตถุดิบ และอุปกรณ์เครื่องครัว ให้ผู้บริโภคมองเห็นง่าย สอดคล้องกับ Karamustafa & Ülker (2019) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคต้องการเห็นกระบวนการปรุงอาหาร ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและสามารถประเมินเบื้องต้นจากสิ่งที่มองเห็นว่าอาหารสะอาดปลอดภัยอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับที่ Etuk et al. (2022) กล่าวว่า สิ่งที่ต้องได้มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภค

องค์ประกอบที่ 4 ความเอาใจใส่ แผงลอยอาหารริมทางมักมีเจ้าของเป็นผู้ให้บริการโดยตรง ซึ่งเจ้าของจะพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบ การปรุงอาหาร และการบริการ เช่น การจํารายละเอียดคำสั่งซื้อของลูกค้าประจำ หรือคำสั่งซื้อที่มีรายละเอียดเฉพาะ เป็นต้น ด้วยเป้าหมายทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับ Jeaheng & Han (2020) ที่กล่าวว่า การบริการของพนักงานเป็นหนึ่งในคุณลักษณะสำคัญของอาหารริมทาง และ Teangsompong et al. (2024) ที่กล่าวว่า

การบริการของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารริมทาง รวมทั้งผลการวิจัย Eresia-Eke et al. (2020) ที่บ่งชี้ว่าความเอาใจใส่ของพนักงานส่งผลให้ลูกค้าเกิดการอุปถัมภ์อาหารริมทาง

องค์ประกอบที่ 5 สุขอนามัย ความคาดหวังของผู้บริโภคจากการประทานอาหารที่ปรุงนอกบ้าน คือ ได้รับประทานอาหารมีคุณภาพและมีสุขอนามัยที่ดีในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคจากอาหาร (Djelic et al., 2014) หากแพนดอยอาหารริมทางมีการจัดการอาหารไม่เหมาะสม อาจก่อให้เกิดความผิดปกติแก่ร่างกาย ดังนั้นผู้บริโภคจึงใช้เกณฑ์ในการประเมินด้านสุขอนามัยของแพนดอยอาหารริมทาง ประการแรก คือ เครื่องแต่งกายของผู้ให้บริการ เช่น การใส่ผ้ากันเปื้อน สวมหมวกเก็บเส้นผม และสวมถุงมือเมื่อสัมผัสอาหาร ประการต่อมา คือ การประเมินสิ่งแวดล้อมโดยรอบของแพนดอย เช่น แพนดอยอาหารริมทางตั้งอยู่ห่างจากบริเวณที่ทิ้งขยะ ท่อน้ำเสีย หรือร้านจำหน่ายของเก่า เป็นต้น สอดคล้องกับ Sirimongkol (2022) ที่กล่าวว่า สุขอนามัย คือ ภาพรวมความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ ประการสุดท้าย คือ การสังเกตความสะอาดของอุปกรณ์การปรุงอาหารหรือจำหน่ายอาหาร เช่น ผ้าเช็ดอุปกรณ์ ตู้กระจกสำหรับเก็บอาหาร และการล้างทำความสะอาดอุปกรณ์ เป็นต้น สอดคล้องกับ Dogan & Tekiner (2020) ที่ระบุว่าคุณภาพด้านสุขอนามัยมีความจำเป็นมากในภาคส่วนบริการอาหารเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และ Hui Kee et al. (2024) ที่ระบุว่า สุขอนามัยเป็นหนึ่งในสามปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินอาหารริมทาง

องค์ประกอบที่ 6 ความสะดวก แพนดอยอาหารริมทางมักมีที่ตั้งที่ง่ายต่อการเข้าถึง โดยเฉพาะริมถนนหรือจุดสัญจรต่างๆ และแพนดอยอาหารริมทางมักเปิดจำหน่ายอาหารในช่วงเวลาเช้าตรู่ หรือช่วงกลางวัน ซึ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการซื้อ ความสะดวกจึงกลายเป็นจุดเด่นสำคัญของแพนดอยอาหารริมทาง สอดคล้องกับ Sousa et al. (2022) ที่ระบุว่าความรวดเร็วเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริการ เช่นเดียวกับ Hui Kee et al. (2024) ที่ระบุว่าอาหารริมทางได้รับความนิยม เพราะความสะดวกที่มีให้กับผู้บริโภค และ Mohammed & Shehasen (2020) และ Loh & Hassan (2022) ที่ระบุว่า ความสะดวกสลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคอาหารริมทาง

