

หลักสูตรระดับปริญญาเอก
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

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	
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.)	นวัตกรรมจัดการการตลาดสมัยใหม่	
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วท.ม.)	การจัดการสมาร์ตซิติ์และนวัตกรรมดิจิทัล	



- การประยุกต์ระบบต้นทุนงานสั่งทำในการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ซึ่งหรีดแปรรูป : แนวทางบัญชีต้นทุนเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมอาหารทางเลือก
สิริยุพา เลิศกาญจนภาพร และ อิศรา วัฒนนมาเกษม
- ผลกระทบความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ณัฐมนพร วรธนชัย
- แนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการพาหนะไทยจังหวัดขอนแก่น
อนุชัย ภูแสนศรี และ รุจิรัตน์ พัฒนบุญต
- Enhancing Financial Transparency: The Impact of TFRS Adoption and Best Practices on SMEs in Thailand's EEC
Pattama Karam Jiranoot Yuangthong Naris Uraipan Jantana Ridsomboon and Vicharinee sawasdee
- การจัดการเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการในหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
วัลลพ ล้อมตะสุ สิกธิชัย สิววัฒนวงศ์ และ สิริเกียรติ ธัญญาสดี
- ผลกระทบของความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศต่อความมั่นคงระจางบัญชีของบริษัทยักษ์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
สิทธิชัย สิมภาพร และ พลอยพฤษ สิมภาพร
- ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ธนายุ ภูวิทย์ยาธ
- ความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร
ธารินี อังคัยศ และ สมทรง ก็นสนี
- Factors Influencing Purchase Behavior and Loyalty Among Showrooming and Webrooming Online Shoppers
Wanlee Putsom and Sorawit Ngamsutti
- ปัจจัยภายในสหกรณ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานสหกรณ์ในประเทศไทย
Tidarat Kumkit Borworn Tanrattanaphong and Suwanna Sayruamyat
- การบูรณาการชีพพลายเบนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การทอที่เกี่ยวข้องที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
ภกพร พงทออง
- การตระหนักถึงกฎหมายธุรกิจเข้าซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จังหวัดเชียงใหม่
ธิดารัตน์ เชนประเสริฐสุข



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

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน วิจัย และนวัตกรรม
รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.จวย สวัสดิ์ 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 รักสงฆ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Prof.Dr.Andy Koronios University of South Australia, Australia
Prof.Dr.Christopher Gan Lincoln University, New Zealand
Prof.Dr.Naomie Salim Universiti Teknologi Malaysia, Malaysia
Asst.Prof.Dr.Man Zhang Bowling Green State University, USA
Dr.Minsoo Lee Asian Development Bank, Beijing, china
ศาสตราจารย์ ดร.สุทธิศักดิ์ พงศ์ธนาพาณิชย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรกร มหาวิทยาลัยนครพนม
รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ดร.เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พรลภัส สุวรรณรัตน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ภูเบศร์ สมุทรจักร มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎา จินตกานนท์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุณา สุคันธีสิริกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี หอมดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมนวาล วิเศษสรรพ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ ท้วมรุ่งโรจน์ มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมชาย ศุภธาดา 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 เอี่ยมวิจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณินท์ ตั้งภิญโญพิณคุณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนีรัตน์ วงษ์ขิม

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการกลั่นกรองภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธวีรชน พีระศักดิ์โสภณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา พรหมเกษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อากาภิรักษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ เลหาะเมทนี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณณี ตรองพานิชย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจริญลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญหมื่นไวย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร เป้าธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำภาศรี พอค้า
อาจารย์ ดร.กิตติ์ เรียงธโนปัจจัย
อาจารย์ ดร.ศิกานันท์มณี ไชเออร์ส
อาจารย์ ดร.อุษณา แจ็งคล้าย

สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพาง
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
บริษัท ธู เดอะไลน์ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยแม่โจ้
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ 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 (สาย 3 เดือน)

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

บรรณาธิการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการจากศูนย์ดัชนีอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ในรอบที่ 5 พ.ศ. 2568-2572 โดยผ่านการรับรองคุณภาพวารสารอยู่กลุ่มที่ 1 ซึ่งวารสารฯ ยังคงมุ่งเน้นเนื้อหาและสาระทางวิชาการที่มีคุณภาพสูง บทความวิจัยทั้งหมดที่ได้รับการตอบรับจะถูกตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ความซ้ำซ้อนและการคัดลอกผลงานทางวิชาการ ตรวจสอบความถูกต้องการอ้างอิงอย่างเข้มข้นจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอก นอกจากนี้กองบรรณาธิการยังให้ความสำคัญกับการคัดเลือกบทความวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น การบัญชี บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น โดยผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์และสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพของวารสารฯ มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปีที่ 17 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2568 นี้ มีการเผยแพร่บทความจำนวน 12 บทความ ดังนี้

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่ 17 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2568 ฉบับนี้ ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 12 บทความ ได้แก่ 1) การประยุกต์ระบบต้นทุนงานสั่งทำ 2) การวางแผนทรัพยากรองค์กรกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 3) การบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ 4) Enhancing Financial Transparency: The Impact of TFRS Adoption and Best Practices on SMEs in Thailand's EEC 5) การจัดการเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการ 6) ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศกับความระมัดระวังทางบัญชี 7) ปัจจัยเชิงสาเหตุกับประสิทธิภาพของพนักงาน 8) ความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจรรยาบรรณองค์กร ความผูกพัน กับประสิทธิผลขององค์กร 9) Factors Influencing Purchase Behavior and Loyalty Among Showrooming and Webrooming Online Shoppers 10) ปัจจัยภายใต้การดำเนินงาน 11) การบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการกับความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และ 12) การตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อ

สุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจในวารสารการบัญชีและการจัดการ และผู้อ่านทุกท่าน ที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอด ทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการ ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 1 อย่างไรก็ตามกองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการศึกษาต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร.จรรยา สาวีถี
บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ

Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 17 ฉบับที่ 4 ตุลาคม – ธันวาคม 2568

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
1. การประยุกต์ระบบต้นทุนงานสั่งทำในการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์จิ้งหรีดแปรรูป : แนวทางบัญชีต้นทุนเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมอาหารทางเลือก สิริยุพา เลิศกาญจนพร อิศรา วัฒนนภาเกษม	1
2. ผลกระทบความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ด้านการเงิน บัญชีและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ณัฐมนพร วรณชัย	16
3. แนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น อนุชัย ภูแสนศรี รุจิรัตน์ พัฒนถาบุตร	30
4. Enhancing Financial Transparency: The Impact of TFRS Adoption and Best Practices on SMEs in Thailand's EEC Pattama Karam Jiranoot Yuangthong Naris Uraipan Jantana Ridsomboon Vicharinee sawasdee	56
5. การจัดการเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการในหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย วัลลพ ล้อมตะคุ สิทธิชัย สีวิวัฒน์วงศ์ สิริเกียรติ รัชชศาสตร์	74

บทความวิจัย	หน้า
6. ผลกระทบของความเสียด้านสภาพภูมิอากาศต่อความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย <i>ลธิธิชัย ลิมาพร</i> <i>พลอยพฤษ ลิมาพร</i>	92
7. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี <i>ธนายุ ภู่วิทยาธร</i>	114
8. ความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร <i>ธาริณี อังคัยศ</i> <i>สมทรง คันธนที</i>	128
9. Factors Influencing Purchase Behavior and Loyalty Among Showrooming and Webrooming Online Shoppers <i>Wanlee Putsom</i> <i>Sorawit Ngamsutti</i>	148
10. ปัจจัยภายในสหกรณ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานสหกรณ์ในประเทศไทย <i>Tidarat Kumkit</i> <i>Borworn Tanrattanaphong</i> <i>Suwanna Sayruamyat</i>	170
11. การบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา <i>ภาคพร พงทอง</i>	185
12. การตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำจังหวัดเชียงใหม่ <i>ธิดารัตน์ ชลประเสริฐสุข</i>	200

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

Maharakham Business School, Volume 17 No. 4 October – December 2025

TABLE OF CONTENTS

Research Articles	Page
1. Job Order Costing in Processed Cricket Production: A Strategic Cost Accounting Approach for the Alternative Food Industry <i>Siriyupa Lerdkanjanaporn</i> <i>Isara Wattananapakasem</i>	1
2. The impact of success of Enterprise Resource Planning system(ERP) that affects the operational efficiencies in finance, accounting and supplies of Rajamangala University of Technology PhraNakorn <i>Nathamonporn Wannachai</i>	16
3. Local Wisdom Management Guidelines For Commercial Development Of Thai Silk Entrepreneurs, Khonkaen Province <i>Anuchai Poosaensri</i> <i>Ruchirat Patanathabutr</i>	30
4. Enhancing Financial Transparency: The Impact of TFRS Adoption and Best Practices on SMEs in Thailand's EEC <i>Pattama Karam</i> <i>Jiranoot Yuangthong</i> <i>Naris Uraipan</i> <i>Jantana Ridsomboon</i> <i>Vicharinee sawasdee</i>	56
5. Working Capital Management of Entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand <i>WanlopLomtaku</i> <i>Sittichai Leewiwatwong</i> <i>Sirikiat Ratchusanti</i>	74

Research Articles	Page
6. The Impact of Climate Risk on Accounting Conservatism of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand <i>Sitchai Limapon</i> <i>Ploypues Limapon</i>	92
7. Causal factors affecting employee performance in businesses Surat Thani Province <i>Tanayu Puwitthayathorn</i>	114
8. Authentic Leadership, Organizational Ethical Culture, Organizational Commitment Influences Organizational Effectiveness. <i>Tharinee Aungyot</i> <i>Somsong Khanthanatee</i>	128
9. Factors Influencing Purchase Behavior and Loyalty Among Showrooming and Webrooming Online Shoppers <i>Wanlee Putsom</i> <i>Sorawit Ngamsutti</i>	148
10. Internal factors of cooperatives affecting cooperative operations in Thailand <i>Tidarat Kumkit</i> <i>Borworn Tanrattanaphong</i> <i>Suwanna Sayruamyat</i>	170
11. Supply Chain Integration and Quality of Tourism Logistics Services Affecting Sustainable Competitiveness in Sung Noen District Nakhon Ratchasima Province <i>Pakaporn Phongthong</i>	185
12. Awareness of Hire Purchase Business Laws for Customers Who Use Car Hire Purchase Loan Services with Leading Banks in Chiang Mai Province. <i>Tidarat Cholprasertsuk</i>	200

การประยุกต์ระบบต้นทุนงานสั่งทำในการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์จิ้งหรีดแปรรูป :
แนวทางบัญชีต้นทุนเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมอาหารทางเลือก
Application of Job Order Costing for Processed Cricket Products: A Strategic Cost Accounting
Approach for the Alternative Food Industry

สิริยุพา เลิศกาญจนพร^{1*} และ อิศรา วัฒนนภาเกษม²

Siriyupa Lerdkanjanaporn^{1*} and Isara Wattananapakasem²

Received : May 3, 2025 Revised : August 17, 2025 Accepted : September 10, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประยุกต์ใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำ ในการติดตาม วิเคราะห์ และประเมินต้นทุนของผลิตภัณฑ์จิ้งหรีดแปรรูป ได้แก่ จิ้งหรีดทอดสุญญากาศ และโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด ในระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) และระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทางเลือก การรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านบัตรต้นทุนงาน (Job Cost Sheet) และเอกสารต้นทุนที่เกี่ยวข้องจากผู้ประกอบการ 3 ราย จากนั้นวิเคราะห์ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย อัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ระหว่างสองระดับการผลิต ผลการวิจัยพบว่า การขยายกำลังการผลิตช่วยลดต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของจิ้งหรีดทอดสุญญากาศจาก 39.75 บาท เหลือ 14.57 บาท ต่อชอง ขณะที่โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดมีต้นทุนเฉลี่ยต่อชองเพิ่มจาก 8.67 บาท เป็น 16.30 บาท เนื่องจากปริมาณบรรจุต่อชองเพิ่มขึ้นจาก 10 เป็น 25 กรัม แต่เมื่อตรวจสอบต้นทุนเฉลี่ยต่อกรัมพบว่าลดลงจาก 0.867 บาท เหลือ 0.652 บาทต่อกรัม สะท้อนถึงประสิทธิภาพตามหลักการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 63.57 และ 34.80 สำหรับจิ้งหรีดทอดสุญญากาศและโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดตามลำดับ ส่วนอัตรากำไรสุทธิคิดเป็นร้อยละ 45.70 และ 29.80 ตามลำดับ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของระบบต้นทุนงานสั่งทำในการให้ข้อมูลต้นทุนที่แม่นยำและตรวจสอบได้ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนราคา การผลิต และการตัดสินใจด้านการลงทุนอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านบัญชีต้นทุนสำหรับอุตสาหกรรมอาหารทางเลือกในบริบทของประเทศไทย

คำสำคัญ: ระบบต้นทุนงานสั่งทำ จิ้งหรีดแปรรูป ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

¹ Lecturer , Department of Accountancy, Maejo University Phrae Campus

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิทยาศาสตร์พื้นฐาน มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

² Assistant Professor, Basic Science Program, Maejo University Phrae Campus

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

Abstract

This study aims to apply the Job Order Costing (JOC) system to track, analyze, and evaluate the production costs of processed cricket products, namely vacuum-fried crickets and protein hydrolysate pellets, at both the laboratory (Lab Scale) and industrial (Pilot Scale) levels, to support managerial and strategic decision-making in the alternative food industry. Cost data were collected from Job Cost Sheets and related production records of three producers. Average unit cost, gross profit margin, and net profit margin (NPM) were analyzed to compare the outcomes across the two production scales. The findings reveal that scaling up production significantly reduced the average unit cost of vacuum-fried crickets from 39.75 THB to 14.57 THB per pack. For protein hydrolysate pellets, the average cost per pack increased from 8.67 THB to 16.30 THB due to the increase in packaging size; however, the average cost per gram decreased from 0.867 THB to 0.652 THB, which reflects efficiency gains from economies of scale.

The gross profit margins were 63.57% and 34.80% for vacuum-fried crickets and protein hydrolysate pellets, respectively, while the corresponding NPMs were 45.70% and 29.80%, respectively. The results demonstrate the effectiveness of the Job Order Costing system in generating accurate, verifiable cost information that can be applied to pricing decisions, production planning, and investment evaluation. The study also provides empirical evidence that strengthens cost accounting knowledge for the alternative food sector within the Thai context.

Keywords: Job Order Costing System, Processed Cricket Products, Unit Cost, Gross Profit Margin, Net Profit Margin

1. บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมผู้บริโภคได้สะท้อนแนวโน้มที่ชัดเจนในการเลือกบริโภคอาหารที่ปลอดภัย ยั่งยืน และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารทั่วโลกต้องปรับตัวเพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หนึ่งในทางเลือกที่ได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคือ “แมลงกินได้” โดยเฉพาะ “จิ้งหรีด” ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นแหล่งโปรตีนคุณภาพสูง ให้กรดอะมิโนจำเป็นครบถ้วน มีไขมันต่ำ และมีคาร์บอนฟุตพริ้นต์ต่ำกว่าการปศุสัตว์แบบดั้งเดิม (FAO, 2013)

อย่างไรก็ตาม การแปรรูปจิ้งหรีดจากระดับฟาร์มเข้าสู่ระดับอุตสาหกรรมเพื่อผลิตเป็นสินค้ามูลค่าสูง เช่น จิ้งหรีดทอด สูญญากาศ และโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด ยังเผชิญกับความท้าทายในหลายมิติ โดยเฉพาะด้านการบริหารต้นทุน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตั้งราคาขาย การตัดสินใจลงทุน การวางแผนการผลิต และการประเมินความคุ้มค่าในเชิงพาณิชย์ แม้แมลงจะมีต้นทุนการเพาะเลี้ยงต่ำในระดับฟาร์ม แต่เมื่อนำเข้าสู่กระบวนการแปรรูป องค์กรประกอบต้นทุนกลับมีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายการผลิต และการตลาดส่งผลให้ธุรกิจจำนวนมากขาดข้อมูลต้นทุนที่แม่นยำ และไม่สามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย (2568) พบว่า ในปัจจุบันตลาดแมลงกินได้ทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 25.1 ต่อปี ระหว่างปี 2568-2573 โดยเฉพาะการแปรรูปเป็นโปรตีนผงโปรตีนอัดแท่ง และอาหารสัตว์ ซึ่งสะท้อนถึงโอกาสในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยที่มีความเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงจิ้งหรีดและแมลงเศรษฐกิจอื่น ๆ ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 6 ของผู้ส่งออกแมลงรายใหญ่ของโลก คิดเป็นประมาณร้อยละ 6 ของมูลค่าการส่งออกโลก หรือราว 586,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยมีตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นปลายทางสำคัญ แม้มูลค่าการส่งออกยังไม่สูงนัก แต่ด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ความนิยมในประเทศ และศักยภาพด้านทรัพยากร ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสเข้าสู่ตลาดแข่งขัน

ได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดโลกยังมีผู้เล่นหลักอย่าง สเปน จีน และออสเตรเลีย ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญ ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญแรงกดดันทั้งด้านมาตรฐานสินค้า คุณภาพการผลิต และโครงสร้างต้นทุน หากไม่มีข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้องและแม่นยำ อาจนำไปสู่การตั้งราคาที่ไม่เหมาะสมและเสียเปรียบในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ การเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อก้าวสู่ความได้เปรียบในตลาดอนาคต

แม้ว่าทีมงานศึกษาเกี่ยวกับแมลงกินได้ในเชิงอาหารและเศรษฐศาสตร์จำนวนมาก แต่ยังขาดงานวิจัยทางบัญชีที่พัฒนาระบบต้นทุนซึ่งสามารถสะท้อนต้นทุนจริงในกระบวนการผลิตระดับต้นแบบและระดับอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ ช่องว่างดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการไม่มีข้อมูลบัญชีที่น่าเชื่อถือเพียงพอในการตั้งราคาหรือวางแผนกำลังการผลิต งานวิจัยนี้จึงเข้ามาเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวโดยใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างชุดข้อมูลต้นทุนที่ตรวจสอบได้และใช้ตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้จริง

ในบริบทนี้ “การบัญชีต้นทุน” โดยเฉพาะระบบต้นทุนงานสั่งทำ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถสะท้อน ต้นทุนจริง (Actual Cost) ของแต่ละคำสั่งผลิตได้อย่างจำเพาะเจาะจง เหมาะสำหรับการผลิตภัณท์ที่ยังอยู่ในช่วงพัฒนา หรือผลิตเป็นชุดเล็กในลักษณะเฉพาะ (customized or pilot-scale production) โดยระบบนี้จะบันทึกต้นทุนทางตรง เช่น วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง ตลอดจนต้นทุนทางอ้อม เช่น ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ ได้อย่างครบถ้วน ส่งผลให้สามารถวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ผลตอบแทนการลงทุน และความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณท์ในแต่ละระดับการผลิตได้อย่างแม่นยำ

งานวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายในการประยุกต์ใช้แนวคิดการบัญชีต้นทุน โดยเฉพาะระบบต้นทุนงานสั่งทำ เพื่อติดตามวิเคราะห์ และประเมินต้นทุนของผลิตภัณท์แปรรูปจากจังหวัด ได้แก่ จังหวัดทอดสุญญากาศ และโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด ทั้งในระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) และระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ประกอบการ และผู้กำหนดนโยบายในการยกระดับอุตสาหกรรมแมลงกินได้อย่างยั่งยืนในประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนงานสั่งทำ (Job Order Costing)

ต้นทุนงานสั่งทำ เป็นระบบต้นทุนที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการในการบริหารจัดการต้นทุนของกิจการที่ผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อ หรือผลิตสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ โดยระบบนี้มีลักษณะสำคัญคือการรวบรวมต้นทุนโดยแยกตามคำสั่งผลิตแต่ละรายการ เพื่อให้สามารถระบุได้ว่าต้นทุนใดเกี่ยวข้องกับผลิตภัณท์ใด ส่งผลให้ผู้บริหารสามารถทราบข้อมูลต้นทุนของแต่ละผลิตภัณท์หรือแต่ละคำสั่งได้อย่างแม่นยำ (Horngren et al., 2015)