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าองค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทาง ประกอบไปด้วย ความเชื่อถือได้ ความคุ้มค่าและคุณภาพอาหาร ความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้ ความเอาใจใส่ สุขอนามัย และความสะดวก ทั้งนี้จากภาพประกอบ 2 แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้และความเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กัน อาจเป็นเพราะความมั่นใจและความเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ และองค์ประกอบความมั่นใจและสิ่งที่จับต้องได้ และสุขอนามัยมีความสัมพันธ์กัน อาจเป็นเพราะการประเมินด้านสุขอนามัยของแพนดอยอาหารริมทาง ผู้บริโภค จะพิจารณาจากสิ่งที่ผู้บริโภคมองเห็นจากแพนดอย

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สถิติที่สำคัญที่ใช้ในการประมวลผลการวิจัยเรื่องนี้ คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและเชิงยืนยัน ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะให้ประมวลผลโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง (second order confirmatory factor analysis) เพื่อยืนยันตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร หรือนำตัวแปรองค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการแพนดอยอาหารริมทางไปศึกษาความสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรตามอื่น ๆ เช่น ความภักดี การบอกปากต่อปาก และ ความผูกพัน เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการของแพนดอยอาหารริมทางยังไม่แพร่หลายนัก ทั้งที่ประเทศไทยมีแพนดอยอาหารริมทางจำนวนมาก ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงสามารถสร้างคุณค่าทางวิชาการกล่าวคือ นักวิจัยสามารถนำองค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการของแพนดอยอาหารริมทางไปศึกษาความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นได้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศบาลเมือง เทศบาลตำบล หรือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เป็นต้น สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการของแพนดอยอาหารริมทาง หรือกำหนดมาตรการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง

ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง โดยผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงองค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการสามารถมุ่งเน้นบริหารจัดการองค์ประกอบดังกล่าวบนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการ ดังนี้ ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญกับรายละเอียดคำสั่งซื้อของลูกค้ารายบุคคล คำนวณราคาสินค้าด้วยความแม่นยำ เปิด-ปิดแผงลอยตามเวลาที่แจ้งกับลูกค้า ให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อนหลัง จัดเตรียมอาหาร/เครื่องดื่มด้วยวัตถุดิบ อุปกรณ์ และการปรุงที่ถูกต้องลักษณะ สวมใส่ผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม และถุงมือขณะให้บริการแก่ลูกค้า คำนึงถึงที่ตั้งแผงลอยที่ผู้บริโภคเข้าถึงง่าย กำหนดราคาขายโดยคำนึงถึงคุณภาพ ปริมาณ ท่าเลที่ตั้ง และต้นทุนอื่นอย่างเหมาะสม ซึ่งกิจกรรมที่กล่าวมานี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการเกิดประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ ได้รับผลกำไรตามที่ผู้ประกอบการต้องการ และผู้บริโภคจะกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือการบอกต่อต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

หลักการแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ Stevens et al. (1995) และ Parasuraman et al. (1988) ได้แก่ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง สิ่งที่ต้องได้ ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ เป็นแนวคิดคุณภาพการบริการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจการบริการหลากหลายธุรกิจ แผงลอยอาหารริมทางเป็นธุรกิจบริการที่มีลักษณะเฉพาะ ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มองค์ประกอบด้านคุณภาพอาหาร ราคาและคุณค่า และความสะอาด และประมวผลทางสถิติด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและเชิงยืนยัน ทำให้ได้องค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทาง ดังนี้ ความเชื่อถือได้ ความคุ้มค่าและคุณภาพสินค้า ความมั่นใจและสิ่งที่จะต้องได้ ความเอาใจใส่ สุขอนามัย และความสะอาด โดยผู้ประกอบการแผงลอยอาหารริมทางสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงและรักษาระดับการรับรู้คุณภาพการบริการแผงลอยอาหารริมทางในมุมมองของผู้บริโภคต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ธีรรัตน์ กัปโก อมรรัตน์ เตชะนอก และ พระครูวินัยธรวรวิมุตติ เตชะมโน (เสียงเหี้ย). (2567). กลยุทธ์ การ พัฒนา สร้าง ความเป็นเลิศ ของ ผู้ ประกอบ การ ร้าน อาหาร (SME) ใน เขต พื้นที่ จังหวัด ขอนแก่น. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 6(4), 2252-2269.
- นิสรัตน์ อุณจันท์ อภิรดี วงศ์ศิริ และบัวพันธ์ พรหมพักพิง. (2567). ศักยภาพ ในการ สร้าง เครือ ข่าย ให้ ความ ช่วยเหลือ ใน ด้านการ มี อาหาร ของ ครัวเรือน คนจน เมือง ใน เขต เทศบาล นคร ขอนแก่น จังหวัด ขอนแก่น. *Local Administration Journal*, 17(3), 363-380.
- มณวิภา ยาเจริญ. (2566). แนวทางพัฒนาการบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว ย่านตลาดใต้รุ่ง ในเขตคูเมืองเก่า จังหวัด เชียงใหม่. *วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์*, 10(2), 51-67.
- ระบบบัญชีข้อมูล จังหวัดขอนแก่น. (2566). รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน. ค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2567. จาก https://khonkaen.gdcatalog.go.th/dataset/dataset_13_11/resource/9238f4c0-9403-49d1-8b16-f4af4fa497af.
- สกุลชัย เก่งอนันตานนท์. (2567). ทำไมขอนแก่นได้ชื่อว่าเป็นเมืองเศรษฐกิจ แล้วคนรุ่นใหม่มีโอกาสทางธุรกิจมากแค่ไหน?. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2568, จาก <https://thestandard.co/why-is-khon-kaen-known-as-an-economic-city/>.
- Anu, B., & Manorselvi, A. (2021). Influence of service quality in restaurant and its impact on customer satisfaction. *International Journal of Management (IJM)*, 12(3), 1112-1117.
- Bayraktar, Y. (2024). Sustainability in street food: Elaboration likelihood model (ELM) and image theory perspective. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 38, 101029.
- Bencsik, P., Lusher, L. & Taylor, R. (2025). Slow traffic, fast food: the effects of time lost on food store choice,