สอดคล้องกับ Maher et al. (2008) ที่ระบุว่าระบบต้นทุนงานสั่งทำ เป็นระบบบัญชีต้นทุนที่ใช้สำหรับกิจกรรมที่สินค้ามีลักษณะเฉพาะ (customized or unique products) โดยต้นทุนของวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต จะถูกรวบรวมและจัดสรรให้กับแต่ละ “คำสั่งผลิต” ผ่าน Job Cost Sheet ซึ่งเหมาะกับกิจกรรมที่ผลิตตามคำสั่งหรือผลิตเป็นล็อต จุดเด่นของระบบนี้คือ ความสามารถในการติดตามต้นทุนจริงของแต่ละคำสั่งผลิตได้อย่างละเอียด เพื่อประเมินประสิทธิภาพของงาน ผู้เขียนยังเสนอว่า ระบบต้นทุนงานสั่งทำ มีความเหมาะสมกับกิจการที่มีลักษณะผลิตไม่ต่อเนื่อง เช่น การผลิตเฟอร์นิเจอร์ การรับเหมางานก่อสร้าง งานพิมพ์ หรือการให้บริการที่ต้องการความเฉพาะเจาะจงในแต่ละงาน ซึ่งแตกต่างจากระบบ Process Costing ที่เหมาะกับการผลิตต่อเนื่องขนาดใหญ่ โดยสรุป แนวคิดของ Maher et al. (2008) เน้นย้ำว่าความสำเร็จของการใช้ Job Order Costing ขึ้นอยู่กับการออกแบบระบบรวบรวมข้อมูลต้นทุนที่แม่นยำ การกำหนดอัตราค่าใญ่ล่วงหน้า (predetermined overhead rate) ที่สอดคล้องกับกิจกรรมจริง และการบริหารจัดการข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนและควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Vanderbeck (2009) ระบุว่า ต้นทุนงานสั่งทำ คือระบบบัญชีต้นทุนที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะหรือผลิตตามคำสั่ง โดยต้นทุนจะถูกรวบรวมตามงาน (Job) แต่ละงาน ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบโดยตรง ค่าแรงโดยตรง และ

ค่าใช้จ่ายการผลิต (Overhead) ทั้งหมดจะถูกบันทึกและสะสมไว้ใน “ใบสรุปต้นทุนงาน” (Job Cost Sheet) ของแต่ละงาน เพื่อคำนวณต้นทุนต่อหน่วยของสินค้านั้น วัตถุประสงค์หลักของระบบต้นทุนงานสั่งทำ คือการคำนวณต้นทุนของงานที่เสร็จสมบูรณ์ในช่วงเวลานั้น รวมถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นกับงานที่ยังไม่เสร็จ เพื่อใช้ในการวางแผน ควบคุมต้นทุน และประเมินกำไรหรือขาดทุนของแต่ละงานได้อย่างแม่นยำ เหมาะสำหรับกิจการที่ผลิตสินค้าเฉพาะ หรือการผลิตตามออเดอร์ลูกค้า ประโยชน์ของการใช้ระบบนี้ จะช่วยในการคำนวณราคาขายที่เหมาะสม ของแต่ละงานโดยอิงจากต้นทุนจริง หากมีการกำหนดราคาขายไว้ล่วงหน้า (contract price) จะสามารถ เปรียบเทียบต้นทุนกับราคาสัญญา เพื่อประเมินกำไรหรือขาดทุนได้ทันที ช่วยให้ผู้บริหารสามารถ ใช้ข้อมูลต้นทุนจากงานก่อนหน้า เพื่อเสนอราคาสำหรับงานที่มีลักษณะคล้ายกันในอนาคตได้แม่นยำยิ่งขึ้น

Zahrani et al., (2025) อธิบายว่า ต้นทุนงานสั่งทำ เป็นระบบบัญชีต้นทุนที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจที่ผลิตสินค้าตามคำสั่งเฉพาะ โดยระบบนี้รวบรวมต้นทุนทางตรง ได้แก่ วัสดุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิตจริง แยกกรายคำสั่งผลิตอย่างชัดเจน ซึ่งช่วยให้สามารถวิเคราะห์กำไรและกำหนดราคาขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ JOC ยังมีจุดเด่นด้านความแม่นยำของข้อมูลต้นทุน โดยรายงานต้นทุนแต่ละคำสั่งสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจด้านราคาและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างตรงจุด อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัด เช่น ความซับซ้อนในการจัดเก็บข้อมูล และความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยี เช่น ซอฟต์แวร์บัญชี เพื่อสนับสนุนความแม่นยำ

การทบทวนวรรณกรรมชี้ให้เห็นว่า กระบวนการหลักของระบบต้นทุนงานสั่งทำ ประกอบด้วยการรวบรวมต้นทุนวัสดุดิบทางตรง (Direct Materials) ต้นทุนแรงงานทางตรง (Direct Labor) และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead) โดยใช้ใบต้นทุนงาน (Job Cost Sheet) ในการบันทึกข้อมูลต้นทุนที่เกิดขึ้นแต่ละรายการอย่างละเอียดเป็นระบบที่เหมาะสมสำหรับกิจการที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการตามคำสั่งเฉพาะ โดยมีจุดเด่น คือ การรวบรวมต้นทุนทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิตจริง แยกกรายคำสั่งผ่านใบต้นทุนงาน (Job Cost Sheet) ซึ่งช่วยให้สามารถติดตาม วิเคราะห์ และประเมินต้นทุนต่อหน่วยได้อย่างแม่นยำ สนับสนุนการวางแผนการผลิต การกำหนดราคาขาย การควบคุมต้นทุน และการประเมินผลกำไรของแต่ละคำสั่งผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับแนวทางการประยุกต์ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น จิ้งหรีดแปรรูป ซึ่งต้องการข้อมูลต้นทุนที่แม่นยำสำหรับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในเชิงธุรกิจ

โดยทั่วไป ระบบต้นทุนงานสั่งทำสามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้ง ระบบต้นทุนจริง (Actual Costing) และระบบต้นทุนปกติ (Normal Costing) ในระบบ ต้นทุนจริง ต้นทุนการผลิตจะถูกรวบรวมจาก วัสดุดิบทางตรง (Direct Materials) ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) และ ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead) ที่เกิดขึ้นในแต่ละคำสั่งผลิต ขณะที่ระบบ ต้นทุนปกติ จะใช้วัสดุดิบทางตรงจริง และค่าแรงงานทางตรงจริง แต่ค่าใช้จ่ายการผลิตจะถูกจัดสรรโดยใช้อัตราล่วงหน้า (Predetermined Overhead Rate) ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการคำนวณและวางแผนการควบคุมต้นทุน

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ระบบต้นทุนจริง (Actual Costing) โดยเน้นการเก็บข้อมูล วัสดุดิบทางตรงจริง ค่าแรงงานทางตรงจริง และ ค่าใช้จ่ายการผลิตจริง เพื่อสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจิ้งหรีด อันจะช่วยให้การวิเคราะห์ความคุ้มค่าและศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการมีความถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมต้นทุน (Cost Behavior)

พฤติกรรมต้นทุน เป็นแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญในการบริหารต้นทุนและการวิเคราะห์ทางการเงิน ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของต้นทุนเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในกิจกรรมทางธุรกิจ โดย การวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุน หมายถึงความพยายามของผู้บริหารที่จะเข้าใจว่าต้นทุนการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงอย่างไรเมื่อเทียบกับการเปลี่ยนแปลงในกิจกรรมขององค์กร (Finne et al., 2024) สำหรับการจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรม สามารถแบ่งออกเป็นสี่ประเภทหลัก ได้แก่ ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ต้นทุนกึ่งผันแปร (Semi - variable Cost) และต้นทุนกึ่งคงที่ (Semi - fixed Cost) (Sinambela & Djaelani, 2022) ความเข้าใจในการจำแนกต้นทุนเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถคาดการณ์และควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development : NPD)

Ernst (2002) ได้อธิบายถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) ว่าหมายถึงกระบวนการพัฒนาและนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว โดยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงผลิตภัณฑ์ที่ “ใหม่หมด” แต่รวมถึงการต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมการพัฒนาเพื่อตอบสนองตลาดใหม่ การปรับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับการแข่งขัน ทั้งนี้ กระบวนการ NPD จะครอบคลุมกระบวนการตั้งแต่ การสร้างแนวคิด (Idea Generation) จนถึง การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market Introduction) โดยในการศึกษาทางวิชาการมักเน้นวิเคราะห์ “ปัจจัยความสำเร็จ” (Critical Success Factors: CSFs) ซึ่งหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ การประเมินเชิงพาณิชย์ในช่วงก่อนเริ่มต้นการพัฒนา (Pre-development business/financial analysis) โดยกิจกรรมที่สำคัญ เช่น การประเมินต้นทุนเบื้องต้น การวิเคราะห์ความเป็นไปได้เชิงการเงิน การคาดการณ์ผลตอบแทน (เช่น NPV, ROI) การตัดสินใจว่าจะ “ดำเนินการ” หรือ “ยุติ” โครงการก่อนเข้าสู่เฟสพัฒนา

ในขณะที่ Bhuiyan (2011) นิยามว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development: NPD) หมายถึงกระบวนการที่องค์กรดำเนินการเพื่อสร้าง พัฒนา หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเสนอเข้าสู่ตลาด โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ครอบคลุมตั้งแต่การระดมแนวคิด การออกแบบ การทดลองผลิต การวิเคราะห์ต้นทุนไปจนถึงการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ยังเน้นว่า NPD ไม่ได้หมายถึงเพียงการพัฒนา “ผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด” เท่านั้น แต่ยังรวมถึง การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มตลาดใหม่ ทั้งนี้การวางแผนทางการเงินและการวิเคราะห์ต้นทุนในช่วง Screening & Business Analysis เป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ (CSFs) สำหรับ NPD ซึ่งการวิเคราะห์นี้รวมถึงการพิจารณาต้นทุนการพัฒนายอดขายที่คาดการณ์ ผลกำไรสุทธิ และ ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ซึ่งจะช่วยให้อาจคัดเลือกแนวคิดที่คุ้มค่า และปฏิเสธโครงการที่ไม่ผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์เชิงต้นทุนก่อนลงทุนจริง

สุภาวดี มาลีพันธุ์ (2568) พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในชุมชน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย ครอบคลุมตั้งแต่การสร้างแนวคิด การกลั่นกรอง การทดสอบตลาด การวิเคราะห์ทางธุรกิจ ไปจนถึงการออกสู่เชิงพาณิชย์ โดยมีการวิเคราะห์ต้นทุน ราคาขาย และกำไรอย่างรอบด้าน เพื่อให้สามารถตั้งราคาสินค้าได้อย่างเหมาะสม และยืดหยุ่นในการแข่งขันตลาดได้ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนเหมาะสม ยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และลดความเสี่ยงจากความเสียหายระหว่างขนส่ง ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึงการบริหารต้นทุนใน NPD ที่เน้นประสิทธิภาพ ความยั่งยืน และการตอบโต้ตลาดร่วมสมัย

จากการสังเคราะห์แนวคิดเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development: NPD) จากงานของ Ernst (2002), Bhuiyan (2011) และ สุภาวดี (2568) พบว่า NPD เป็นกระบวนการที่ครอบคลุมตั้งแต่การสร้างแนวคิดจนถึงการเข้าสู่ตลาด โดยเน้นความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว ทั้งในเชิงนวัตกรรมการตอบสนองตลาด และการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดย Ernst และ Bhuiyan ให้ความสำคัญกับการประเมินต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินในระยะต้น เช่น ROI และ NPV เพื่อช่วยคัดเลือกแนวคิดที่คุ้มค่าสำหรับการลงทุน ขณะที่งานวิจัยของสุภาวดี (2568) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ต้นทุนอย่างคุ้มค่าในบริบทชุมชน ครอบคลุมตั้งแต่การวางแผนผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงกลยุทธ์การจำหน่ายที่ตอบสนองตลาดจริง แสดงให้เห็นว่า NPD ที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ควบคู่กับความคิดสร้างสรรค์และความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิมพ์ภา ใจมุข และคณะ (2564) ศึกษาการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ของชุมชนเนินขาม จังหวัดชัยนาท พบว่าการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังมีข้อบกพร่องที่สำคัญ คือ การละเลยต้นทุนค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิตบางประเภท ส่งผลให้ต้นทุนที่คำนวณได้นั้นต่ำกว่าความเป็นจริง ทำให้ผู้ผลิตกำหนดราคาขายไม่เหมาะสม ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์บาง

รายการประสพภาวะขาดทุน การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้วิธีคำนวณต้นทุนแบบเต็ม (Full costing) ซึ่งช่วยสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงและเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญต่อการตั้งราคาขายอย่างเหมาะสม

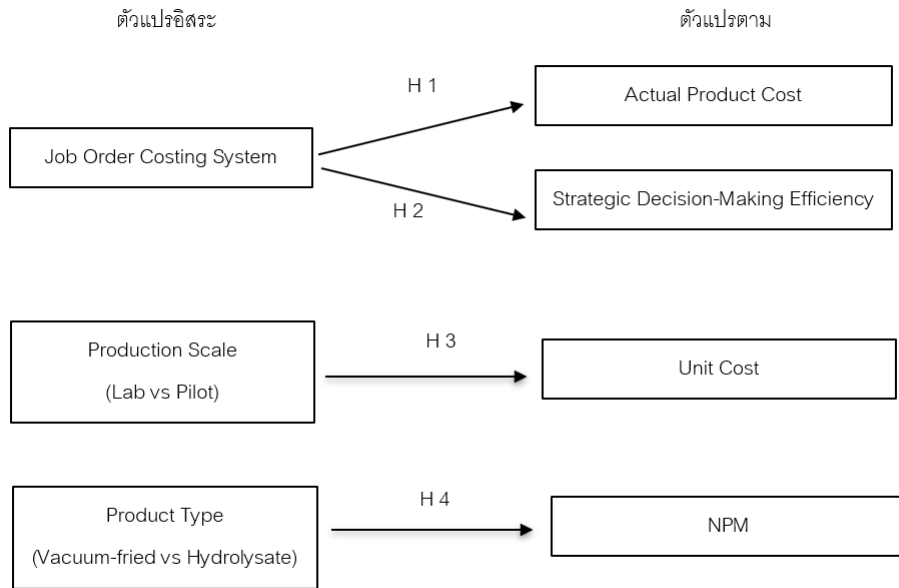
วิภาวี ศรีคะ และคณะ (2565) นำเสนอการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเคพกูสเบอร์รี่ โดยจัดประเภทต้นทุนตามองค์ประกอบสามประเภท ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต พร้อมประยุกต์ใช้วิธีต้นทุนเต็ม (Full Costing Method) ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป เพื่อกำหนดราคาขายและวางแผนกำไร โดยคำนึงถึงโครงสร้างต้นทุนที่แตกต่างกันตามลักษณะกระบวนการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ งานวิจัยยังเสนอเครื่องมือวิเคราะห์เพิ่มเติม เช่น การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการวางแผนกำไร เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจด้านราคาและการผลิตได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สิริญา เลิศกาญจนานพร (2566) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกข้าวนาปีของเกษตรกรในโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ จังหวัดพะเยา พบว่าโครงสร้างต้นทุนการผลิตประกอบด้วยวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต โดยค่าใช้จ่ายการผลิตมีสัดส่วนสูงสุด เนื่องจากมีต้นทุนที่เกษตรกรไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร การวิเคราะห์ผลตอบแทนโดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน เช่น อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset: ROA) ช่วยให้เกษตรกรเข้าใจประสิทธิภาพการผลิตและการใช้ทรัพยากร ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปวางแผนลดต้นทุนและเพิ่มผลตอบแทนในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยนี้เน้นว่าการใช้ข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้องและครบถ้วนสามารถช่วยให้เกษตรกรวางแผนลดต้นทุนและเพิ่มผลตอบแทนได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับบทบาทของข้อมูลบัญชีที่สนับสนุนการตัดสินใจด้านการผลิตและประเมินศักยภาพการใช้ทรัพยากร

มัลลิกา คงแก้ว (2567) ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและการวางแผนกำไรของผลิตภัณฑ์แปรรูปในชุมชนลุ่มน้ำปากพอง พบว่าการคำนวณต้นทุนการผลิตต้องพิจารณาทั้งต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ เพื่อกำหนดจุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรอย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีโครงสร้างต้นทุนและจุดคุ้มทุนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ การวางแผนกำไรจึงต้องคำนึงถึงการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม โดยเปรียบเทียบผลกำไรต่อหน่วยและปริมาณการผลิตที่เหมาะสมเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ งานวิจัยแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่มีโครงสร้างต้นทุนแตกต่างกันต้องใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของการบัญชีบริหารและการวางแผนกำไร

Lismayanti et al. (2025) ได้ศึกษาการใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำ ในการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและการกำหนดราคาขายของกิจการขนาดเล็กที่ผลิตตามคำสั่ง (custom order) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของต้นทุนการผลิตที่กิจการใช้ในทางปฏิบัติกับการคำนวณตามหลักระบบบัญชีต้นทุนงานสั่งทำ ผลการวิจัยพบว่า การใช้วิธีการต้นทุนเดิมของกิจการทำให้เกิด การประเมินต้นทุนต่ำกว่าความเป็นจริง ซึ่งนำไปสู่การตั้งราคาขายต่ำ และส่งผลให้กำไรที่แท้จริงลดลง โดยการนำระบบต้นทุนงานสั่งทำมาประยุกต์ใช้นั้น ช่วยให้สามารถแยกแยะต้นทุนทางตรง ได้แก่ วัตถุดิบและค่าแรงทางตรง ตลอดจนค่าใช้จ่ายการผลิตทางอ้อมได้อย่างแม่นยำมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การคำนวณราคาขายที่สะท้อนต้นทุนจริง พร้อมกำหนดอัตรากำไรอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่า ความผิดพลาดในการคำนวณต้นทุนไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อด้านการเงินเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น ความมั่นคงของกิจการ ความสามารถในการจ่ายค่าจ้างแรงงาน การแข่งขันในตลาด และการคงอยู่ของผู้ประกอบการรายย่อยในระยะยาว งานวิจัยนี้ยังเน้นย้ำถึงบทบาทของ ความรู้ทางบัญชีและพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้ระบบต้นทุนที่เป็นทางการ โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดเล็กที่มักใช้การประเมินตามประสบการณ์หรือความรู้สึกมากกว่าข้อมูลบัญชีที่ถูกต้อง ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางของการวิจัยฉบับนี้ ที่มุ่งเน้นการนำระบบต้นทุนงานสั่งทำมาใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากจังหวัดเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ซึ่งมีเป้าหมายในการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมกับโครงสร้างต้นทุนจริงและสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนในบริบทของอุตสาหกรรมอาหารทางเลือก

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมพบว่า งานวิจัยด้านแมลงกินได้จำนวนมากมุ่งเน้นไปที่เทคโนโลยีการผลิตและศักยภาพเชิงเศรษฐกิจ ขณะที่งานด้านบัญชีต้นทุนซึ่งใช้ระบบที่มีความละเอียดระดับคำสั่งผลิต เช่น ระบบต้นทุนงานสั่งทำยังมีอยู่อย่างจำกัด งานวิจัยนี้จึงมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมช่องว่างระหว่างแนวคิดบัญชีต้นทุนและอุตสาหกรรมอาหารทางเลือก โดยเสนอกรอบการประยุกต์ใช้ JOC เพื่อให้ข้อมูลต้นทุนที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามกรอบทฤษฎีคุณภาพของสารสนเทศทางบัญชี (relevance, faithful representation, verifiability) ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงกำหนดสมมุติฐานไว้ 4 ข้อ ซึ่งเชื่อมโยงกับการใช้ระบบบัญชีต้นทุน การวิเคราะห์ผลตอบแทน และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และระดับการผลิต เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยต่อไป



รูปภาพประกอบ 1 โมเดลของกรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษานี้ออกแบบภายใต้กรอบแนวคิดด้าน บัญชีต้นทุนเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยพิจารณาตัวแปรหลัก 2 กลุ่ม คือ

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่

1.1 การใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำ (Job Order Costing Implementation) หมายถึง การประยุกต์ใช้ระบบบัญชีที่เก็บข้อมูลต้นทุนจริงในแต่ละคำสั่งผลิตแยกกัน โดยบันทึกต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิตเฉพาะของแต่ละรอบการผลิต ใช้ตรวจสอบ H1, H2

1.2 ระดับการผลิต (Production Scale) แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) และระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) หมายถึงปริมาณและลักษณะการผลิตในแต่ละรอบที่มีผลต่อโครงสร้างต้นทุนใช้ตรวจสอบ H3

1.3 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product Type) แบ่งเป็น จิ้งหรีดทอดสุญญากาศ และ โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด ใช้ตรวจสอบ H4

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่

2.1 ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ (Actual Product Cost) คือ ต้นทุนต่อหน่วยที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยระบบต้นทุนงานสั่งทำ

2.2 ประสิทธิภาพในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Decision-Making Efficiency) เนื่องจากไม่มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ตัวแปรนี้จึงประเมินโดยข้อมูลจากผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ เช่น กำไรขั้นต้นต่อหน่วย และแนวโน้มการขยายกำลังการผลิตที่แสดงในเอกสารการผลิต โดยใช้ข้อมูลจาก Job Cost Sheet และรายงานต้นทุนเป็นหลัก ข้อมูลที่ได้อยู่ในรูปของตัวแปรอัตราส่วน (Ratio Scale)

2.3 ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย (Unit Cost) เปรียบเทียบระหว่าง ระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) กับ ระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) เพื่อตรวจสอบ Economies of Scale

2.4 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin: NPM) คำนวณจากกำไรสุทธิหารด้วยยอดขายสุทธิของการผลิตแต่ละรอบ

สมมติฐานของการวิจัย 4 ข้อ เชื่อมโยงไปยังตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

H1 การใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำสามารถสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์เชิงทรีดแปรรูปได้อย่างแม่นยำ : โดยอาศัยข้อมูลจาก Job Cost Sheet ซึ่งแสดงต้นทุนรายคำสั่งผลิตอย่างละเอียด เช่น วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต

H2 การวิเคราะห์ต้นทุนโดยใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำสามารถสะท้อนผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ เช่น กำไรขั้นต้นต่อหน่วย และแนวโน้มการขยายการผลิต : ผ่านผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ เช่น กำไรขั้นต้นต่อหน่วย และการเปรียบเทียบระหว่างระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) กับ ระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) ซึ่งสะท้อนศักยภาพในการวางแผนการผลิตและราคาขาย

H3 การยกระดับการผลิตจากระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) สู่ ระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) ส่งผลให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยลดลงอย่างมีนัยสำคัญ : โดยใช้ข้อมูลการผลิตเชิงทรีดทอดสุญญากาศ ที่ขยายขนาดจาก 1,200 ซอง เป็น 5,000 ซอง และ โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด ที่ขยายขนาดจาก 4,000 ซอง เป็น 20,000 ซอง (Hydrolysate) และคำนวณต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยเพื่อพิสูจน์ว่าการขยายขนาดช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยจริงหรือไม่

H4 อัตรากำไรสุทธิ (NPM) แตกต่างกันตามประเภทผลิตภัณฑ์ (Vacuum-fried vs Hydrolysate) โดยผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงให้ NPM สูงกว่า : โดยเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์เชิงทรีดทอดสุญญากาศและโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดที่มีราคาขายต่างกัน และวิเคราะห์ NPM ต่อรอบการผลิต ซึ่งคำนวณจากกำไรสุทธิหารด้วยยอดขายสุทธิ เพื่อประเมินความสามารถในการทำกำไรของแต่ละผลิตภัณฑ์

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้ ประชากรทั้งหมด ที่อยู่ในขอบเขตของโครงการทุนวิจัย จำนวน 3 ราย ได้แก่ ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงและแปรรูปจิ้งหรีด 2 ราย และบริษัทรับจ้างผลิตสินค้าแปรรูป (OEM) 1 ราย ทั้งหมดมีลักษณะการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และมีข้อมูลต้นทุนการผลิตจริงที่สามารถนำมาศึกษาได้ ผู้วิจัยจึงไม่ได้ทำการสุ่มเลือก แต่เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดที่มีอยู่จริงภายใต้โครงการ โดยกระบวนการรวบรวมข้อมูลอาศัยเอกสารบัญชีต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น Job Cost Sheet, ใบเสนอราคา, รายการเบิกจ่าย และรายงานต้นทุน

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

การใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำ (Job Order Costing Implementation) วัดจากการมีระบบบันทึกต้นทุนแยกตามคำสั่งผลิตจริง โดยประเมินจาก Job Cost Sheet ที่แสดงต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิตรายรอบ

ระดับการผลิต (Production Scale) จำแนกระหว่าง ระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) และ ระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) ข้อมูลจัดอยู่ในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product Type) จำแนกระหว่าง จิ้งหรีดทอดสุญญากาศ และโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด เป็นตัวแปรนามบัญญัติ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ (Actual Product Cost) คำนวณจาก Job Cost Sheet เป็นข้อมูลอัตราส่วน (บาท/หน่วย)

ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ = วัตถุดิบทางตรง+ค่าแรงงานทางตรง+ค่าใช้จ่ายการผลิต

ประสิทธิภาพในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Decision-Making Efficiency) โดยใช้ผลกำไรขั้นต้น

ต่อหน่วย (Gross Profit per Unit) และเอกสารบัญชีต้นทุนเป็นเครื่องมือประเมินทางอ้อม

กำไรขั้นต้นต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนขายต่อหน่วย

ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย (Unit Cost) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรอบ

การผลิต เป็น Ratio Scale

$$\text{ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย (Unit Cost)} = \frac{\text{ต้นทุนรวมต่อรอบ}}{\text{จำนวนหน่วยผลิต}}$$

อัตรากำไรสุทธิ (NPM) เพื่อประเมินความสามารถในการทำกำไรของแต่ละผลิตภัณฑ์

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ (NPM)} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขายสุทธิ}} \times 100$$

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Data Verification) ด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. การสอบทานเอกสาร เปรียบเทียบข้อมูลจากเอกสารต้นฉบับหลายแหล่ง เช่น ใบกำกับสินค้า, ใบเสร็จ, บันทึกการจ่ายเงิน, และรายงานทางการเงิน เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลมีความสอดคล้องกัน

2. การคำนวณซ้ำ ทำการคำนวณต้นทุนใหม่ โดยอิงตามข้อมูลจากเอกสารต้นฉบับ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการคำนวณในรายงานต้นทุน

3. การตรวจสอบความสมเหตุสมผล วิเคราะห์ความสมเหตุสมผลของข้อมูลต้นทุน โดยเปรียบเทียบกับข้อมูลในอดีต, ข้อมูลของบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน, หรือมาตรฐานอุตสาหกรรม

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ต้นทุน (Cost Analysis) เพื่อเปรียบเทียบต้นทุนระหว่างระดับการผลิตและประเภทผลิตภัณฑ์การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าเฉลี่ย สัดส่วน ร้อยละ และการวิเคราะห์อัตรากำไรขั้นต้น และ อัตรากำไรสุทธิต่อการผลิต (Full OEM Model)

อนึ่ง งานวิจัยนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารทางการเงินและบันทึกการผลิตในอดีต โดยผู้วิจัยได้รับอนุญาตให้เข้าถึงข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ทางวิชาการ และได้ดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัยด้วยการรักษาความลับทางการค้า (Trade Secrets) และการปกปิดตัวตนของผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) และสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด โดยไม่มีการเปิดเผยชื่อสถานประกอบการหรือข้อมูลที่สามารถระบุตัวตนได้

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนของผลิตภัณฑ์จิ้งหรีดแปรรูป จำนวน 2 ประเภท ได้แก่ จิ้งหรีดทอดสุญญากาศ และโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด ในทั้งระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) และระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) โดยใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำ พบว่า

4.1 ต้นทุนผลิตภัณฑ์จิ้งหรีดทอดสุญญากาศ

ต้นทุนการผลิตจิ้งหรีดทอดสุญญากาศจำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง (จิ้งหรีดสดแช่แข็งและน้ำมันทอด) ซึ่งเป็นต้นทุนผันแปร ค่าแรงงานทางตรง (ค่าแรงในการผลิตจิ้งหรีดทอดสุญญากาศ) ซึ่งมีลักษณะเป็นต้นทุนกึ่งคงที่ (Semi-fixed Cost) และค่าใช้จ่ายการผลิต เช่น ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและอุปกรณ์ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ การนำเสนอทั้งในรูปแบบ “บาทต่อหน่วย” และ “ร้อยละ” ช่วยสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนเมื่อระดับการผลิตต่างกัน

ตาราง 1 เปรียบเทียบต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของจังหวัดทออุตสาหกรรมอากาศยาน

โครงสร้างต้นทุน	Lab Scale 1,200 ซอง		Pilot Scale 5,000 ซอง	
	บาท/หน่วย	ร้อยละ	บาท/หน่วย	ร้อยละ
วัตถุดิบทางตรง	11.87	29.86	7.27	49.90
ค่าแรงงานทางตรง	27.38	68.88	7.17	49.21
ค่าใช้จ่ายการผลิต	0.50	1.26	0.13	0.89
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	39.75	100.00	14.57	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของจังหวัดทออุตสาหกรรมอากาศยาน ลดลงจาก 39.75 บาทในระดับ ห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) เหลือเพียง 14.57 บาทในระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) โดยโครงสร้างต้นทุนเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ในเชิงสัดส่วน ค่าแรงงานทางตรงซึ่งเคยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 68.88 ลดลงเหลือร้อยละ 49.21 ขณะที่วัตถุดิบทางตรงเพิ่มจากร้อยละ 29.86 เป็นร้อยละ 49.90 ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ ลดจากร้อยละ 1.26 เหลือเพียงร้อยละ 0.89 ของต้นทุนรวม

การเปลี่ยนแปลงต้นทุนต่อหน่วยและสัดส่วนโครงสร้างต้นทุนเป็นผลจากการขยายกำลังการผลิตที่ช่วยเฉลี่ยต้นทุนที่คงที่และต้นทุนคงที่ไปยังจำนวนหน่วยที่มากขึ้น ส่งผลให้ค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ มีสัดส่วนต่อหน่วยลดลง ขณะที่วัตถุดิบทางตรงซึ่งเป็นต้นทุนผันแปรยังคงเพิ่มขึ้นตามปริมาณการผลิต และมีสัดส่วนสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายประเภทอื่น แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มระดับการผลิตไม่เพียงแต่ทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยลดลง แต่ยังเปลี่ยนแปลงสัดส่วนโครงสร้างต้นทุน โดยผลักดันให้วัตถุดิบกลายเป็นองค์ประกอบหลักของต้นทุนรวมในระดับการผลิตที่สูงขึ้น

4.2 ต้นทุนผลิตภัณฑ์โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด

ต้นทุนการผลิตโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด จำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง (นมอัดเม็ดเสริมโปรตีนจังหวัด บวรจุมภัณฑ์) ค่าแรงงานทางตรง (ค่าแรงในการแบ่งบรรจุ) ซึ่งเป็นต้นทุนผันแปร และค่าใช้จ่ายการผลิต เช่น ค่าบริการโรงงานหรือค่าธรรมเนียมการผลิต ซึ่งจัดเป็นต้นทุนทางอ้อมในการผลิต

ในระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) 4,000 ซอง ผู้วิจัยใช้รูปแบบการผลิตแบบทดลอง (experimental outsourcing) ซึ่งไม่มีการใช้ทรัพยากรโรงงานหรือเครื่องจักรในลักษณะที่ก่อให้เกิดต้นทุนทางอ้อม จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) ถูกบันทึก แต่เมื่อยกระดับสู่ระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) 20,000 ซอง โรงงาน OEM เริ่มคิดค่าบริการและค่าธรรมเนียมการผลิตแบบเหมาจ่ายต่อรอบ (5,350 บาท) ซึ่งเข้าข่ายต้นทุนทางอ้อมตามหลักบัญชีต้นทุน จึงต้องบันทึกเป็น Manufacturing Overhead และจัดสรรต่อหน่วยตามจำนวนที่ผลิต

ตาราง 2 เปรียบเทียบต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด

โครงสร้างต้นทุน	Lab Scale 4,000 ซอง		Pilot Scale 20,000 ซอง	
	บาท/หน่วย	ร้อยละ	บาท/หน่วย	ร้อยละ
วัตถุดิบทางตรง	7.33	84.54	15.07	92.45
ค่าแรงงานทางตรง	1.34	15.46	0.96	5.89
ค่าใช้จ่ายการผลิต	-	-	0.27	1.66
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	8.67	100.00	16.30	100.00
ขนาดบรรจุต่อซอง	10 กรัม		25 กรัม	
ต้นทุน (บาท/กรัม)	0.867		0.652	

จากตารางที่ 2 พบว่า ต้นทุนรวมต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจาก 8.67 บาท/ซอง ในระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) เป็น 16.30 บาท/ซอง ในระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดบรรจุภัณฑ์จาก 10 กรัมต่อซองเป็น 25 กรัมต่อซอง ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าต้นทุนเฉลี่ยต่อกรัมจะลดลงตามหลักการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale)

ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงเพิ่มจาก 7.33 บาท/ซอง เป็น 15.07 บาท/ซอง เนื่องจากปริมาณบรรจุต่อซองเพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าแรงงานทางตรงลดลงจาก 1.34 บาท เหลือ 0.96 บาท/ซอง แสดงถึงประสิทธิภาพจากการใช้เครื่องจักรอัตโนมัติในระดับ Pilot Scale ที่ช่วยลดต้นทุนแรงงานต่อหน่วยอย่างชัดเจน

ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead) ซึ่งระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) ไม่มีต้นทุนส่วนนี้ได้เพิ่มขึ้นเป็น 0.27 บาท/ซอง ในระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) อันเป็นผลมาจากการที่โรงงาน OEM คิดค่าบริการและค่าธรรมเนียมการผลิตแบบเหมาจ่ายต่อรอบจำนวน 5,350 บาท จึงต้องนำมาจัดสรรเป็นต้นทุนทางอ้อมตามหลักบัญชีต้นทุน

เมื่อพิจารณาในเชิงสัดส่วน พบว่า สัดส่วนค่าแรงงานทางตรงลดลงจากร้อยละ 15.46 เหลือ 5.89 แสดงให้เห็นถึงผลของระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในทางกลับกัน สัดส่วนของต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 84.54 เป็น 92.45 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า เมื่อปริมาณการผลิตและปริมาณบรรจุต่อซองเพิ่มขึ้น ต้นทุนวัตถุดิบจะกลายเป็นองค์ประกอบหลักของต้นทุนรวม และเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องบริหารจัดการเพื่อควบคุมต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์

4.3 การวิเคราะห์กำไรขั้นต้น

การวิเคราะห์ต้นทุนโดยใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำสามารถแสดงถึงผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ เช่น กำไรขั้นต้นต่อหน่วยและแนวโน้มการขยายการผลิต ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะการเปรียบเทียบผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจระหว่าง ระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) และ ระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงศักยภาพในการวางแผนการผลิตและราคาขาย ผลการวิเคราะห์ต้นทุนโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดแสดงให้เห็นว่า การเพิ่มปริมาณการผลิตช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยได้อย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 3 การวิเคราะห์กำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์แปรรูปจิ้งหรีด

รายการ	จิ้งหรีดทอดสุญญากาศ		โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด	
	1,200 ซอง	5,000 ซอง	4,000 ซอง	20,000 ซอง
ขาย	40.00	40.00	15.00	25.00
ต้นทุนขาย	39.75	14.57	8.67	16.30
กำไรขั้นต้นต่อหน่วย (บาท)	0.25	25.43	6.33	8.70
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	0.63	63.58	42.20	34.80

เมื่อพิจารณาข้อมูลในตาราง จะเห็นว่า การเพิ่มปริมาณการผลิตส่งผลต่อกำไรขั้นต้นต่อหน่วยอย่างมีนัยสำคัญ โดยจิ้งหรีดทอดสุญญากาศมีอัตรากำไรขั้นต้นต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจาก 0.25 บาท เป็น 25.43 บาท และ ผลิตภัณฑ์โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดมีกำไรขั้นต้นต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจาก 6.33 บาท เป็น 8.70 บาท เมื่อเพิ่มกำลังการผลิต ซึ่งเป็นผลจากการที่ต้นทุนต่อหน่วยลดลงจากการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) นอกจากนี้ ข้อมูลยังช่วยในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านราคาขาย โดยการที่อัตรากำไรขั้นต้นของโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดลดลงจากร้อยละ 42.20 เหลือเพียง 34.80 ชี้ให้เห็นว่าแม้กำไรขั้นต้นต่อหน่วยจะเพิ่มขึ้น แต่การเพิ่มราคาขายเพียง 10.00 บาท อาจไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับภารลดลงของต้นทุน ซึ่งควรมีการวางแผนราคาขายในอนาคตเพื่อเพิ่มอัตรากำไรสูงสุดเมื่อเข้าสู่การผลิตเชิงพาณิชย์

4.4 การวิเคราะห์อัตรากำไรสุทธิ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการบริหารจัดการในลักษณะ การจ้างผลิตแบบเบ็ดเสร็จ (Full OEM Model) ซึ่งเป็นการจ้างผลิตแบบครบวงจรโดยไม่มีการลงทุนในเครื่องจักรหรือโรงงาน จึงใช้แนวทางวิเคราะห์อัตรากำไรสุทธิ (NPM) ต่อรอบ โดย

$$\text{NPM (\%)} = \left(\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขายสุทธิ}} \right) \times 100$$

ตาราง 4 อัตรากำไรสุทธิของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากจังหวัดทั้งสองชนิด

รายการ	จังหวัดทอตสุญญากาศ		โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด	
	1,200 ซอง	5,000 ซอง	4,000 ซอง	20,000 ซอง
ยอดขายสุทธิ	48,000.00	200,000.00	60,000.00	500,000.00
ต้นทุนการผลิต (Full OEM)	47,700.00	72,850.00	34,680.00	326,000.00
กำไรขั้นต้น	300.00	127,150.00	25,320.00	174,000.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	17,700.00	35,750.00	3,000.00	25,000.00
กำไรสุทธิ (บาท)	(17,400.00)	91,400.00	22,320.00	149,000.00
NPM %	(36.25)	45.70	37.20	29.80

จากการคำนวณ NPM พบว่า จังหวัดทอตสุญญากาศมีอัตรากำไรสุทธิมีค่าอยู่ที่ร้อยละ 45.70 ในขณะที่โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดมีเพียงร้อยละ 29.80 ซึ่งให้เห็นว่าแม้โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดจะสร้างยอดขายสุทธิได้สูงกว่า แต่จังหวัดทอตสุญญากาศกลับมีความสามารถในการทำกำไรต่อรอบได้ดีกว่า ผลดังกล่าวยืนยันว่า อัตรากำไรสุทธิแตกต่างกันตามประเภทผลิตภัณฑ์ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐาน H4 ในประเด็นความแตกต่าง อย่างไรก็ตาม ทิศทางของผลลัพธ์กลับไม่สอดคล้องกับข้อคาดหมายเบื้องต้นที่ตั้งสมมติฐานว่าผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจะให้ NPM สูงกว่า

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ระบบต้นทุนส่วนสูงในการทำในการติดตาม วิเคราะห์ และประเมินต้นทุนของผลิตภัณฑ์จังหวัดแปรรูปอย่างเป็นระบบ โดยสามารถจำแนกต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิตได้อย่างแม่นยำในแต่ละคำสั่งผลิต ทั้งในระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale) และระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale)

การเปรียบเทียบต้นทุนระหว่าง 2 ระดับการผลิต พบว่าต้นทุนต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อขยายกำลังการผลิตจากระดับห้องปฏิบัติการไปสู่ระดับอุตสาหกรรม ซึ่งยืนยันแนวโน้มของการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) อันเป็นข้อมูลเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ประกอบการในการวางแผนการลงทุน การตั้งราคาขาย และการเลือกโมเดลการผลิตที่เหมาะสมกับศักยภาพของตนเอง

ผลการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างต้นทุนแสดงให้เห็นว่า เมื่อระดับการผลิตขยายตัว ต้นทุนกึ่งคงที่และต้นทุนคงที่ที่ถูกเฉลี่ยไปยังจำนวนหน่วยมากขึ้น ทำให้ข้อมูลต้นทุนที่ได้จากระบบ JOC มีความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมต้นทุนที่แท้จริงมากกว่าวิธีคำนวณต้นทุนแบบรวม (traditional costing) นอกจากนี้ การจำแนกต้นทุนทางตรง ต้นทุนทางอ้อมที่ชัดเจนใน Job Cost Sheet ทำให้ผู้บริหารสามารถประเมินความไวของกำไรต่อการเปลี่ยนแปลงต้นทุนแต่ละองค์ประกอบ (cost sensitivity analysis) ซึ่งเป็นมิติที่งานวิจัยด้านอาหารหรืองานเชิงเทคนิคทั่วไปไม่สามารถให้ได้

อีกประเด็นสำคัญ คือ การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เช่น จังหวัดทอตสุญญากาศและโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด ยังช่วยให้สามารถประเมินความคุ้มค่าและความสามารถในการแข่งขันของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างเป็น

รูปธรรม ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมแมลงกินได้ให้เติบโตในทิศทางที่ยั่งยืนและมีศักยภาพในเชิงพาณิชย์

โดยสรุป ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ สามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำเพื่อจัดเก็บและวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ในระดับที่เหมาะสม สนับสนุนทั้งในมิติของการดำเนินงานและการกำหนดนโยบายระดับมหภาค