- Journal of Urban Economics*, 146(2025), 103737,
- Choi, J., Lee, A., & Ok, C. (2013). The effects of consumers' perceived risk & benefit on attitude & behavioral intention: a study of street food. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30, 222–237.
- Chun, S.-H., & Nyam-Ochir, A. (2020). The Effects of fast food restaurant attributes on customer satisfaction, revisit intention, & recommendation using DINESERV scale. *Sustainability*, 12, 7435.
- Djekic, I., Smigic, N., Kalogianni, E. P., Rocha, A., Zamioudi, L., & Pacheco, R. (2014). Food hygiene practices in different food establishments. *Food Control*, 39, 34–40.
- Dogan, M., & Tekiner, H. (2020). On-site & one-year monitoring of food service business risks associated with poor hygiene quality in the catering establishments for consumer protection. *Journal of Foodservice Business Research*, 24(3), 274–285.
- Eresia-Eke, C. E., Milongo, G., & Mogotsi, N. B. (2020). Perceptions of service quality dimensions and patronage of street food vendors in South African townships. *The Retail and Marketing Review*, 16(1), 100–112.
- Etuk, A., Anyadighibe, J. A., Amadi, C., & James, E. E. (2022). Service quality delivery and consumers' choice of fast-food outlets. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 9(2), 264–273.
- Gaffar, V., Tjahjono, B., Abdullah, T., Sari, M., & Rofaida, R. (2022). Unfolding the impacts of a prolonged COVID-19 pandemic on the sustainability of culinary tourism: Some insights from micro and small street food vendors. *Sustainability*, 14(1), 497.
- Gamtui, K., Kerdpitak, N., & Pongpeng, T. (2023). Customer satisfaction with the service quality of street food restaurant for Suan Sunandha Rajabhat University students, case study in Yaowarat street, Bangkok, Thailand. In *The 4th International Conference on Management, Innovation, Economics and Social Sciences* (pp. 910–917).
- Ge, Y., Yuan, Q., Wang, Y., & Park, K. (2021). The structural relationship among perceived service quality, perceived value, and customer satisfaction: Focused on Starbucks reserve coffee shops in Shanghai, China. *Sustainability*, 13(15), 8633.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide & reference 11.0 update* (4th ed.). Allyn & Bacon.
- Gopi, B., & Samat, N. (2020). The influence of food trucks' service quality on customer satisfaction & its impact toward customer loyalty. *British Food Journal*, 122(10), 3213–3226.
- Gupta, V., Khanna, K., & Gupta, R. K. (2018). A study on the street food dimensions and its effects on consumer attitude & behavioural intentions. *Tourism Review*, 73(3), 374–388.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Prentice Hall International.
- Hanaysha, J., & Pech, R. (2018). Brand prestige & the mediating role of word of mouth in the fast food industry. *Global Business Review*. Advance online publication.
- Gopi, B., & Samat, N. (2020). The influence of food trucks' service quality on customer satisfaction & its impact toward customer loyalty. *British Food Journal*, 122(10), 3213–3226.
- Gupta, V., Khanna, K., & Gupta, R. K. (2018). A study on the street food dimensions and its effects on consumer attitude & behavioural intentions. *Tourism Review*, 73(3), 374–388.

- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Prentice Hall International.
- Hanaysha, J., & Pech, R. (2018). Brand prestige & the mediating role of word of mouth in the fast food industry. *Global Business Review*. Advance online publication.
- Harthy, K. A., Karim, A. M., & Rahid, A. O. (2021). Investigating determinants of street food attributes and tourist satisfaction: an empirical study of food tourism perspective. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 11(2), 168-185.
- Hashim, N. A., & Hamzah, H. (2024). An analysis of Malaysian halal street food vendors' service quality. *International Journal of Academic Reserach in Economics and Management Sciences*, 13(1), 233-247.
- 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.
- Hui Kee, W., Amin, U.U., Sulong, S.N., Arifin, A., Bakar, A.M.F.A., & Azeman, A.S. (2024). The influence of food quality, hygiene, price & revisit Intention towards street food in Dannok, Thailand. *Asian Journal of Research in Education & Social Sciences*, 6(1), 358-371.
- Hu, L.-T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Jalilvard, M. R., Salimipour, S., Elyasi, M., & Mohammadi, M. (2017). Factors influencing word of mouth behaviour in the restaurant industry. *Marketing Intelligence & Planning*, 35, 81-110.
- Jamornman, U. (1980). *Methods of factor analysis*. Bangkok: Department of Educational Research, Faculty of Education, Chulalongkorn University.
- Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., Chua, B.-L. Ngah, A.H., Ryu, H.B., Ariza-Montes, A., & Han, H. (2023). Influence of Thai street food quality, price, and involvement on traveler behavioral intention: exploring cultural difference (Eastern versus Western). *Psychology Research & Behavior Management*, 16, 223-240.
- Jeaheng, Y., & Han, H. (2020). Thai street food in the fast growing global food tourism industry: Preference & behaviors of food tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 45, 641-655.
- Juanamasta, I. G., Aungsuroch, Y., Fisher, M. L., & Nursalam. (2023). Reliability and validity of the Indonesian version of the McCloskey/Mueller satisfaction scale. *Journal of Nursing Management*, 1, 9999650.
- Karamustafa, K., & Ülker, P. (2019). Impact of tangible and intangible restaurant attributes on overall experience: a consumer oriented approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(4), 1-24.
- Kim, W. G., Ng, C. Y. N., & Kim, Y. (2009). Influence of institutional DINESERV on customer satisfaction, return intention, and word-of-mouth. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 10-17.
- Loh, Z., & Hassan, S. H. (2022). Consumers' attitudes, perceived risks and perceived benefits towards repurchase intention of food truck products. *British Food Journal*, 124(4), 1314-1332.
- Ma, J., & Kim, C. (2021). How does salespeople's personal interaction affect customers' word-of-mouth in retailing? *Journal of Asia Business Studies*, 16(6), 833-849.