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นความจำเป็นในการเปรียบเทียบระบบต้นทุนหลายรูปแบบ เช่น ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (ABC) หรือ ต้นทุนมาตรฐาน (Standard Costing) เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพเชิงเทคนิคและความเหมาะสมของระบบต้นทุนในอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนของกระบวนการผลิต นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลต้นทุนในลักษณะต่อเนื่องหลายรอบการผลิตจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมต้นทุนระยะยาว การวิเคราะห์ความเสี่ยง และความอ่อนไหวของกำไรต่อปัจจัยต้นทุนต่าง ๆ ผ่านการจำลองสถานการณ์ (Scenario Analysis) ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ การขยายการศึกษาสู่ผลิตภัณฑ์แมลงกินได้ประเภทอื่น รวมถึงการผสมผสานแนวคิดบัญชีสิ่งแวดล้อมเพื่อประเมินต้นทุนเชิงนิเวศ จะช่วยเพิ่มคุณสมบัติขององค์ความรู้ด้านบัญชีต้นทุนสำหรับอุตสาหกรรมอาหารทางเลือก งานวิจัยในอนาคตยังสามารถนำข้อมูลต้นทุนที่ได้ไปใช้ประกอบการออกแบบนโยบายภาครัฐในด้านการสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ในระยะยาว

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ต่อการพัฒนาความรู้ทางบัญชีต้นทุนและการประยุกต์ใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำ ในอุตสาหกรรมอาหารทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ การจำแนกต้นทุนตามคำสั่งผลิตอย่างละเอียดช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินต้นทุนจริงของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้อย่างถูกต้องและตรวจสอบได้ ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการกำหนดราคาขายอย่างมีเหตุผล การวางแผนกำลังการผลิต การควบคุมต้นทุน และการตัดสินใจด้านการลงทุน ขณะเดียวกัน การเปิดเผยโครงสร้างต้นทุนที่แตกต่างกันระหว่างผลิตภัณฑ์ยังสนับสนุนให้ผู้ประกอบการวิเคราะห์สมรรถนะทางการเงินของแต่ละผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบายในการพัฒนากรอบแนวคิดสารสนเทศทางบัญชี ได้แก่ ความเกี่ยวข้อง ความเป็นตัวแทนที่แท้จริง และความสามารถในการตรวจสอบได้ งานวิจัยยังสร้างต้นแบบ (prototype) ของระบบข้อมูลต้นทุนที่ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปปรับใช้ได้จริง เพื่อยกระดับคุณภาพสารสนเทศทางบัญชีให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบริหารจัดการต้นทุนในภาคธุรกิจ การประยุกต์ใช้ระบบ JOC ในบริบทของผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหารยังช่วยขยายขอบเขตองค์ความรู้ทางบัญชีต้นทุนสู่ธุรกิจที่มีความซับซ้อนของวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นพื้นที่วิจัยใหม่ที่ยังมีการศึกษาอย่างจำกัด งานวิจัยนี้จึงมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์ความรู้เชิงประจักษ์ (evidence-based accounting) สำหรับอุตสาหกรรมเกิดใหม่ในประเทศไทย

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้ระบบต้นทุนงานสั่งทำ เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์จึงหรือแปรรูป และผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการจัดทำต้นทุนอย่างเป็นระบบช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินต้นทุนต่อหน่วยได้อย่างถูกต้องและตรวจสอบได้ ข้อมูลต้นทุนที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) และความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจด้านการผลิต การกำหนดราคาขาย และการควบคุมต้นทุนได้มี

ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผลการวิจัยยืนยันถึงประสิทธิภาพของการขยายกำลังการผลิตตามหลัก การประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) อย่างชัดเจน โดยเฉพาะเมื่อพิจารณา "ต้นทุนต่อหน่วยน้ำหนัก" ของผลิตภัณฑ์โปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ดที่ลดลงจริงแม้ ต้นทุนต่อบรรจุภัณฑ์จะสูงขึ้นจากการปรับเปลี่ยนขนาดบรรจุ ซึ่งแสดงให้เห็นเนื้อหาของประสิทธิภาพการผลิตในระดับอุตสาหกรรม (Pilot Scale) ในขณะที่โครงสร้างต้นทุนของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรสุทธิแตกต่างกัน โดยเฉพาะจึงหริตทอดสุญญากาศที่มีความคุ้มค่าเชิงพาณิชย์สูงกว่าโปรตีนไฮโดรไลเสตอัดเม็ด ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงทางนวัตกรรมอาจไม่ได้สร้างกำไรสูงสุดเสมอไปหากโครงสร้างต้นทุนยังไม่ถูกปรับให้เหมาะสม ทั้งนี้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการแยกต้นทุนตามคำสั่งผลิตในระบบ JOC ช่วยเปิดเผยพฤติกรรมต้นทุน (Cost Behavior) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นสารสนเทศบัญชีที่สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจที่กำลังเติบโตและมีความซับซ้อนด้านต้นทุน

ในเชิงทฤษฎี งานวิจัยนี้มีส่วนเติมเต็มองค์ความรู้ด้านบัญชีต้นทุน โดยนำเสนอหลักฐานเชิงประจักษ์ถึงความเหมาะสมของระบบต้นทุนงานสั่งทำในการวิเคราะห์ต้นทุนของผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหาร ซึ่งเป็นบริษัทที่ยังมีงานศึกษาไม่มาก การใช้ JOC ทำให้สามารถจำแนกต้นทุนทางตรง ต้นทุนทางอ้อม ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนกึ่งคงที่ได้อย่างเป็นระบบ ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของต้นทุนและการเปลี่ยนแปลงต้นทุนภายใต้ระดับการผลิตที่แตกต่างกันได้ดีซึ่งยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ข้อมูลต้นทุนที่ตรวจสอบได้ ยังสร้างคุณภาพของสารสนเทศทางบัญชีที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการรายงานการเงิน ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจ (Relevance) ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (faithful representation) และการพิสูจน์ยืนยันได้ (verifiability) ซึ่งเป็นประโยชน์สำคัญสำหรับนักบัญชีและผู้บริหารในการตัดสินใจที่ต้องอาศัยข้อมูลเชิงปริมาณที่ถูกต้อง

ในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้องเพื่อวางแผนการผลิต การลงทุน และการกำหนดราคาขายได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารต้นทุนตามพฤติกรรมต้นทุน ได้แก่ การใช้กำลังการผลิตให้เต็มประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนคงที่เฉลี่ยต่อหน่วย การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการวัตถุดิบและแรงงานเพื่อลดต้นทุนผันแปร และการวางแผนการขยายธุรกิจให้เหมาะสมกับโครงสร้างต้นทุนกึ่งคงที่ เพื่อป้องกันไม่ให้อัตราต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยสูงเกินจำเป็น ความเข้าใจในโครงสร้างต้นทุนที่แท้จริงยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ "กลยุทธ์การตั้งราคา (Strategic Pricing)" ที่ยืดหยุ่นเพื่อแข่งขันในตลาด และสามารถประเมินจุดคุ้มทุน (Break-even Analysis) ของผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อย่างแม่นยำก่อนการลงทุนจริง การบริหารต้นทุนอย่างรอบด้านดังกล่าวช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและความสามารถในการขยายผลิตภัณฑ์ใหม่ในอนาคต ซึ่งถือเป็นประโยชน์เชิงปฏิบัติ (Practical Contribution) ที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ได้จริง

ในเชิงนโยบาย งานวิจัยนี้เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมแมลงกินได้และเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ของประเทศ โดยนำเสนอโมเดลการจัดทำต้นทุนที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสามารถนำไปใช้เป็นตัวแบบสำหรับพัฒนาระบบต้นทุนในวิสาหกิจชุมชนและ SMEs ได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การขยายผลของงานวิจัยสามารถนำไปประกอบการกำหนดนโยบายสนับสนุนด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการพัฒนาเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นผลงานส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง "การยกระดับคุณภาพของกระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูงจากจังหวัดสุระระดับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์" ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ภายใต้กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุน ววน.) ในกลุ่มทุนสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยด้านสัตว์เศรษฐกิจ: จึงหริต (กิจกรรมขยายผล) ประจำปีงบประมาณ 2565

เอกสารอ้างอิง

- พิมพ์ผกา ใจमुख, สุภาพันธุ์ สายทองอินทร์, อนุสรณ์ ไชยสวัสดิ์, และ อมร ศรีบุญนาค. (2564). การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ชุมชนเนินขาม ตำบลเนินขาม จังหวัดชัยนาท. *วารสารการบริหารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(7), 233–243.
- มัลลิกา คงแก้ว. (2567). ต้นทุนและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกลุ่มน้ำปากพวง: กรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งในกลุ่มน้ำปากพวง. *วารสารนาคนุตรปริทรรศน์*, 16(3), 51–59.
- วิภาวี ศรีคะ, กมลทิพย์ คำใจ, ขจรอรุณพจน พงศ์วิริทธิ์ธร, วิไลพร ไชโย, และ วลัยลักษณ์ พันธุ์. (2565). การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตเพื่อการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์เคพกุกสเบอร์รี่ : กลุ่มสมาชิกสหกรณ์โครงการหลวงแกน้อย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 15(2), 53–70.
- สิริญา เลิศกาญจนานพร. (2566). ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกข้าวนาปีของเกษตรกรโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 40(1), 130–138.
- สุภาวดี มาลีพันธุ์. (2568). การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยและบรรจุภัณฑ์ของบ้านขนมไทย ชุมชนริมคลองหนองระแหง เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*. 15(1), 276-289.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2568). *โปรตีนแมลงไทยโอกาสใหม่ของการส่งออกอาหารยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2024, จาก <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Insect-Protein-CIS3579-FB-07-05-25.aspx>
- Bhuiyan, N. (2011). A framework for successful new product development. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 4(4), 746–770.
- Ernst, H. (2002). Success factors of new product development: A review of the empirical literature. *International Journal of Management Reviews*, 4(1), 1–40
- FAO. (2013). *Edible insects: Future prospects for food and feed security*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Finne, G., Haga, J., & Sundvik, D. (2024). Cost behaviour and reporting frequency during the COVID-19 outbreak. *Accounting and Business Research*, 54(4), 491–520.
- Hornigren, C. T., Datar, S. M., Foster, G., Rajan, M. V., & Ittner, C. (2015). *Cost accounting: A managerial emphasis* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Lismayanti, K., & Syafina, L. (2025). Analysis of production cost determination using the job order costing method in setting the selling price at Bengkel Bubut Lestari Jaya. *Journal of Public Representative and Society Provision*, 5(1), 183–191.
- Maher, M. W., Stickney, C. P., & Weil, R. L. (2008). *Managerial Accounting: An Introduction to Concepts, Methods and Uses* (10th ed.). Thomson South-Western.
- Sinambela, E., & Djaelani, M. (2022). Cost Behavior Analysis and Categorization. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*. 2. 13-16.
- Vanderbeck, E. J. (2009). *Principles of cost accounting* (15th ed.). Cengage Learning.
- Zahrani, M., Purba, A. E., Hilal, F., Mariana, & Diana. (2025). Concept and methodology of job order costing: Theory and practice. *Jurnal HEI EMA*, 4(1), 79–90

ผลกระทบความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร
ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

The impact of success of Enterprise Resource Planning system (ERP) that affects the
operational efficiencies in finance, accounting and supplies of
Rajamangala University of Technology Phra Nakorn

ณฐมนพพร วรณชัย^{1,*}

Nathamonporn Wannachai^{1,*}

Received : January 24, 2025 Revised : May 31, 2025 Accepted : July 8, 2025

บทคัดย่อ

ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยบริหารจัดการกระบวนการทางธุรกิจยุคใหม่ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่สามารถบูรณาการข้อมูลขององค์กร ลดความซับซ้อนของกระบวนการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่การเงิน บัญชีและพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 75 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ได้แก่ ด้านคุณภาพของระบบ ด้านผู้ใช้งาน และด้านองค์กรส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ในด้านคุณภาพของข้อมูลไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ทั้งในเชิงทฤษฎี เชิงปฏิบัติ และเชิงนโยบาย โดยเฉพาะเน้นการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรและการสนับสนุนจากหน่วยงาน รวมถึง การพัฒนาคุณภาพระบบให้ตอบสนองต่อบริบทการใช้งานอย่างต่อเนื่องขององค์กร

คำสำคัญ : ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

¹ นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹ Financial and accounting expert, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakorn

* Corresponding author : e-mail: kloyjai.w@rmutp.ac.th

Abstract

Enterprise Resource Planning (ERP) systems are modern technologies that play a crucial role in managing business processes. They serve as a central mechanism for integrating organizational data, reducing operational complexity, and enhancing decision-making efficiency. This study aims to examine the impact of ERP system success on the operational efficiency of financial, accounting, and procurement functions at Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. A questionnaire was employed to collect data from 75 personnel in finance, accounting, and procurement departments. The data were analyzed using descriptive statistics (percentages, means, standard deviations) and multiple regression analysis. The findings reveal that ERP system success in terms of system quality, user side, and organizational support positively influences overall operational efficiency. However, information quality was found to have no significant effect on performance. The results provide practical, theoretical, and policy-oriented insights for ERP system development, particularly emphasizing the importance of knowledge enhancement, institutional support, and continuous system improvement tailored to organizational contexts.

Keywords: ERP system success, ERP system, Operational efficiency

1. บทนำ

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วเพื่อเพิ่มความสะดวก ทันสมัย และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ช่วยลดเวลาในการทำงานและเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจของผู้บริหาร ส่งผลให้องค์กรสามารถ แข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืน (มูห์หมัด สาเกร์ เร้าะแลบา, 2567) อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต้องปรับตัว เพื่อให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ (สุภาภรณ์ สีสุพรรณ และ อจิรภาส เพียรขุนทด, 2565) แม้จะมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หลายองค์กรยังคงเผชิญปัญหาในการเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลทำให้เกิดความล่าช้าในการเข้าถึงข้อมูลและตรวจสอบ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากข้อมูลถูกเก็บไว้แต่ละส่วนงานที่รับผิดชอบเท่านั้น มิได้มีการนำข้อมูลเหล่านั้นมาบูรณาการภายในองค์กรเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันในการตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการจัดเก็บข้อมูลแบบแยกส่วน (Silo Data) ซึ่งส่งผลให้ การเข้าถึงข้อมูลล่าช้า และขาดประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ (ญาณิศา พรพรม และคณะ, 2566) ปัญหานี้อาจรุนแรงขึ้นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่ ทำให้ข้อมูลสำคัญสูญหายหรือเข้าถึงได้ยาก ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน ดังนั้น เพื่อลดข้อจำกัดเหล่านี้จึงมีแนวคิดในการพัฒนาระบบสารสนเทศที่สามารถบูรณาการข้อมูลร่วมกัน เพื่อให้ทุกส่วนงานสามารถทำงานประสานกันอย่างเป็นระบบและเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการข้อมูล (ชนิกานต์ รอดมรณ และ นลินภัทร์ ปรวัฒน์ปรีयर, 2561) โดยการนำเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ และฐานข้อมูล มาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการงาน การบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานช่วยให้สามารถแบ่งปันข้อมูล ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว และเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ การเลือกระบบสารสนเทศ มาใช้งานในหน่วยงานถือเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากระบบสารสนเทศด้านบัญชีและการเงิน มีบทบาทสำคัญในการลดภาระงานและช่วยปรับปรุงความถูกต้องของข้อมูล ดังนั้น การนำระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร หรือ ERP มาใช้จะช่วยให้องค์กรจัดเก็บข้อมูลที่มีโครงสร้าง เชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (อนุช จิระวันชัยกุล, 2566)

ในขณะที่ ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยบริหารจัดการกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การบัญชี สินค้าคงคลัง การจัดซื้อ การผลิต ทรัพยากรมนุษย์ และการขาย ดังนั้น ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจยุคใหม่ ช่วยให้องค์กรสามารถบูรณาการข้อมูล ลดความซับซ้อนของกระบวนการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ นอกจากนี้ องค์กรที่ต้องการนำระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรไปใช้ ควรให้ความสำคัญกับปัจจัย

ความสำเร็จ (Al-Amin et al., 2023) นอกจากนี้ ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารข้อมูลทางบัญชี รวมถึง ช่วยให้องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุภาภรณ์ สีสุพรรณ และ อจิรภาส เพียรขุนทด, 2565) และลดปัญหาด้านข้อมูลที่กระจุกกระจาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล (นิศารัตน์ ขัติยนนท์ และคณะ, 2564) อย่างไรก็ตาม การนำระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรมาใช้กับองค์กรต้องคำนึงถึงความสำเร็จของระบบ โดยเฉพาะในด้านคุณภาพของระบบ และคุณภาพของสารสนเทศ (สรวิชัย แหน่นไส, 2563) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากระบบสามารถสนับสนุนการตัดสินใจของผู้เกี่ยวข้องในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารระดับสูงที่ใช้ข้อมูลในการกำหนดนโยบายและวางแผนกลยุทธ์ หัวหน้าหน่วยงานที่ใช้กำกับดูแลและตัดสินใจเชิงบริหาร เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่ต้องการข้อมูลที่ต้องการและทันเวลา รวมถึงผู้ดูแลระบบที่รับผิดชอบด้านประสิทธิภาพ ความถูกต้อง และความปลอดภัยของข้อมูล นอกจากนี้ การใช้ระบบสารสนเทศที่มีความสะดวกในการใช้งานและง่ายไม่ซับซ้อน สามารถช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่รวดเร็ว ในขณะที่เดียวกัน กระบวนการทำงานขององค์กรมีความคล่องตัวมากขึ้น สามารถใช้ระยะเวลาในการจัดทำรายงานผลการสรุปที่น้อยลง และสุดท้ายนี้คือ ผลกระทบต่อบุคคล ที่จะช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน กล่าวคือความสามารถของผู้ใช้ระบบในการดำเนินงานด้านบัญชีและการเงิน ตามมาตรฐานที่กำหนด การพิจารณาผ่านตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางบัญชีและงบการเงิน ผู้ปฏิบัติงานต้องสามารถจัดทำและนำเสนอรายงานการเงินได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งข้อมูลบัญชีต้องครบถ้วน ถูกต้อง และเชื่อถือได้ (ณัฐวงศ์ พูนพล และคณะ, 2565) ในขณะเดียวกัน ความสำเร็จของระบบจะสามารถทำให้เกิดผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพทั้ง 3 ด้าน คือ 1) การประหยัดต้นทุน 2) เสร็จทันตามกำหนดเวลา และ 3) คุณภาพของงาน (ปรัชญาวุฒิ ขันติโชติ และชัยรัตน์ สุริยะธามา, 2561) นอกจากนี้ สิ่งที่สำคัญของระบบนั้นยังสามารถขับเคลื่อนกระบวนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในภาพรวมเพิ่มขึ้น

จากเหตุผลข้างต้น แม้จะมีงานวิจัยที่เกี่ยวกับระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรอยู่มาก แต่ส่วนใหญ่แล้วมักเน้นภาคเอกชนและการวิเคราะห์ประสิทธิภาพภายในระดับองค์กร ขณะที่การวิจัยในหน่วยงานภาครัฐยังคงมีเพียงเล็กน้อย โดยเฉพาะผลกระทบจากความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในระดับบุคลากรเฉพาะกลุ่ม อีกทั้ง งานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุในมหาวิทยาลัยมักประสบปัญหาความซ้ำซ้อนของข้อมูล ความล่าช้าในการประมวลผล และข้อผิดพลาดในการจัดทำรายงาน ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของการบริหารจัดการภาครัฐ ดังนั้น ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรจึงถูกนำมาใช้เพื่อบูรณาการข้อมูลจากหลายหน่วยงาน ช่วยลดภาระงาน เพิ่มความแม่นยำและความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน อย่างเป็นระบบส่งผลให้ประสิทธิภาพในระดับบุคคลดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งด้านเวลา ต้นทุน และคุณภาพของงาน (Chofreh et al., 2021; Hunton, 2020) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรด้านการเงิน บัญชี และพัสดุของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการงบประมาณ การควบคุมต้นทุน และการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งถือเป็นกระบวนการหลักของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรภาครัฐ โดยการศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้สามารถประเมินได้ว่า ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่มหาวิทยาลัยได้นำมาใช้ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานจริงในระดับบุคคลหรือไม่ อย่างไรก็ตาม การเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้จึงมีความเหมาะสมทั้งในเชิงบริบทของปัญหาที่เกิดขึ้นจริง และในเชิงการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบายในระดับองค์กร เพื่อการปรับปรุงการบริหารงานภาครัฐให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

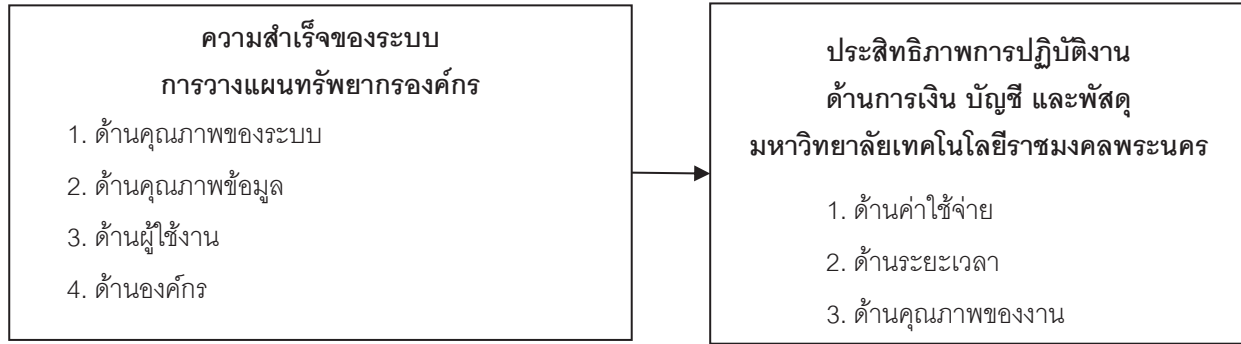
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบของความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สามารถพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด ได้ดังนี้

โมเดลของความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
ด้านการเงิน บัญชีและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



รูปภาพประกอบ 1

2.1 ทฤษฎีระบบสารสนเทศ

จากแนวคิดทฤษฎีความสำเร็จของระบบสารสนเทศ พัฒนาโดย DeLone และ McLean ในปี 2003 ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย 6 ปัจจัยหลัก (Al-Okaily, 2024; Al-Okaily et al., 2023; DeLone & McLean, 1992; DeLone & McLean, 2003; ศรีวิชญ์ แทนไธ, 2563) ได้แก่ 1) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) เป็นการวัดผลลัพธ์ที่ได้จากระบบสารสนเทศ 2) คุณภาพของระบบ (System Quality) เป็นการวัดผลลัพธ์การทำงานของระบบสารสนเทศ 3) คุณภาพของบริการ (Service Quality) เป็นการวัดผลลัพธ์ของบริการ 4) การใช้งาน (Intention to Use) เป็นการวัดผลการใช้งานสารสนเทศจากระบบสารสนเทศของผู้ใช้งาน 5) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) เป็นการวัดการตอบสนองของผู้ใช้งานต่อผลลัพธ์ที่ได้จากระบบสารสนเทศและเป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานสารสนเทศ และ 6) ประโยชน์สุทธิ (Net Benefits) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน เช่น การเพิ่มผลผลิต ลดข้อผิดพลาด เพิ่มความสามารถในการตัดสินใจ ซึ่งสามารถวัดได้ทั้งในระดับบุคคล (Individual Impact) และระดับองค์กร (Organizational Impact)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรและความสำเร็จของการวางแผนทรัพยากรองค์กร

ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร หรือ Enterprise Resource Planning (ERP) เป็นชุดซอฟต์แวร์ธุรกิจที่ออกแบบมาเพื่อบูรณาการและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการจัดการธุรกิจ โดยระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรใช้ฐานข้อมูลเดียวกันเพื่อรวบรวมกระบวนการทางธุรกิจและการไหลของข้อมูลในองค์กร ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงแผนกต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ทรัพยากรบุคคล ระบบการเงิน การจัดการคำสั่งซื้อ ซัพพลายเออร์ และลูกค้า เพื่อให้กระบวนการทำงานเป็นระบบเดียวที่รวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Almajali et al., 2022) นอกจากนี้ ผู้ใช้งานสามารถเรียกใช้ทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ ร่วมกันภายในองค์กร ทั้งนี้ ผู้ใช้งานสามารถใช้งานทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นปัจจุบันที่สุดและเรียกดูย้อนหลังได้ (ภูมิ สุภินนพงศ์, 2565) นอกจากนี้ ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรยังมีการใช้ข้อมูลที่มีการจัดเก็บไว้จากฐานข้อมูลเดี่ยว (Single Database) ดังนั้น การเชื่อมต่อระหว่างระบบต่าง ๆ จึงมีความเคลื่อนไหวแบบ Online และ Real-time (อนุช จิระวันชัยกุล, 2566) มีฐานข้อมูลเดียวกัน (Centralized Database) ช่วยให้ทุกส่วนงานสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มความแม่นยำ (Almajali et al., 2022) รวมถึง การบูรณาการข้ามฟังก์ชัน (Cross-Functional Integration) เชื่อมต่อข้อมูลระหว่างแผนก เช่น ระบบบัญชีที่สามารถดึงข้อมูลจากระบบคลังสินค้าและฝ่ายจัดซื้อได้โดยอัตโนมัติ (AI-Okaily et al., 2023) ความสำเร็จของการนำระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรมาใช้งานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร ทั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย คุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ การใช้สารสนเทศ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และผลกระทบต่อบุคคล (DeLone & McLean, 1992; DeLone & McLean, 2003) ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการประเมินความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรด้วย อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกใช้เพียง 4 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล ผู้ใช้งาน และด้านองค์กร เนื่องจากตัวแปรเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรง และมีผลกระทบต่อความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ในบริบทของการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับของพฤติกรรมหรือความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อคุณภาพของงานที่บุคคลนั้นใช้ความพยายามที่จะกระทำให้ดีที่สุดภายใต้มาตรฐานที่กำหนดหรือความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยเร็ว นอกจากนี้ ในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องประกอบด้วยความเร็วถูกต้อง และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (สาวิตรา สุวรรณ, 2560) ในขณะที่ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในภาครัฐ สามารถแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ที่สำคัญ ได้แก่ 1) คุณภาพของงาน 2) ปริมาณของงาน 3) เวลาในการปฏิบัติงาน 4) กระบวนการปฏิบัติงาน และ 5) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ในการปฏิบัติงานของพนักงาน ในขณะที่ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้นต้องเกิดจากประสิทธิภาพจาก 2 ส่วนคือ ประสิทธิภาพของบุคคลและประสิทธิภาพขององค์กร (ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และพงษ์เสถียร เหลืองอลงกต, 2563) ดังนั้น การศึกษานี้ประยุกต์ ประสิทธิภาพของบุคคล ซึ่งประกอบด้วย 1) คุณภาพของงาน 2) เวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และ 3) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในการปฏิบัติงานของพนักงาน เนื่องจากพิจารณาตามความเหมาะสมต่อบริบทของกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุ ซึ่งมักมีงานลักษณะประจำ (routine tasks) ที่เน้น ความแม่นยำ ความรวดเร็ว และประหยัดต้นทุนมากกว่าการวัดที่ปริมาณงานหรือความซับซ้อนของกระบวนการโดยตรง เช่นเดียวกับงานภาคการผลิตหรือบริการทั่วไป

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

การศึกษาก่อนหน้าแสดงให้เห็นว่าปัจจัยความสำเร็จของระบบสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เช่น ผลงานวิจัยของ สรวิชัย แหนใส (2563) บ่งชี้ว่าปัจจัยด้านคุณภาพของระบบส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพขององค์กร ประกอบด้วย การเข้าถึงและใช้งานง่าย ความน่าเชื่อถือของระบบ ความรวดเร็วในการประมวลผล ระบบที่มีคุณภาพต้องตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในการไหลและประมวลผลข้อมูลสำคัญ เช่น รายงานการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้ คุณภาพของข้อมูล เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร ซึ่งได้แก่ ความถูกต้องและความครบถ้วน ซึ่งข้อมูลทางบัญชีต้องมีความ ถูกต้อง ครบถ้วน และอ้างอิงได้ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการจัดทำงบการเงิน ความทันสมัยและสามารถเข้าถึงได้ ข้อมูลต้องเป็นปัจจุบันและสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้การวิเคราะห์และการตัดสินใจมีความแม่นยำ ความเป็นอิสระและความโปร่งใส ข้อมูลต้องได้รับการตรวจสอบและยืนยันความถูกต้อง อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพบัญชี ในขณะที่ นฤมล พันธุชา และคณะ (2563) พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของระบบภาษีและเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพระบบ และคุณภาพสารสนเทศมีความสัมพันธ์และส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานทางการเงินทางบัญชี เนื่องจากคุณภาพของระบบที่ดี มีความพร้อมและง่ายต่อการใช้งาน ระบบมีความยืดหยุ่น รวมถึง มีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ทำให้ช่วยลดความซ้ำซ้อนและขั้นตอนในการดำเนินงาน รวมทั้ง ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ ด้านคุณภาพสารสนเทศ บ่งชี้ว่าข้อมูลที่ได้มีความถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจได้ เป็นปัจจุบันและตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน อีกทั้งใช้เวลาอย่างรวดเร็ว และยังสามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่างในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์และจัดส่งเอกสารเช่นกัน นอกจากนี้ ผลการศึกษา

ของ AI-Okaily and AI-Okaily (2022) บ่งชี้ว่า คุณภาพของข้อมูล มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้และผลกระทบต่อบุคคล เนื่องจากข้อมูลที่ถูกต้อง ทันสมัย และเชื่อถือได้ช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้และทำให้บุคลากรสามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังพบว่าคุณภาพของระบบมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้และผลกระทบต่อบุคคล เพราะว่าการที่ใช้งานง่าย มีความเสถียร และรองรับการขยายตัวขององค์กร ทำให้ผู้ใช้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ AI-Okaily (2024) พบว่า คุณภาพของข้อมูล มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพส่วนบุคคล แสดงให้เห็นว่าหากข้อมูลในระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน ผู้ใช้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดข้อผิดพลาดในการทำงาน เพิ่มความมั่นใจและความแม่นยำของบุคลากรในการดำเนินงานด้านบัญชี อย่างไรก็ตาม คุณภาพของระบบ ไม่มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพส่วนบุคคล

นอกจากนี้ มีงานวิจัยที่ในอดีตที่ให้ผลการศึกษาเกี่ยวกับการนำระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรมาใช้ในองค์กร เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติให้ดีขึ้น เช่น งานวิจัยของ ปรัชญาวุฒิ ชันติโชติ และ ชัยรัตน์ สุริยะธาดา (2561) ซึ่งเห็นว่าภาพรวมของการนำระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรมาใช้และความสำเร็จของระบบระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ประกอบด้วย ด้านคุณภาพของระบบ โดยมีการกำหนดรหัสผ่านในการเข้าใช้งาน ด้านคุณภาพของสารสนเทศ ซึ่งให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากระบบ มีความรวดเร็วและเชื่อถือได้ ด้านการใช้สารสนเทศ มีความสะดวกในการใช้งานและง่ายไม่ซับซ้อน และสุดท้ายด้านผลกระทบต่อบุคคล ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ในขณะที่ การใช้งานระบบนั้นทำให้มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานดีขึ้น ทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ประหยัดต้นทุน 2) เสร็จทันตามกำหนดเวลา และ 3) คุณภาพของงาน ในขณะที่งานวิจัยของ นิศารัตน์ ขัตติยนนท์ และคณะ (2564) พบว่า ความสามารถของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการประมวลผลสารสนเทศทางการบัญชี โดยประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ความพร้อมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ บ่งชี้ว่าระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่มีความพร้อมและการบูรณาการที่ดีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อมูล 2) การบริหารการวางแผนทรัพยากรองค์กรอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น นโยบายที่ชัดเจนและการไหลของข้อมูลที่เป็นระบบช่วยให้การประมวลผลข้อมูลถูกต้องและรวดเร็ว 3) การมีส่วนร่วมของพนักงาน การฝึกอบรมและเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อมูล และ 4) การบูรณาการซอฟต์แวร์การวางแผนทรัพยากรองค์กร ระบบที่สามารถทำงานร่วมกันได้ดีช่วยให้ข้อมูลบัญชีแม่นยำและลดข้อผิดพลาด ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยความสำเร็จของระบบเหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบัญชีและสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารให้มีความแม่นยำและรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ งานวิจัยของ AI-Okaily et al. (2023) พบว่า คุณภาพของข้อมูลมีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้ แสดงให้เห็นว่าหากข้อมูลมีความแม่นยำเป็นปัจจุบัน และเข้าใจง่าย ผู้ใช้จะรับรู้ว่าการวางแผนทรัพยากรองค์กรเป็นระบบที่มีประโยชน์และช่วยให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะที่ คุณภาพของระบบมีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้ ดังนั้นระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่มีเสถียรภาพ ใช้งานง่าย และยืดหยุ่นส่งผลให้ผู้ใช้รับรู้ว่าการระบบมีประโยชน์ และทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Almajali et al. (2022) พบว่า คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการฝึกอบรมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้จัดการ แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ถูกต้องและระบบที่เสถียรช่วยให้ผู้จัดการสามารถใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการฝึกอบรมที่ดีช่วยลดความซับซ้อนในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ทำให้ผู้จัดการมีความพึงพอใจมากขึ้น ดังนั้น เมื่อผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้ระบบก็จะส่งผลดีต่อการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีของธุรกิจ (สุกัญญา คลังทอง, และคณะ, 2563) นอกจากนี้ การยอมรับระบบสารสนเทศยังคงส่งผลในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน (กุลนัดดา สายสอน, 2568)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น เพื่อเป็นการขยายแนวทางในการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานซึ่งประกอบด้วย ด้านค่าใช้จ่าย ด้านระยะเวลา และด้านคุณภาพของงาน (ปรัชญาวุฒิ ชันติโชติ และ ชัยรัตน์ สุริยะธาดา, 2561; ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และ พงษ์เสถียร เหลืองอลงกต, 2563) ในขณะที่ ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ประกอบด้วย คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล ผู้ใช้งาน และองค์กร (นฤมล พันธุชา และคณะ, 2563; สรวิชญ์ แหนใส, 2563; Almajali

et al. (2022); Al-Okaily & Al-Okaily, 2022; Al-Okaily, 2024) เพื่อศึกษาผลกระทบของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัย H1: ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านคุณภาพของระบบ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สมมติฐานการวิจัย H2: ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านคุณภาพข้อมูล ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สมมติฐานการวิจัย H3: ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านผู้ใช้งาน ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สมมติฐานการวิจัย H4: ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านองค์กร ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ด้านการคลัง การเงิน บัญชี และพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครทั้งหมด 85 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ที่ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อน \pm ร้อยละ 5 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 75 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับ ร้อยละ 88.24 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากอัตราการตอบกลับมีมากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไป (นิศาชลรัตน์มณี, และประสพชัย พสนุนท์, 2562)

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประยุกต์ข้อคำถามจากงานวิจัยในอดีตตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ประสบการณ์ในการใช้ระบบ ERP ความถี่ในการใช้ระบบ ERP จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยปัจจัยความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale ประกอบด้วย ด้านคุณภาพของระบบ (System Quality) ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ด้านผู้ใช้งาน (Intention to Use) และด้านองค์กร (Organization side) จำนวนทั้งสิ้น 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale ประกอบด้วย ด้านค่าใช้จ่าย (Cost) ด้านระยะเวลา (Time) ด้านคุณภาพของงาน (Quality of Work) จำนวนทั้งสิ้น 13 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม ท่านคิดว่า ก่อนและหลังการนำระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP) ในส่วนงานของท่านมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง และส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กรอย่างไรบ้าง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questions)

3.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

การตรวจสอบความตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาและข้อคำถามว่าตรงตามวัตถุประสงค์สอดคล้องกับการวิจัยหรือไม่ (Index of Item Objective Congruence Index: IOC) ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าดัชนี IOC อยู่ในช่วง 0.50 – 1.00 (Turner และ Carlson, 2003) หากค่า IOC

ที่ต่ำกว่า 0.50 จะถูกนำออกหรือปรับแก้ไขใหม่ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ (Pimdee, 2020) ในขณะเดียวกัน เพื่อให้ข้อคำถามหรือเนื้อหาในเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอและนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปทำการทดสอบ (Try Out) จำนวน 30 คน จากนั้นทำการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) ของแต่ละด้านโดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าปัจจัยความสำเร็จของระบบ ERP ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.694 – 0.903 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.760 – 0.889 บ่งชี้ว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.30 ซึ่งถือว่าเนื้อหาของแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Marianti et al., 2023) นอกจากนี้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งปัจจัยความสำเร็จของระบบ EPR มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.915 - 0.940 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.920 – 0.947 ซึ่งให้เห็นว่าค่าความเชื่อมั่นที่ 0.70 ขึ้นไป ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et. al., 2010)

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์สถิติ ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) 2) ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร และ 3) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชีและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยใช้การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$TOE = \beta_0 + \beta_1STQ + \beta_2DQ + \beta_3IOU + \beta_4OGZ + \varepsilon$$

TOE แทน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม

STQ แทน ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านคุณภาพของระบบ

DQ แทน ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านคุณภาพของข้อมูล

IOU แทน ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านผู้ใช้งาน

OGZ แทน ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านองค์กร

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ จำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล (n = 75)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	16	21.33
	หญิง	59	78.67
อายุ	20 – 30 ปี	11	14.66
	31 – 40 ปี	32	42.67
	41 – 50 ปี	18	24.00
	51 ขึ้นไป	14	18.67
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	8.00
	ปริญญาตรี	39	52.00
	ปริญญาโท	30	40.00
	ปริญญาเอก	0	0.00

ตาราง 1 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ จำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล (n = 75) (ต่อ)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์การทำงาน	ต่ำกว่า 2 ปี	4	5.34
	2 - 5 ปี	15	20.00
	5 -10 ปี	13	17.33
	11 ปีขึ้นไป	43	57.33
ประสบการณ์ในการใช้ระบบ ERP	น้อยกว่า 1 ปี	9	12.00
	2 - 5 ปี	17	22.67
	5-10 ปี	22	29.33
ความถี่ในการใช้ระบบ ERP	เป็นประจำทุกวัน	38	50.67
	เป็นประจำทุกสัปดาห์	23	30.67
	เดือนละ 1- 2 ครั้ง	7	9.33
	มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	7	9.33

จากตาราง 1 พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีการเงิน การบัญชีและพัสดุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 78.67 และเพศชาย ร้อยละ 21.33 ตามลำดับ มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 42.67 อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 24.00 อายุ 51 ขึ้นไป ร้อยละ 18.67 และอายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 14.66 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.00 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 40.00 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 8.00 ในขณะที่ ประสบการณ์การทำงาน 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 57.33 อายุการทำงาน 2 - 5 ปี ร้อยละ 20.00 อายุการทำงาน 5 - 10 ปี เป็นร้อยละ 17.33 และอายุการทำงานต่ำกว่า 2 ปี ร้อยละ 5.34 มีประสบการณ์ในการใช้ระบบ ERP มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 36.00 มีประสบการณ์ในการใช้ระบบ ERP 5-10 ปี ร้อยละ 29.33 มีประสบการณ์ในการใช้ระบบ ERP 2 - 5 ปี ร้อยละ 22.67 และมีประสบการณ์ในการใช้ระบบ ERP น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 12.00 นอกจากนี้ มีความถี่ในการใช้ระบบ ERP เป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 50.67 ใช้เป็นประจำทุกสัปดาห์ ร้อยละ 30.67 ใช้เดือนละ 1- 2 ครั้ง ร้อยละ 9.33 และมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 9.33

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความสำเร็จของระบบ ERP โดยภาพรวม

ปัจจัยความสำเร็จของระบบ ERP	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	อันดับ
1. ด้านคุณภาพของระบบ	3.94	0.724	มาก	2
2. ด้านคุณภาพข้อมูล	4.12	0.697	มาก	1
3. ด้านผู้ใช้งาน	3.85	0.869	มาก	3
4. ด้านองค์กร	3.59	0.922	มาก	4
รวม	3.87	0.692	มาก	

จากตาราง 2 พบว่า เจ้าหน้าที่การเงิน บัญชีและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของระบบ ERP โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.87) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณภาพข้อมูล (\bar{X} = 4.12) ด้านคุณภาพระบบ (\bar{X} = 3.94) ด้านผู้ใช้งาน (\bar{X} = 3.85) ด้านองค์กร (\bar{X} = 3.59) มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยภาพรวม

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	อันดับ
1. ด้านค่าใช้จ่าย	3.41	0.944	ปานกลาง	3
2. ด้านระยะเวลา	3.57	0.898	มาก	2
3. ด้านคุณภาพของงาน	3.85	0.796	มาก	1
รวม	3.61	0.805	มาก	

จากตาราง 3 พบว่า เจ้าหน้าที่การเงิน บัญชีและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณภาพของงาน ($\bar{X} = 3.85$) ด้านระยะเวลา ($\bar{X} = 3.57$) มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.41$) มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จของระบบ ERP