- Manfrin, A., Apampa, B., & Parthasarathy, P. (2019). A conceptual model for students' satisfaction with team-based learning using partial least squares structural equation modelling in a faculty of life sciences, in the United Kingdom. *Journal of Educational Evaluation for Health Professions*, 16(36), 10-3352.
- Mohammed, A. S., & Shehasen, M. Z. (2020). Street food consumption and associated health risk. *International Journal of Research Studies in Agricultural Sciences*, 6, 8-18.
- Muhamad Safiih, L. & Azreen, N. (2016). Confirmatory factor analysis approach. *Malaysian Journal of Mathematical Sciences*, 10(March), 41- 51.
- Nuyken, M., Zilbershtein, D., & Rauf, A. (2022). Generation Z's perspective on restaurant service quality. *Research in Hospitality Management*, 12(3), 309–318.
- Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multiple- item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pimpa, P. (2018). Current Thai education. *Academic Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus*, 7(1), 242–249.
- Polas, M. R. H., Raju, V., Hossen, S. M., Karim, A. M., & Tabash, M. I. (2022). Customer's revisit intention: empirical evidence on Gen-Z from Bangladesh towards halal restaurants. *Journal of Public Affairs*, 22(3), e2572.
- Rajput, A., & Gahfoor, R. Z. (2020). Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants. *Future Business Journal*, 6(13), 1-12.
- Rakha, A., Fatima, M., Bano, Y., Khan, M. A., Chaudhary, N., & Aadil, R. M. (2022). Safety and quality perspective of street vended foods in developing countries. *Food Control*, 138, 109001.
- Safdari, R., Yu, P., Khenarinezhad, S., Ghazanfari Savadkoohi, E., Javanmard, Z., Yousefi, A., & Barzegari, S. (2022). Validity and reliability of the persian version of the patient readiness to engage in health information technology (PRE-HIT) instrument. *BMC Primary Care*, 23(1), 50.
- Said, H., Sukarno, A., Razak, Z., Ahmad, S.N.B. & Rashid, S. (2018). The Impact of service quality on customers' positive word of mouth towards food truck business in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 8(9), 1919-1940.
- Salamandane, A., Malfeito-Ferreira, M., & Brito, L. (2023). The socioeconomic factors of street food vending in developing countries and its implications for public health: a systematic review. *Foods*, 12(20), 3774.
- Saneva, D., & Chortoseva, S. (2018). Service quality in restaurants: customers' expectation & customers' perception. *SAR Journal - Science & Research*, 1(2), 47–52.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance & descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online* 2003, 8(2), 23-74.
- Seo, K.H., & Lee, J.H. (2021). Understanding risk perception toward food safety in street food: the relationships among service quality, values, and repurchase intention. *International Journal of Environmental Research & Public Health* 2021, 18, 6826.