ตัวแปร	ด้านคุณภาพของระบบ	ด้านคุณภาพข้อมูล	ด้านผู้ใช้งาน	ด้านองค์กร
ด้านคุณภาพของระบบ	1	0.800**	0.608**	0.637**
ด้านคุณภาพข้อมูล		1	0.645**	0.691**
ด้านผู้ใช้งาน			1	0.592**
ด้านองค์กร				1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ภายในของตัวแปรความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ในแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.592 - 0.800 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระมีค่าไม่เกิน 0.80 ดังนั้น ตัวแปรอิสระจึงไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010)

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านการเงิน บัญชีและพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ปัจจัยความสำเร็จของระบบ ERP	B	Std. Error	Beta	t	P-value	Multicollinearity	
						Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	-0.044	0.323		-0.137	0.892		
ด้านคุณภาพของระบบ	0.322	0.125	0.290	2.588	0.012**	0.338	2.961
ด้านคุณภาพข้อมูล	0.116	0.140	0.100	0.828	0.411	0.288	3.473
ด้านผู้ใช้งาน	0.194	0.083	0.209	2.337	0.022*	0.529	1.889
ด้านองค์กร	0.324	0.083	0.371	3.929	0.000**	0.475	2.105

R = 0.839 R² = 0.703 Adj R² = 0.686 Std. Error of the Estimate = 0.45089 Durbin-Watson = 1.871

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 5 พบว่า 1) ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านคุณภาพของระบบ มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญาวุฒิ ชันติโชติ และ ชัยรัตน์ สุริยะอาภา (2561) ที่ให้เห็นว่า คุณภาพของระบบมีผลต่อความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรช่วยให้กระบวนการดำเนินงานด้านบัญชีและพัสดุเป็นไปอย่างราบรื่น นอกจากนี้ งานวิจัยของ Almajali et al. (2022) พบว่าคุณภาพของระบบส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้จัดการและส่งผลดีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน (กุลนัดดา สายสอน, 2568; สุกัญญา คลังทอง, และคณะ, 2563) นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ นฤมล พันธุชา และคณะ (2563) บ่งชี้ให้เห็นว่าระบบสารสนเทศทางภาษีและเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพสามารถลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้ ระบบที่เสถียรช่วยให้ผู้จัดการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านคุณภาพของข้อมูล ไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_2 แสดงให้เห็นว่าอาจเป็นไปได้ว่ายังไม่ได้มีการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจอย่างเต็มที่ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ AI-Okaily (2024) พบว่าคุณภาพของข้อมูลไม่มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพส่วนบุคคล เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่น เช่น การใช้ข้อมูลที่ผิดวิธี หรือปัญหาในการจัดการข้อมูล ส่งผลให้ไม่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาของ AI-Okaily et al. (2023) ระบุว่าคุณภาพของข้อมูลมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร แต่ไม่ได้ส่งผลต่อการลดค่าใช้จ่ายโดยตรงขององค์กร ในทางกลับกัน ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิศารัตน์ ชติยนนท์ และคณะ (2564) ที่แสดงให้เห็นว่าการบริหารการวางแผนทรัพยากรองค์กรอย่างต่อเนื่อง ช่วยให้ข้อมูลถูกต้องและรวดเร็วขึ้น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

3) ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านผู้ใช้งาน มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_3 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Almajali et al. (2022) ที่สนับสนุนว่าการฝึกอบรมและการมีส่วนร่วมของพนักงานในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรช่วยลดความซับซ้อนในการดำเนินงาน และลดค่าใช้จ่ายขององค์กรได้ รวมถึงช่วยให้บุคลากรสามารถดำเนินงานได้รวดเร็วขึ้น

4) ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านองค์กร มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_4 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ด้านองค์กรที่มีการสนับสนุนอย่างเพียงพอช่วยให้ระบบส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานได้มากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิศารัตน์ ชติยนนท์ และคณะ (2564) ที่พบว่า การบูรณาการระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรอย่างต่อเนื่องสามารถช่วยให้การประมวลผลข้อมูลทางบัญชีและการจัดการระยะเวลาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คุณภาพของข้อมูลมีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้ และส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ (กุลนัดดา สายสอน, 2568; สุกัญญา คลังทอง, และคณะ, 2563)

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) มีปัจจัยอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร เช่น การสนับสนุนจากผู้บริหาร การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งไม่ได้รวมอยู่ในการศึกษานี้ ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาใช้ปัจจัยดังกล่าวศึกษาถึงผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนานักวิชาการให้เกิดความเชี่ยวชาญในการใช้งานระบบของบุคลากร ในอนาคตควรมุ่งเน้นศึกษาผลกระทบของปัจจัยความสำเร็จด้านผู้ใช้งานถึงความรู้ความสามารถที่มีต่อประสิทธิภาพในใช้งานระบบระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรโดยเฉพาะ

2) เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงานผ่านการใช้ระบบ ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ดังนั้น ในอนาคตควรมุ่งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการใช้งานระบบ ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรของหน่วยงานต่อไป

3) งานวิจัยนี้มุ่งเน้นเฉพาะบุคลากรด้านการเงิน บัญชี และพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อาจไม่สามารถสรุปผลไปยังองค์กรอื่นที่มีลักษณะแตกต่างกันได้ ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาในหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการยืนยันผลการศึกษาดังกล่าว

4) งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนั้นสำหรับการวิจัยในอนาคต ควรระบุให้มีการศึกษาโดยใช้สถิติอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น Structural Equation Modeling (SEM), PATH Analysis เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลลัพธ์ของการศึกษานี้ สามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ได้หลายประการ

1) ในเชิงทฤษฎี สามารถช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ DeLone and McLean, (2003) โดยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านองค์กรและคุณภาพของระบบเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน

2) ในเชิงปฏิบัติ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการใช้งานระบบระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรในหน่วยงานสถานศึกษาและองค์กรอื่น ๆ โดยเฉพาะมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของระบบและการสนับสนุนจากองค์กร โดยองค์กรอาจสนับสนุนการทำงานแบบบูรณาการและเชื่อมโยงการทำงานกับระบบย่อยอื่น ๆ ผ่านระบบระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรให้มากขึ้น เพื่อลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำและมีความซับซ้อนจากระบบ manual

3) ในเชิงนโยบาย ผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลจากผลการศึกษานี้ในการออกแบบกลยุทธ์การบริหารระบบ ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรอย่างสม่ำเสมอ รวมถึง การสนับสนุนจากองค์กรและการปรับปรุงระบบให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งาน

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน บัญชี และพัสดุของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ได้แก่ ด้านคุณภาพของระบบ การสนับสนุนจากองค์กร และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ขณะที่ความสำเร็จของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรด้านคุณภาพข้อมูลไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดในการจัดการและการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในเชิงทฤษฎี เชิงปฏิบัติ และเชิงนโยบาย โดยเฉพาะเน้นการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรและการสนับสนุนจากองค์กร รวมถึง การพัฒนาคุณภาพระบบให้ตอบสนองต่อบริบทการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- กุลนัดดา สายสอน. (2568). พฤติกรรมการใช้งานระบบและการยอมรับระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่อุเทนถวาย กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการ ปชมท.*, 14(1), e1459.
- ชนิกานต์ รอดมรณ และ นลินภัทร์ ปรวิวัฒน์ปรีयर. (2561). การบริหารจัดการสารสนเทศเพื่อยกระดับคุณภาพองค์กรของรัฐบาลไทย: การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 20(3), 134-146
- ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และ พงษ์เสถียร เหลืองอลงกต. (2563). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 14(1), 251-265.
- ญาณิศา พรพรม, วงศ์พรพรรณ บุญนวล, อมรเทพ คล้ายเครือ, รุ่งเพชร ต้นเจริญ, หนึ่งฤทัย ศรีสุกใส, และรสสุคนธ์ ประดิษฐ์. (2566). การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ในการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 3(2), 73-82.

- ณัฐวงศ์ พูนพล, รวิฐา ทวีพร้อม, นาดนภา นิลนิยม, และปรีชาณัฐ มิรัตน์ไพโร. (2565). ผลกระทบของการพัฒนาทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่องที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของผู้ทำบัญชีสหกรณ์การเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 14(3), 1-17.
- นฤมล พันธุชา, อุเทน เลานาทา, และวราพร เปรมพาดิษย์นุกูล. (2563). ผลกระทบของความสำเร็จระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานทางการบัญชีของผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 2(4), 11-24.
- นิตาชาล รัตนมณี, และประสพชัย พสนุนท์. (2562). อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 13(3), 182-188.
- นิตารัตน์ ขัติยมนนท์, อุเทน เลานาทา, และนาดนภา นิลนิยม. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรกับประสิทธิภาพการประมวลผลสารสนเทศทางการบัญชีของธุรกิจไนเซตนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(3), 1-13.
- ปรัชญาดุฒิ ชันดิโชติ และชัยรัตน์ สุริยะอาภา. (2561). การนำระบบ SAP เข้ามาใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 19(พิเศษ), 47-62.
- ภูมิ สุภินนพงศ์. (2565). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในองค์กรด้วยระบบการบริหารจัดการทรัพยากรของบริษัทในเครือ พีเคเอฟ (ประเทศไทย)*. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin92/6214155586.pdf>
- มุหัมมัด สาเก็ร เร้าะแลบา. (2567). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล. *วารสารอินทนิลบริหารศาสตร์*, 1(ปฐมฤกษ์), 97-112.
- สรวิชัย แหนไส. (2563). *ปัจจัยความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหาสารคาม). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สาวิตรา สุวรรณ. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่* (การค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุภาภรณ์ สีสุพรรณ และอจิรภาส เพียรขุนทด. (2565). การปรับตัวเพื่อเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงเป็นองค์กรดิจิทัลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(8), 246-264.
- สุกัญญา คลังทอง, สุพิน ฉายศิริไพบูลย์, และอัครพร โชติพฤกษ์. (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งต่อผลประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 101-112.
- อนุช จิระวันชัยกุล. (2566). ERP for Autonomous Entities เทคนิคการออกแบบระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) สำหรับหน่วยงานในกำกับของรัฐ: เทคนิคการออกแบบระบบ Enterprise Resource Planning. *วารสารสภามหาวิทยาลัย*, 5(14), 54-82.
- Al-Amin, M., Hossain, T., Islam, J., & Biwas, S. K. (2023). History, features, challenges, and critical success factors of enterprise resource planning (ERP) in the era of industry 4.0. *European Scientific Journal, ESJ*, 19(6), 31.
- Al-Okaily, M., & Al-Okaily, A. (2022). An empirical assessment of enterprise information systems success in a developing country: The Jordanian experience. *The TQM Journal*, 34(6), 1958-1975.

- Al-Okaily, A., Al-Okaily, M., & Teoh, A. P. (2023). Evaluating ERP systems success: Evidence from Jordanian firms in the age of the digital business. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 53(6), 1025-1040.
- Al-Okaily, M. (2024). Assessing the effectiveness of accounting information systems in the era of COVID-19 pandemic. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 54(1), 157-175.
- Almajali, D. A., Omar, F., Alsokkar, A., Alshrideh, A. S., Masa'Deh, R., & Dahalin, Z. (2022). Enterprise resource planning success in Jordan from the perspective of IT-business strategic alignment. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2062095.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Marianti, S., Rufaida, A., Hasanah, N., & Nuryanti, S. (2023). Comparing item-total correlation and item-theta correlation in test item selection: A simulation and empirical study. *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 27(2), 133-145.
- Pimdee, P. (2020). Antecedents of Thai student teacher sustainable consumption behavior. *Heliyon*, 6(2020), e04676.
- Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International Journal of Testing*, 3(2), 163-171.

แนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการ ผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น

Local Wisdom Management Guidelines for Commercial Development of Thai Silk Entrepreneurs, Khonkaen Province

อนุชัย ภูแสนศรี¹ และ รุจิรัตน์ พัฒนถาบุตร^{2,*}

Anuchai Poosaensri¹ and Ruchirat Patanathabutr^{2,*}

Received : May 6, 2025 Revised : August 20, 2025 Accepted : August 22, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสิ่งแวดล้อมทางการจัดการของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ในพื้นที่อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น 2) ศึกษาองค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย 3) นิยามชื่อและให้ความหมายองค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย และ 4) นำเสนอแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธีการ ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ การระดมสมองระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการผ้าไหม และการวิเคราะห์เชิงปริมาณประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่นิยมสวมใส่ผ้าไหมโดยมีอัตราเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 384 คน ผลการวิจัยการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์เชิงรุกในการสร้างแบรนด์ผ้าไหมมัดหมี่ให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าไหมเพื่อจับกลุ่มตลาดระดับบนหรือกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง การยกระดับศูนย์การเรียนรู้ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทั้งระบบ การวิจัยนี้ได้องค์ประกอบ 2 องค์ประกอบซึ่งมีนิยามและความหมายดังนี้ 1) องค์ประกอบที่ 1 การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตผ้าไหมให้เกิดอัตลักษณ์ หมายถึง การจัดการเพื่อการผลิตผ้าไหมที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ใน รูปแบบที่หลากหลายมีมาตรฐานและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) องค์ประกอบที่ 2 การจัดการมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย หมายถึง การจัดการเพื่อนำเสนอมูลค่าเพิ่มต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ซึ่งทั้ง 2 องค์ประกอบสามารถอธิบายการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ได้ร้อยละ 56.733 ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาเป็นแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ ภูมิปัญญาท้องถิ่น มูลค่าเพิ่ม ผู้ประกอบการผ้าไหมไทย

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹ Master student, Master of Business Administration, Graduate School, Khon Kaen University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² Assistant Professor, Graduate School, Khon Kaen University

*Corresponding author Email: pruchi@kku.ac.th

Abstract

The purposes of this research are (1) to analyze the management environment of Thai silk entrepreneurs in Chonnabot District, Khonkaen Province, (2) to study the components of local wisdom management for commercial development of Thai silk entrepreneurs, (3) define the names and give meaning to the components of local wisdom management for commercial development of Thai silk entrepreneurs, and (4) present the guidelines for local wisdom management for commercial development of Thai silk entrepreneurs in Khon Kaen Province. This study employed a mixed-methods research approach, combining qualitative research methods with document analysis, in-depth interviews with experts, and brainstorming sessions among experts and Thai silk entrepreneurs, with a quantitative component analysis using survey data. The sample group consisted of 384 consumers who regularly wear silk garments at an average frequency of at least once per week. The findings revealed that entrepreneurs should adopt proactive branding strategies to promote Mudmee silk on an international level. Furthermore, there is a need to develop new silk products targeting high-end markets or consumers with high purchasing power, to upgrade community learning centers into cultural tourism destinations, and to enhance overall product standards across the system. The study identified two key components, defined as follows: Component 1: Management of Local Wisdom on Identity Silk Production (MLS)– This refers to managing silk production to meet diverse consumer needs through standardized processes that reflect local identity, uniqueness, and indigenous knowledge. Component 2: Management of Value Added on Thai Silk Products (MVS) – This entails managing the presentation of added value to Thai silk products. These two components together explain 56.733% of the variance in the management of local wisdom for commercial development among Thai silk entrepreneurs. The findings can serve as a framework for managing local knowledge to support the commercial advancement of Thai silk entrepreneurs in Khon Kaen Province.

Keywords: Management, Local Wisdom, Added Value, Thai Silk Entrepreneurs

1. บทนำ

หนึ่งในตัวตนของความเป็นชาติก็คือศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ซึ่งเป็นรากเหง้าทางวัฒนธรรมและความเป็นตัวตนของชาติไทย ที่ยังคงสืบสานและครองความเป็นอัตลักษณ์ตัวตนไว้อย่างหนักแน่นและยาวนานมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมคือการถ่ายทอดองค์ความรู้ วิถีชีวิต อัตลักษณ์ความเป็นตัวตน ความเชื่อความศรัทธา เป็นสิ่งที่ชุมชนหรือกลุ่มชนร่วมกันสร้างขึ้นมาอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมหรือความต้องการของตน (จังหวัดขอนแก่น, 2562) ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นผลผลิตทางปัญญาหรือองค์ความรู้ของมนุษย์ที่เกิดจากการสะท้อนของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ มนุษย์และมนุษย์ และมนุษย์กับสิ่งที่เห็นธรรมชาติผ่านการสังขมประสบการณ์ เรียนรู้ และพัฒนาปรับปรุง ถ่ายทอดสืบต่อกันมา ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนและแก้ไขปัญหาและอุปสรรคตามบริบทของพื้นที่ ซึ่งเป็นการแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นตัวตนของคนในพื้นที่นั้น ๆ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำรงชีพของวิถีชีวิตที่สืบทอดและพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยาวนานจากบรรพบุรุษจนทำให้สังคมหรือกลุ่มชนมีความสุขในการดำรงชีพและภาคภูมิใจในความเป็นตัวตนและหนึ่งในภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญซึ่งเป็นรากฐานทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตพื้นฐานของมนุษย์ คือ การทอผ้าเพื่อผลิตเป็นเครื่องนุ่งห่มจากเส้นไหมธรรมชาติ ซึ่งการทอผ้าไหมจึงถือว่าเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านและเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ซึ่งประเทศไทยมียุทธศาสตร์และเป้าหมายที่สำคัญในการเป็นจุดศูนย์กลางการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ปัจจุบันพบว่าประเทศไทยมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเพื่อผลิตเส้นไหมลดลงอย่าง

ต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อมูลจากกรมหม่อนไหมซึ่งระบุว่าพื้นที่ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในประเทศไทยมีจำนวนลดลงจากจำนวน 155,510 ไร่ ในปี พ.ศ. 2547 คงเหลือเพียง 36,000 ไร่ ในปี พ.ศ. 2565 ซึ่งส่งผลต่อปริมาณวัตถุดิบในการผลิตผ้าไหม (กรมหม่อนไหม, 2565) ประกอบกับสถานการณ์การส่งออกผ้าไหมไทย ในปี พ.ศ. 2567 พบว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกผ้าไหมประมาณ 5.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับตลาดโลก และการส่งออกไหมดิบ ในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกไหมดิบ มูลค่า 112,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยได้หันถือเป็นตลาดหลักที่นำเข้าเส้นไหมดิบจากไทยและตลาดหลักในการส่งออกผ้าไหมของประเทศไทยคือสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดสำคัญ โดยในปี พ.ศ. 2567 พบว่า มีการนำเข้าผ้าไหมจากไทย มูลค่าสูงถึง 985,600 ดอลลาร์สหรัฐ (Trading Economics, 2024) และข้อมูลจากกรมศุลกากรพบว่าในปี 2566 พบว่ามูลค่าการนำเข้า - ส่งออก รายการกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำนวน 656.9 ล้านบาท มีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 53.76 จากปี 2565 โดยผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากผ้าไหม มีมูลค่ามากถึง 422.3 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.83 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566 (กรมศุลกากร, 2567)

แม้ว่าผ้าไหมไทยจะเผชิญกับความท้าทายหลายด้านทั้งในเรื่องของการผลิตและการแข่งขันจากต่างประเทศแต่ด้วยการปรับตัวและนวัตกรรมในการผลิต รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์ของผ้าไหมไทยในฐานะผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและยั่งยืน ผ้าไหมไทยยังมีโอกาสในการขยายช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยถือเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมจากลวดลายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งแฝงไปด้วย คติพจน์ ความเชื่อ ศิลปะ วิถีชีวิตความเป็นมาที่ถูกถ่ายทอดจากบรรพบุรุษจนกลายเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะจังหวัดขอนแก่นมีผ้าไหมมัดหมี่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งได้รับการประกาศรับรองจากสภาหัตถกรรมโลก ให้จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองหัตถกรรมโลกแห่งผ้ามัดหมี่ ประจำปี พ.ศ. 2561 (สำนักข่าวแห่งชาติ, 2561) โดยในการรับรองได้คำนึงถึงข้อมูลเชิงประจักษ์ในประวัติศาสตร์ความเป็นมาของการทอผ้าไหมมัดหมี่วัตถุดิบที่ใช้ประกอบการทอ มาตรฐานและการยอมรับในวงการทอผ้าไหม ซึ่งในปัจจุบันจังหวัดขอนแก่นเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบอย่างเส้นไหมใหญ่ที่สุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากข้อมูลซึ่งมีกลุ่มผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เป็นอันดับ 4 ของประเทศ หรือจำนวน 8,565 ราย โดยแบ่งเป็น เกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม จำนวน 5,152 ราย ผู้ประกอบการทอผ้าไหม จำนวน 2,382 ราย (ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม, 2563) และผ้าไหมมัดหมี่ขนบที่เป็นผ้าไหมมัดหมี่ที่ผลิตในอำเภอชนบท ของจังหวัดขอนแก่น เป็นผ้าไหมที่สร้างลวดลายและสีสันด้วยการคั้นลำหมี่และมัดย้อมอย่างประณีตตามกรรมวิธีที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา เอกลักษณ์ของผ้าไหมมัดหมี่ขนบที่เป็นผ้าไหมมัดหมี่ที่สร้างลวดลายและสีสันโดยการมัดและย้อมเส้นไหมที่แบ่งเป็นปอยเล็ก ๆ เนื้อผ้าแน่นนุ่ม มันวาว มีปุมปมลวดลายละเอียดชัดเจน มีชื่อเสียงในระดับประเทศ