- Siddiqui, K. (2013). Heuristics for sample size determination in multivariate statistical techniques. *World Applied Sciences Journal*, 27(2), 285-287.
- Sinha, A. P., Srivastava, P., Srivastava, S. K., Asthana, A. K., & Nag, A. (2024). Customer satisfaction and loyalty for online food services provider in India: an empirical study. *Vision*, 28(3), 327-343.
- Sirimongkol, T. (2022). The effects of restaurant service quality on revisit intention in pandemic conditions: an empirical study from Khonkaen, Thailand. *Journal of Foodservice Business Research*, 25(2), 233-251.
- Slack, N. J., Singh, G., Ali, J., Lata, R., Mudaliar, K., & Swamy, Y. (2021). Influence of fast-food restaurant service quality and its dimensions on customer perceived value, satisfaction and behavioural intentions. *British Food Journal*, 123(4), 1324-1344.
- Sousa, S., Lança de Moraes, I., Albuquerque, G., Gelormini, M., Casal, S., Pinho, O., ... & Padrão, P. (2022). Patterns of street food purchase in cities from Central Asia. *Frontiers in nutrition*, 9, 925771.
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). Dineserv: a tool for measuring service quality in restaurants. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 56-60.
- Teangsompong, T., Yamapewan, P., & Sawangproh, W. (2024). Consumer trust in Thai street food vendors: implications for the post-pandemic era. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 44(13/14), 16-48.
- Thanvisitthpon, N. (2021). Statistically validated component- and indicator-level requirements for sustainable Thai homestay businesses. *Sustainability*. 13(2), 936. 10.3390/su13020936.
- Üstünsoy, E., Dedeoglu, B. B., Şahin Perçin, N., & Solunoğlu, A. (2024). Do food quality, service quality, and hygiene practices in street food affect satisfaction and behavioral intentions? The role of emotion: in Istanbul and Bangkok. *Journal of Foodservice Business Research*, 1-30.
- Wiatrowski, M., Czarniecka-Skubina, E., & Trafiałek, J. (2021). Consumer eating behavior and opinions about the food safety of street food in Poland. *Nutrients*, 13(2), 594.
- Wibisono, T., & Lukito, N. (2020). Factors that influence word of mouth behavior in fast food restaurants. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 151(2020), 197-201.
- Yeap, J. A., Ong, K. S. G., Yapp, E. H., & Ooi, S. K. (2020). Hungry for more: understanding young domestic travellers' return for Penang street food. *British Food Journal*, 122(6), 1935-1952.
- Yeong, S. N., Knox, D., & Prabhakar, G. (2022). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian resort hotels: the role of empathy, reliability and tangible dimensions of service quality. *International Journal of Services and Operations Management*, 41(4), 444-462.



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 : อยู่ถัดลงมาจากชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวตรง และใส่เครื่องหมายดอกจันใน รูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (Corresponding Author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็น ลำดับแรก

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

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

เนื้อหาในบทความ : หัวเรื่อง Introduction Materials and Methods Results Discussion and Conclusions Acknowledgements และ References ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับ คำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือ ตัวเลขที่นำเสนองานรูปภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบาย เชิงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

3. บทความภาษาไทย

ชื่อเรื่อง : ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษรรวมเว้นวรรค ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวปกติ และใส่เครื่องหมายดอกจันใน รูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (Corresponding Author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้ เป็นลำดับแรก

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

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

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

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับ คำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือ ตัวเลขที่นำเสนอในรูปภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบาย เเงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

การอ้างอิงเอกสาร

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค (comma) และ ปีที่พิมพ์ เช่น (Smith, 2005)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค และ ปีที่พิมพ์ เช่น (Smith and Xu, 2005) และให้ใช้เครื่องหมายเซมิโคลอน (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Smith, 2005; Smith and Xu, 2005)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วย et al., และปีที่พิมพ์ตามลำดับ (Smith et al., 2005)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อ-สกุลผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดมและ พยอม สิงเสนห์, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เครื่องหมาย จุลภาคตามด้วยปีที่พิมพ์ตามลำดับ (พยอม สิงเสนห์ และคณะ, 2548)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาไทย)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)
ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

หนังสือ

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

รายงานทางวิชาการ

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

วิทยานิพนธ์

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

รายงานการประชุม

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

วารสาร

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

หนังสือพิมพ์

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

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ :

เว็บเพจ

ชวณะ ภวานันท์. (2548). ธุรกิจสวาไทยน่าก้าวไกลไปกว่านี้. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก
<http://www.buinesstgai.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., Hanks, 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