ดังนั้น จึงคาดการณ์ได้ว่าตลาดอุตสาหกรรมผ้าไหมไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นในอนาคต และด้วยค่านิยมของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลดีต่อตลาดอุตสาหกรรมผ้าไหมและผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและต้องการเสนอแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ในบริบทพื้นที่จังหวัดขอนแก่น อย่างตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และศักยภาพผู้ประกอบการและผู้ผลิตผ้าไหมไทย ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎี และการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นการศึกษางานวิจัยบทความ แนวความคิด ทฤษฎีและข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการจัดการ

2.1.1 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่กระทบกับธุรกิจโดยอ้อม (General Environment)

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการวิจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการจัดการของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ จังหวัดขอนแก่น โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางอ้อมวิเคราะห์โดยใช้หลักการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป ซึ่งประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2560) กล่าวว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป หรือ PESTEL Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และตรวจสอบปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้ การวิเคราะห์

1. ด้านนโยบายทางการเมือง (Political Factor, P)

ภาครัฐมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผ้าไหม เช่น การส่งเสริมสินค้า OTOP, การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (GI – Geographical Indication) ช่วยส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมากขึ้น หากแต่เสถียรภาพทางการเมืองที่ไม่แน่นอนส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการลงทุนและการดำเนินธุรกิจผ้าไหม

2. การวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ (Economy Factor, E)

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนสูง เช่น ภาวะเงินเฟ้อ ค่าเงินบาท อัตราดอกเบี้ย หรือรายได้เฉลี่ยที่ลดลงของผู้บริโภคกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือสินค้าที่ลดทอนที่มีราคาสูง

3. การวิเคราะห์ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Factor, S)

ความนิยมในผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นหรือความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย ส่งผลให้ผู้บริโภคนิยมซื้อผ้าไหมมากขึ้น แนวโน้มการใช้ชีวิตและกระแสนิยมแต่งกายด้วยผ้าไทยส่งผลต่อความต้องการใช้ผ้าไหมเพิ่มขึ้น

4. การวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี (Technology Factor, T)

การเข้ามาของเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยให้ผู้บริโภคมีช่องทางในการซื้อสินค้าได้รวดเร็ว และหลากหลายเพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนในการผลิตและการออกแบบผ้าไหมทำให้สามารถผลิตหรือทอผ้าไหมได้ในปริมาณมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น

5. การวิเคราะห์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและนิเวศวิทยา (Ecology Factor, E)

สภาพภูมิอากาศในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเหมาะสมต่อการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม

6. การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย (Legal Factor, L)

กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ หรือการขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าทางวัฒนธรรม ช่วยสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

2.1.2 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่กระทบกับธุรกิจโดยตรง

แรงกดดัน 5 ประการ หรือ Five Forces Model คือ เครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม ซึ่งคิดค้นโดย Michael E. Porter (Porter, 1990) เป็นเครื่องมือที่ทำให้ทราบถึงสภาพการแข่งขันว่าอุตสาหกรรมนั้นมีปัจจัยที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจหรือไม่โดยแนวคิดแรงผลักดันทางการแข่งขันสามารถแยกการวิเคราะห์ออกเป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้านคู่แข่งทางตรง

ผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีการแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อแย่งชิง ฐานลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดราคาขายและส่งผลให้อัตรากำไรโดยรวมลดลง

2. การวิเคราะห์ด้านคู่แข่งรายใหม่

อุตสาหกรรมที่มีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มเข้ามาแข่งขันในตลาดมากขึ้นจะทำให้คู่แข่งรายเดิมถูกแย่งชิงฐานลูกค้ารายได้และกำไรโดยรวมลดลง

3. การวิเคราะห์ด้านสินค้าหรือบริการทดแทน

สินค้าหรือบริการที่สามารถถูกทดแทนได้ง่ายด้วยสินค้าหรือบริการประเภทอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถสนองความต้องการหรือสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้เหมือนกันย่อมเป็นปัจจัยสำคัญให้ธุรกิจไม่สามารถตั้งราคาสินค้าได้สูงเกินไปได้และส่งผลให้อัตรากำไรต่ำ

4. การวิเคราะห์ด้านผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ในกรณีที่ผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองสูง ทำให้ธุรกิจนั้นมีทางเลือกหรือต่อรองไม่ได้มากในการสั่งซื้อสินค้าจาก Supplier หรือไม่มีเงื่อนไขที่ได้สิทธิประโยชน์ทางการค้าเพิ่มเติม จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้การประหยัดต้นทุนของธุรกิจในอุตสาหกรรมมีความเป็นไปได้น้อย

5. การวิเคราะห์ด้านลูกค้า

ในกรณีที่ผู้ซื้ออำนาจต่อรองสูงเป็นข้อได้เปรียบในการต่อรองซื้อขายสินค้าและบริการ ทำให้ธุรกิจนั้นถูกบีบบังคับด้านเรื่องราคาให้ต่ำ ส่งผลให้อัตรากำไรของอุตสาหกรรมโดยรวมจึงต่ำ

2.2 การวิเคราะห์ โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการนำเครื่องมือในการวิเคราะห์ธุรกิจด้วย SWOT Analysis เพื่อนำมาวิเคราะห์และแก้ปัญหาทางธุรกิจ (Budiman, Tarigan, Mardhatillah, Sembiring, and Teddy, 2018) โดยวิเคราะห์เฉพาะโอกาส(Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการผ้าไหมในพื้นที่อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น

โอกาส (Opportunities) ใช้โอกาสทางสภาพแวดล้อมที่สามารถทำให้ธุรกิจดำเนินการเพื่อได้เปรียบในการแข่งขันหรือบรรลุเป้าหมาย โดยวิเคราะห์จากปัจจัยภายนอกที่ทำให้ธุรกิจได้เปรียบ เช่น สถานการณ์เศรษฐกิจ สถานการณ์การเมือง เป็นต้น

อุปสรรค (Threats) อุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อและขัดขวางธุรกิจไม่บรรลุเป้าหมายและเสียเปรียบในการแข่งขัน โดยวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกธุรกิจที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินงานอย่างไม่สะดวกและหาทางป้องกันไม่ให้เกิด หรือเกิดน้อยที่สุดจนสามารถขจัดทิ้งได้

2.3 การกำหนดจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงที่วิจัย

การกำหนดจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงที่วิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง(Documentary Research)

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยได้กำหนดตัวแปรแฝงคือการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น และตัวแปรสังเกตได้ของขององค์ประกอบการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จำนวนทั้งหมด 35 ตัวแปร การกำหนดจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงที่วิจัยจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ปราชญ์ท้องถิ่นที่มีองค์ความรู้ด้านผ้าไหมไทยหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าไหมไทย ไม่น้อยกว่า 10 ปี และมีชื่ออยู่ในฐานข้อมูลของวัฒนธรรมจังหวัด เพื่อทำการเก็บข้อมูลสำคัญจากผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งในการวิจัยควรมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์ไม่ต่ำกว่า 8 คน (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2551) ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับผ้าไหมไทย ทั้งหมด 11 คน โดยมีการวางแผนในการสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นเป็นตอนมีความเข้มงวดในระดับพอประมาณ ซึ่งประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์จะมีอย่างคร่าว ๆ และครอบคลุมใจความสำคัญของเรื่อง อาจใช้คำสำคัญ (Keyword) เป็นตัวชี้้นำในการสัมภาษณ์ด้วย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อนำมาใช้ในการแจกแจงความถี่และนำความถี่ตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่นจากการศึกษาทบทวนวิจัย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ มาสรุปผลความถี่ ดังแสดงตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตาราง 1 สรุปความถี่ตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จากการศึกษาทบทวนงานวิจัย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย	ความถี่		ความถี่ รวม
	การวิจัย เอกสาร	การสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ	
ลักษณะและการออกแบบผ้าไหมไทย	11	11	22
ลวดลายของผ้าไหมไทย	11	11	22
การย้อมสีของผ้าไหมไทยโดยใช้สีจากธรรมชาติ	9	11	20
กรรมวิธีการทอผ้าไหม	9	11	20
คุณภาพของเส้นไหม	9	11	20
การตั้งราคาที่เหมาะสม ตามคุณภาพของเส้นไหม ลวดลายและกรรมวิธีการทอ	9	11	20
ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าไหมไทย	9	11	20
เอกลักษณ์และลวดลายเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น	8	11	19
การใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตผ้าไหม	8	11	19
การให้ความรู้เกี่ยวกับกรรมวิธีการผลิตเพื่อให้ผู้สวมใส่เห็นถึงคุณค่า ของภูมิปัญญาท้องถิ่น	8	11	19
ศักยภาพของผู้ประกอบการผ้าไหม ในการผลิตผ้าไหมตามคำสั่งซื้อ และความต้องการของผู้ใช้ผ้าไหม	8	11	19
การออกร้านตามงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานของรัฐหรือภาคเอกชนจัดขึ้น	7	11	18
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย	7	11	18
การแสดงให้เห็นถึงคุณค่าจากกระบวนการผลิตที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น	7	11	18
การนำเสนอผ้าไหมไทยในเชิงวัฒนธรรมและการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน	7	11	18
การสร้างความปลอดภัยหลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย	7	11	18
การส่งเสริมการใช้ผ้าไหมไทยจากการรณรงค์ของภาครัฐ	7	11	18
ความหลากหลายของเส้นไหม สี ลวดลาย และวิธีการทอตรงตามความต้องการ ของผู้บริโภค	7	11	18
ราคาของผ้าไหมแปรผันตามต้นทุนการผลิตและต้นทุนของภูมิปัญญาท้องถิ่น	7	11	18
การส่งเสริมความร่วมมือในการสวมใส่ผ้าไหมไทยของภาคเอกชน	7	11	18
การสร้างการรับรู้บอกเล่าถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นลงในบรรจุภัณฑ์หรือสิ่งพิมพ์ ที่เป็นส่วนควบของผ้าไหมไทย	7	11	18
ลวดลายผ้าไหมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนหรือเฉพาะตัวของผู้ประกอบการ	7	11	18
การมีตราสินค้าผ้าไหมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ใช้ผ้าไหมไทย	7	11	18
การมีตรารับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย	7	11	18
การใช้เทคโนโลยีการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย	7	11	18
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	7	11	18

ตาราง 1 สรุปความถี่ตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จากการศึกษาทบทวนงานวิจัย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย	ความถี่		ความถี่รวม
	การวิจัยเอกสาร	การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ	
คุณค่าของการสวมใส่ผ้าไหมในชีวิตประจำวันที่สะท้อนถึงความเป็นไทย	7	11	18
การให้ความรู้เกี่ยวกับลวดลายของผ้าไหมเพื่อสร้างความภาคภูมิใจและความมั่นใจให้ผู้สวมใส่เพื่อใช้ในแต่โอกาส	7	11	18
การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมที่มีความสวยงามและสะดวกต่อการขนส่ง	7	11	18
ศักยภาพของผู้ประกอบการผ้าไหมในการผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง	7	11	18
การใส่ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานรับรองคุณภาพของผ้าไหม เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์	7	11	18
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่มีความทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ผ้าไหม	7	11	18
การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย	7	11	18
การสวมใส่ผ้าไหมไทยในประเพณีและพิธีกรรม	7	11	18
แหล่งเรียนรู้ภายในชุมชน	7	11	18

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยได้กำหนดตัวแปรแฝง คือ การบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น และตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ทั้งหมด 35 ตัวแปร ที่มีค่าความถี่เกินครึ่งของค่าความถี่รวม กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยของตัวแปร การบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ดังภาพประกอบที่ 1



รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัยของตัวแปรสังเกตได้ขององค์ประกอบการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพหรือแบบผสมผสาน (Mix Method) ซึ่งผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะได้ศึกษาองค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย โดยได้กำหนดวิธีการตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่วิจัย

ประชากรที่วิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคหรือใช้บริการผ้าไหมไทย ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire Survey) โดยมีการระบุข้อจำกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ต้องสวมใส่ผ้าไหมไทย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์

สำหรับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดวิธีเลือกขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้กฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ที่ Schumacker and Lomax (2010) (อ้างถึงนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) คือกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 – 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งตัวแปรสังเกตได้ในงานวิจัยครั้งนี้ มีทั้งหมด 35 ตัวแปร ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมีอย่างน้อย 350 คน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 ราย/ตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในครั้งนี้นี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire Survey) เพื่อให้บรรลุและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคหรือใช้บริการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไปเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย 7 คำถาม คือ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ความถี่ในการบริโภคหรือใช้บริการผ้าไหมไทย งบประมาณที่ใช้ในการซื้อผ้าไหมไทยต่อครั้ง และความถี่ในการสวมใส่ผ้าไหม โดยจะเป็นคำถามปลายปิดที่สามารถเลือกได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อ การพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย โดยนำตัวแปรสังเกตได้ 35 ตัวแปร มากำหนดเป็นองค์ประกอบของข้อคำถาม จำนวน 35 ข้อ ในลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าของลินเคิร์ต (Linkert Scale) 5 ระดับ (ไกรชิต สุตะเมื่อง, เรวดี อันนันทน์ และเฉลิมพร เย็นเยือก, 2552)

3.1.3 วิธีการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งเป็นวิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ประสพชัย พสุนนท์, 2558) เพื่อประเมินวิเคราะห์และหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องกันระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหาในกระบวนการทางสถิติ (Index of Item – Objective Congruence, IOC) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากการให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน ตรวจสอบพบว่า มีค่า IOC เท่ากับ 1.0 ซึ่งสอดคล้องกับอารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล (2561) ซึ่งนำเสนอว่าหากค่า IOC มีค่ามากกว่า 0.50 สามารถนำไปใช้เก็บแบบสอบถามต่อไป และทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ของแบบสอบถาม โดยการใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.980 สอดคล้องกับบุญชม ศรีสะอาด (2553) ซึ่งนำเสนอว่าความเชื่อมั่นของคำถามต้องมากกว่า 0.8 ถึงจะสามารถนำไปเก็บข้อมูลเพื่อวิจัยเชิงองค์ประกอบได้

3.1.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูลแบบเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling Method) จำนวนไม่น้อยกว่า 384 คน โดยผู้วิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคหรือใช้บริการผ้าไหมไทยโดยช่องทางออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามผ่านระบบ Google Forms โดยมีการระบุข้อจำกัดของผู้ตอบ

แบบสอบถาม คือ ต้องสวมใส่ผ้าไหมไทย ไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีช่วงระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามเริ่มตั้งแต่ได้ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567

3.1.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ผู้วิจัยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อตรวจสอบองค์ประกอบร่วมทุกตัวว่ามีความสัมพันธ์หรือเป็นอิสระต่อกัน (อรรถไกร พันธุ์ภักดี, 2559) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมีรายละเอียด ดังนี้

การตรวจสอบข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์

เครื่องมือแรก คือ การคำนวณเมทริกซ์สหสัมพันธ์ โดยใช้เมทริกซ์มาวิเคราะห์หาเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรจำนวน 35 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียงสั้น มีค่ามากกว่า 0.3 ซึ่งสอดคล้องกับ Wiersma (1991) ซึ่งนำเสนอว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation Matrix) ถ้ามีค่ามากกว่า 0.3 จะเป็นการตรวจสอบในระยะเบื้องต้นว่าองค์ประกอบของตัวแปรมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

เครื่องมือขั้นที่สอง คือ ค่าสถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. : KMO) โดยมีจุดประสงค์ในการวัดความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งผลการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยใช้ KMO และ Bartlett's Test พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.980 ซึ่งมากกว่า 0.6 (Burns, 1990) สอดคล้องกับ ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ (2548) ซึ่งนำเสนอว่าเมื่อค่า KMO มากกว่า 0.5 แสดงถึงกลุ่มตัวแปรทั้งหมด 35 ตัวแปร มีความเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ และเมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า Approx. Chi-Square โดยประมาณมีค่าเท่ากับ 9330.035 และมีค่า Sig = 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบที่ 0.05 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 35 ตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธ ไทยวรรณ (2556) ได้นำเสนอว่า ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าสมมติฐานเพื่อการทดสอบดังนี้ H0: ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน และ H1: ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

การสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction)

การตรวจสอบเครื่องมือด้วยวิธีสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) คือ การคำนวณจำนวนของ Factor เพื่อให้มีความสามารถในการใช้และแยกองค์ประกอบร่วมให้มีค่าน้อยที่สุดกับตัวแปรทั้งหมดได้ พบว่าค่า Initial Communalities ของตัวแปรทุกตัวเป็น 1.00 แปลผลได้ว่า ตัวแปรทุกตัวสามารถอธิบาย ค่าความแปรปรวนของตัวแปรได้ทั้งหมด และค่า Extraction Communalities ขององค์ประกอบหลังจากที่ได้สกัดปัจจัยแล้ว พบว่าค่า Extraction Communalities ของตัวแปร P2No3 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่ำสุด = 0.384 ซึ่งสอดคล้องกับกัลยา วาณิชย์บัญชา (2561) ซึ่งนำเสนอว่าหากค่า Extraction Communalities ของตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.3 จึงสามารถจัดอยู่ในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งได้อย่างชัดเจน และนำตัวแปรมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ จากนั้นจึงใช้วิธี Principal Component Analysis ในการสร้างองค์ประกอบของตัวแปรทั้ง 35 ตัว โดยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบจะทำการปรับตัวแปรแต่ละตัวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardized) เพื่อให้ตัวแปรทุกตัวมีค่าเฉลี่ยเป็น 0 และ ค่าความแปรปรวนเป็น 1 ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงพบว่า มี 2 องค์ประกอบ

การหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation)

เป็นการแยกตัวแปรให้เห็นชัดว่าตัวแปรนั้น ๆ ควรที่จะจัดอยู่ในองค์ประกอบใดเนื่องจากในการสกัดองค์ประกอบจะได้มาซึ่งองค์ประกอบหลายองค์ประกอบ ซึ่งการหมุนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) จะทำให้องค์ประกอบแต่ละตัวเป็นอิสระต่อกัน และเมื่อใช้การหมุนแกนแบบเน้นการเปลี่ยนสมมติ (Varimax Rotation) จะทำให้องค์ประกอบคงที่มากขึ้นรวมไปถึงมีโครงสร้างที่ง่ายกว่า (Kim and Mueller, 1978) ซึ่งผลจากการหมุนแกนองค์ประกอบแบบ Orthogonal Rotation ด้วยวิธี Varimax พบว่า กรณี Extraction Method: Principal Component Analysis และ Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization เกิด Rotation converged in 11 iterations คือ ส่วนที่เพิ่มขึ้นมาจากคำสั่งให้หมุนแกน

การเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)

การเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เป็นการจัดตัวแปรตามค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ หากมีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมาก ที่ได้จากการหมุนแกนแล้ว พบว่า

ตัวแปร P2No3, P2No12, P2No13, P2No14, P2No15, P2No17, P2No18, P2No19, P2No20, P2No21, P2No22, P2No23, P2No24, P2No25, P2No26, P2No27, P2No28, P2No29, P2No30, P2No31, P2No32, P2No33, P2No34 และ P2No35 มีค่า Factor Loading มากในองค์ประกอบที่ 1

ตัวแปร P2No1, P2No2, P2No4, P2No5, P2No6, P2No7, P2No8, P2No9, P2No10, P2No11 และ P2No16 มีค่า Factor Loading มากในองค์ประกอบที่ 2

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อกำหนดจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงที่วิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยที่ศึกษาจากสภาพความเป็นจริงที่อยู่ ในธรรมชาติ ซึ่งต้องศึกษาจากการมองภาพรวมทุกด้านด้วยตัวของผู้ศึกษาเอง เพื่อให้ได้ความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ที่มีความสนใจกับสภาพแวดล้อมนั้น ๆ จึงเกิดเป็นความสำคัญกับข้อมูลที่จัดเป็นความรู้สึกความคิด คุณค่าของมนุษย์ และการให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมรอบตัว (เวรดาว พรหมแสน, 2554) การวิจัยเชิงคุณภาพที่กำหนดจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงที่ศึกษาทำการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ จากการทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญในการนำไปวิจัยต่าง ๆ เพื่อใช้ในการวิจัย โดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ประชาชนท้องถิ่น ที่มีองค์ความรู้ด้านผ้าไหมไทยหรือ มีประสบการณ์เกี่ยวกับผ้าไหมไทย ไม่น้อยกว่า 10 ปี และมีชื่ออยู่ในฐานข้อมูลของวัฒนธรรม โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 8 คน (บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ, 2551) จึงจะเป็นจำนวนการเก็บข้อมูลที่เหมาะสมแล้วรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ พร้อมทั้งนำประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทำการวิเคราะห์ สรุปเนื้อหา จัดกลุ่มข้อมูลพร้อมทั้งหาค่าความถี่ของตัวแปรที่สังเกตได้ที่จะนำมาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบและนำตัวแปรที่มีค่าความถี่มากกว่าครึ่งหนึ่งของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมาใช้ในการศึกษา (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552)

3.3 การนำเสนอแนวทางทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น

ผลจากการวิจัยองค์ประกอบเชิงสำรวจสามารถนำองค์ประกอบที่ได้มาพัฒนาเป็นแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบมาพัฒนาเป็นแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น ด้วยการระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้ผลิตและผู้ประกอบการผ้าไหมไทยที่มีประสบการณ์ในด้านผ้าไหม มากกว่า 10 ปีจำนวน 7 ท่าน และผู้ที่ชื่นชอบในด้านผ้าไหมไทย จำนวน 2 ท่าน รวมเป็น 9 ท่าน ซึ่งจำนวนคนที่ร่วมระดมสมองจะมีประสิทธิภาพมากที่สุดเมื่อมีผู้เข้าร่วมระหว่าง 4 ถึง 9 คน หากคนน้อยเกินไปจะได้ออกความคิดเห็น มุมมองที่แคบ แต่หากมากเกินไปความคิดเห็นจะแตกออกนอกประเด็นหลักไปมาก หรือมีบางท่านไม่ได้ออกความคิดเห็น (ศศิมา สุขสว่าง, 2562)

4. ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วนตามวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการวิจัยเพื่อวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการจัดการของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ในพื้นที่อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่กระทบกับธุรกิจโดยอ้อม (General Environment)

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการวิจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการจัดการของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้หลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป หรือ PESTEL Analysis

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และตรวจสอบปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้าน ดังแสดงตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตาราง 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่กระทบกับธุรกิจโดยอ้อม (General Environment)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป หรือ PESTEL Analysis	
ด้านนโยบาย ทางการเมือง	ในปัจจุบันพบว่ามีโอกาสเพิ่มมากขึ้นจากการที่ภาครัฐมีนโยบายที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่ายผ้าไหมไทย ซึ่งเป็นที่นิยมทั้งในตลาดภายในประเทศและการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยการยกระดับและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค้ทั้งระบบ และสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มของผ้าไหม โดยการผลิตผ้าไหมไทยได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ขององค์การยูเนสโก ซึ่งจะสามารถสร้างการรับรู้ขยายตลาดในการส่งออกผ้าไหมในต่างประเทศเพิ่มขึ้น
ด้านเศรษฐกิจ	ในปัจจุบันสภาวะแนวโน้มเศรษฐกิจของไทยที่อยู่ในภาวะชะลอตัว ทั้งด้านการค้า การลงทุนของภาคเอกชนและการส่งออกบริการ ทำให้ผู้ซื้อภายในประเทศมีกำลังซื้อที่เปราะบาง เนื่องจากค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง แต่ในตลาดต่างประเทศ ยังมีความต้องการสินค้าหัตถกรรมหรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของไทยที่มีคุณภาพสูง
ด้านสังคมและ วัฒนธรรม	ในปัจจุบันพบว่ามีโอกาสเพิ่มมากขึ้นจากค่านิยมการแต่งกายด้วยผ้าไหมที่เพิ่มมากขึ้นจากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงในสังคมชนบทมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการทอผ้าหลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร เป็นการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่สืบสานงานทอผ้าไหม
ด้านเทคโนโลยี	ในปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมเครื่องจักรการ์ด (JACQUARD) ช่วยลดขั้นตอนในการผลิตผ้าไหม รวมทั้งการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ (CAD) สามารถออกแบบลวดลาย และ Pattern ที่สลับซับซ้อนได้อย่างหลากหลายทำให้ผู้ประกอบการลดต้นทุน และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยส่งเสริมในด้านการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ E-Commerce) จะช่วยให้ผู้ประกอบการผ้าไหมจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น
ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพและ นิเวศวิทยา	สภาพภูมิอากาศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเหมาะสมต่อพันธุ์ไหมซึ่งเป็นพันธุ์ไทยพื้นบ้าน ทำให้ตัวไหมมีความแข็งแรง และเลี้ยงง่าย และปัจจุบันกระแสความนิยมสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO Friendly) เช่น ผ้าไหมย้อมสีจากธรรมชาติ จะเป็นจุดเด่นของผ้าไหมพื้นบ้าน
ด้านกฎหมาย	ปัจจุบันกฎหมายด้านลิขสิทธิ์ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ไทย พ.ศ. 2537 กำหนดให้งานออกแบบลวดลาย ออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทศิลปประยุกต์ และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ รวมถึงกฎหมายรับรองคุณภาพการผลิตผ้าไหมที่ผลิตภายในประเทศไทย ให้ได้รับการรับรอง ตรานกยูงพระราชทาน (Royal Peacock Logo) จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มต่อผ้าไหม

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่กระทบกับธุรกิจโดยตรง

แรงกดดัน 5 ประการ หรือ Five Forces Model ซึ่งคิดค้น โดย Michael E. Porter (Porter, 1990) เป็นเครื่องมือที่ทำให้ทราบถึงสภาพการแข่งขันว่าอุตสาหกรรมนั้นมีปัจจัยที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจหรือไม่โดยแนวคิดแรงผลักดันทางการแข่งขันสามารถแยกการวิเคราะห์ออกเป็น 5 องค์ประกอบ ดังแสดงตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตาราง 3 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่กระทบกับธุรกิจโดยตรง

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่กระทบกับธุรกิจโดยตรง	
ด้านคู่แข่งทางตรง	ประเทศไทยขาดดุลการค้าในการนำเข้า - ส่งออก รังไหม เส้นไหม ผ้าทอและผลิตภัณฑ์ไหม
ด้านคู่แข่งรายใหม่	การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ค่อนข้างยาก เนื่องจากอุตสาหกรรมทอผ้าใหม่เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทักษะระดับสูง และการเปิดร้านจำหน่ายผ้าไหมนั้นต้องใช้ทุนสูง
ด้านสินค้าหรือบริการทดแทน	ผ้าฝ้าย หรือเป็นผ้าที่เข้กันมากที่สุดในการบรรดาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เนื่องจากมีราคาถูกและสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน และผ้าไหมเทียมสามารถสนองความต้องการหรือสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ซื้อได้เหมือนผ้าไหมแท้ และมีราคาต่ำกว่าผ้าไหมแท้
ด้านผู้จำหน่ายวัตถุดิบ	อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบประเภทเส้นไหมโรงงานในประเทศไทยเป็นผู้กำหนดราคาเส้นไหมจึงส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ต้องการใช้เส้นไหมโรงงานในการผลิตผ้าไหมไม่สามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้
ด้านลูกค้า	กลุ่มลูกค้าผ้าไหมที่มีกำลังซื้อสูง มีความต้องการผ้าไหมที่มีความหรูหราและคุณภาพสูง (Premium & High Quality) มีตลาดยที่ประณีต แปลกใหม่ สวยงาม ลูกค้ากลุ่มนี้นิยมซื้อผ้าอยู่ในช่วงราคา 10,000 – 30,000 บาท

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามของธุรกิจ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำหลักการวิเคราะห์ SWOT analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อนำมาวิเคราะห์และแก้ปัญหาทางธุรกิจ วิเคราะห์ 4 ปัจจัย ที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบในการวางแผนแนวทางการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ดังแสดงตามตารางที่ 4 ดังนี้

ตาราง 4 การวิเคราะห์ โอกาส และภัยคุกคามของธุรกิจ

การวิเคราะห์ โอกาส และภัยคุกคามของธุรกิจ	
จุดแข็ง (Strengths)	- ผู้ประกอบการมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในการมัดหมี่ลายผ้าไหมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว - ผู้ประกอบการมีการใช้ประโยชน์จากวัสดุธรรมชาติ โดยเฉพาะการย้อมสีธรรมชาติคุณภาพดี สีไม่ตกและไม่ซีดจางง่าย
จุดอ่อน (Weakness)	- ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมปริมาณเส้นไหมบ้านได้เพียงพอต่อปริมาณความต้องการผลิต - ผู้ประกอบการมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น เนื่องจากต้นทุนหลักเส้นไหมโรงงานที่ไม่สามารถควบคุมได้ - ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีเงินทุนไม่เพียงพอต่อการผลิต
โอกาส (Opportunities)	- อากาศชนบทมีห้วงโซ่อุปทานในการผลิตผ้าไหมครบถ้วน ทั้งการผลิตต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ - ผ้าไหมเป็นสินค้าที่เป็นความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง และสามารถเป็นสินค้าส่งออกได้
ภัยคุกคาม (Threats)	- ต้นทุนการผลิตผ้าไหมที่สูงขึ้น ส่งผลให้เป็นอุปสรรคในการแข่งขัน - แนวโน้มความต้องการในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ไม่คงที่และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามกระแส

ผู้วิจัยได้นำหลักการวิเคราะห์ SWOT analysis เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และแก้ปัญหาทางธุรกิจเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์แบบ TOWS Matrix สังเคราะห์แนวทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์พัฒนาเป็นกลยุทธ์ของกลุ่ม

ผู้ประกอบการผ้าไหมไทยในพื้นที่อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น อย่างเป็นระบบ โดยการผสมผสานจุดแข็ง โอกาส จุดอ่อน และอุปสรรค มากำหนดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงป้องกัน กลยุทธ์เชิงแก้ไข และกลยุทธ์เชิงรับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) มุ่งเน้นการใช้จุดแข็งของชุมชน เช่น ภูมิปัญญา ลวดลายอัตลักษณ์ และความร่วมมือ ในชุมชน ผสานกับโอกาสจากการสนับสนุนภาครัฐและการเปิดตลาดโลก เช่น การสร้างแบรนด์ผ้าไหมมัดหมี่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระดับพรีเมียม และการส่งเสริมศูนย์การเรียนรู้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรคในระดับท้องถิ่น
2. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) มุ่งใช้จุดแข็งเพื่อรับมือกับภัยคุกคามจากการแข่งขันการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และมาตรการทางการค้า เช่น การรวมกลุ่มควบคุมต้นทุน ปรับตัวตามกระแสความนิยม และยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ซึ่งช่วยลดความเปราะบางของชุมชนในสภาวะเศรษฐกิจผันผวน
3. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) มุ่งลดจุดอ่อนที่มีอยู่ด้วยการใช้โอกาสจากแหล่งทุนและการสนับสนุนเชิงนโยบาย เช่น การพัฒนาแหล่งผลิตเส้นไหมในท้องถิ่น การสร้างระบบถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ และการบริหารจัดการร่วมกัน ซึ่งล้วนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน
4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เป็นแนวทางที่ช่วยให้ชุมชนสามารถประคองตนเองได้ภายใต้ข้อจำกัด เช่น การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง การฟื้นฟูองค์ความรู้ที่กำลังจะสูญหาย การพึ่งพาตนเองด้านวัตถุดิบและการส่งเสริมนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

จากการสังเคราะห์กลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ในพื้นที่อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่นจำเป็นต้องอาศัยแนวทางบูรณาการที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับนโยบายภาครัฐ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และการตลาดยุคใหม่ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา เพื่อให้ผู้ประกอบการผ้าไหมไทย สามารถผลิตผ้าไหมได้ตรงตามศักยภาพ

4.2 ผลการวิจัยเพื่อศึกษาองค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย

ตาราง 5 ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคหรือใช้บริการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไป เบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน งบประมาณที่ใช้ในการซื้อผ้าไหมไทยต่อครั้ง ความถี่ในการซื้อผ้าไหมไทย และความถี่ในการสวมใส่ผ้าไหมไทย

คำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ หญิง	196	51.00
อายุ ตั้งแต่ 30 ปี - ไม่เกิน 40 ปี และ ตั้งแต่ 40 ปี - ไม่เกิน 50 ปี	216	56.20
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	284	64.60
อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐหรือองค์กรอิสระ/พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้างประจำ	253	65.80
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 15,000 บาท - ไม่เกิน 30,000 บาท	196	51.00
งบประมาณที่ใช้ในการซื้อผ้าไหมไทยต่อครั้ง ต่ำกว่า 2,000 บาท และ ตั้งแต่ 2,000 บาท - ไม่เกิน 4,000 บาท	294	76.60
ความถี่ในการซื้อผ้าไหมไทย ไม่แน่นอนตามโอกาส	247	64.30
ความถี่ในการสวมใส่ผ้าไหมไทย ไม่แน่นอนตามโอกาส และ 1- 2 ครั้งต่อสัปดาห์	279	72.60

สรุป ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 30 ปี - ไม่เกิน 40 ปี และตั้งแต่ 40 ปี - ไม่เกิน 50 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐหรือองค์กรอิสระ และพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างประจำ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 15,000 บาท - ไม่เกิน 30,000 บาท และมีงบประมาณที่ใช้ในการซื้อผ้าไหมไทยต่อครั้ง ต่ำกว่า 2,000 บาท และตั้งแต่ 2,000 บาท - ไม่เกิน 4,000 บาท มีความถี่ในการซื้อผ้าไหมไทย ไม่แน่นอนตามโอกาส และความถี่ในการสวมใส่ผ้าไหมไทย ไม่แน่นอนตามโอกาสและ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์

4.3 ผลการวิจัยขององค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย

จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการใช้ผ้าไหมจากกระบวนการผลิต โดยภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรสังเกตได้ และยังสามารถตรวจสอบตัววัดดังกล่าวอีกครั้งก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความถูกต้องและเหมาะสมที่สุดของผลการวิเคราะห์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทั้ง 35 ตัวแปร ดังนี้

P2No1 แทน ลักษณะและการออกแบบผ้าไหมที่นำเสนอพื้นผิวเส้นไหมที่สวยงาม

P2No2 แทน ลวดลายของผ้าไหมไทยที่แปลกใหม่

P2No3 แทน การย้อมสีของผ้าไหมไทยโดยใช้สีจากธรรมชาติ

P2No4 แทน การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย สำหรับผู้สวมใส่ด้วยการตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป

P2No5 แทน กรรมวิธีการทอผ้าไหมที่ละเอียดประณีต ซึ่งจำแนกเป็นผ้า 2 - 10 ตะกอ หรือ มากกว่า 10 ตะกอ

P2No6 แทน คุณภาพของเส้นไหม เช่น ไหมบ้าน ไหมจุนเกรดต่าง ๆ

P2No7 แทน การตั้งราคาที่เหมาะสม ตามคุณภาพของเส้นไหม ลวดลาย และกรรมวิธีการทอ

P2No8 แทน ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าไหมไทยที่เข้าถึงได้ง่าย ผ่านหน้าร้าน หรือร้านค้าออนไลน์

P2No9 แทน ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานของรัฐหรือภาคเอกชนจัดขึ้น

P2No10 แทน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ

P2No11 แทน การแสดงให้เห็นถึงคุณค่าจากกระบวนการผลิตที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

P2No12 แทน การนำเสนอผ้าไหมไทยในเชิงวัฒนธรรมและการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน

P2No13 แทน การนำเสนอเอกลักษณ์และลวดลายผ้าไหมเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น

P2No14 แทน การส่งเสริมการใช้ผ้าไหมไทยจากการรณรงค์ของภาครัฐ

P2No15 แทน ความหลากหลายของเส้นไหม สี ลวดลาย และวิธีการทอตรงตามความต้องการของผู้ใช้

P2No16 แทน การนำเสนอราคาของผ้าไหมที่หลากหลายแปรผันตามต้นทุนการผลิตและต้นทุนของ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น

P2No17 แทน การส่งเสริมความร่วมมือในการสวมใส่ผ้าไหมไทยของหน่วยงานต่าง

P2No18 แทน การสร้างการรับรู้บอกเล่าถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นลงในบรรจุภัณฑ์หรือสิ่งพิมพ์ที่เป็นส่วนควบของผ้าไหมไทย

P2No19 แทน การนำเสนอลวดลายผ้าไหมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนหรือเฉพาะตัวของผู้ประกอบการแต่ละราย

P2No20 แทน การมีตราสินค้าผ้าไหมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ใช้ผ้าไหมไทย

P2No21 แทน การมีตรารับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย อาทิ ตรานกยูงพระราชทาน

P2No22 แทน การใช้เทคโนโลยีการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย อาทิ การใช้เทคโนโลยีในการออกแบบลวดลายให้มีความคงที่เพื่อให้สามารถสั่งซื้อลวดลายเดียวกันในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น

P2No23 แทน การนำเสนอช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย

P2No24 แทน การนำเสนอคุณค่าของการสวมใส่ผ้าไหมในชีวิตประจำวัน ที่สะท้อนถึงความเป็นไทย

P2No25 แทน การให้ความรู้เกี่ยวกับลวดลายของผ้าไหมเพื่อสร้างความภาคภูมิใจและความมั่นใจ

ให้ผู้สวมใส่เพื่อใช้ในแต่ละโอกาส

P2No26 แทน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมที่มีความสวยงามและสะดวกต่อการขนส่ง

P2No27 แทน การใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตผ้าไหมเพื่อเพิ่มความคงทนของสี

P2No28 แทน ศักยภาพของผู้ประกอบการผ้าไหมในการผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

P2No29 แทน การให้ความรู้เกี่ยวกับกรรมวิธีการผลิตเพื่อให้ผู้สวมใส่เห็นถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น

P2No30 แทน การใส่ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานรับรองคุณภาพของผ้าไหม เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

P2No31 แทน การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่มีความทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ผ้าไหม

P2No32 แทน การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย โดยการใช้ผ้าไหมเป็นวัตถุดิบ

ในการผลิตสินค้า ประเภทอื่น ๆ อาทิ เนคไท รองเท้า เครื่องประดับ กล้องของขวัญ

P2No33 แทน การนำเสนอโอกาสในการสวมใส่ผ้าไหมไทยในประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ

P2No34 แทน การสื่อสารให้ผู้ใส่ผ้าไหมไทยเป็นเสมือนผู้สนับสนุนแหล่งผลิตผ้าไหมให้เกิดความยั่งยืน สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจ

P2No35 แทน ศักยภาพของผู้ประกอบการผ้าไหม ในการผลิตผ้าไหมตามคำสั่งซื้อและความต้องการของผู้ใช้ผ้าไหม

4.4 การตรวจสอบข้อมูลที่วิเคราะห์องค์ประกอบ

4.4.1 ผลการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่า ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น คือ ตัวแปรทั้ง 35 ตัว มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน มีค่ามากกว่า 0.3 ซึ่งแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation Matrix)

4.4.2 ผลการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยใช้ KMO และ Bartlett's Test พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.980 ซึ่งมากกว่า 0.6 แสดงถึงกลุ่มตัวแปรทั้งหมด 35 ตัวแปร มีความเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ และเมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า Approx. Chi-Square โดยประมาณมีค่าเท่ากับ 9330.035 และมีค่า Sig = 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบที่ 0.05 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 35 ตัวมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ดังแสดงตามตารางที่ 6 ดังนี้

ตาราง 6 ค่า KMO Test และ Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.980
	Approx. Chi-Square	9330.035
Bartlett's Test of Sphericity	df	595
	Sig.	.001

การสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction)

ผลการสกัดองค์ประกอบ พบว่า ค่า Extraction Commuality ขององค์ประกอบหลังจากที่ได้สกัดปัจจัยแล้ว พบว่า ค่า Extraction Commuality ของตัวแปร P2No3 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่ำสุด = 0.384 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.3 จึง

สามารถจัดอยู่ในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งได้อย่างชัดเจน และนำตัวแปรมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ดังแสดงตามตารางที่ 7 ซึ่งแสดงถึงค่าความร่วมกัน (Communalities) ดังนี้

ตาราง 7 ค่าความร่วมกัน (Communalities)

Extraction		Extraction		Extraction		Extraction	
P2No1	.665	P2No11	.573	P2No21	.524	P2No31	.630
P2No2	.525	P2No12	.510	P2No22	.609	P2No32	.622
P2No3	.384	P2No13	.475	P2No23	.551	P2No33	.572
P2No4	.551	P2No14	.588	P2No24	.527	P2No34	.670
P2No5	.558	P2No15	.599	P2No25	.632	P2No35	.633
P2No6	.482	P2No16	.526	P2No26	.602		
P2No7	.577	P2No17	.485	P2No27	.578		
P2No8	.547	P2No18	.606	P2No28	.554		
P2No9	.554	P2No19	.593	P2No29	.577		
P2No10	.524	P2No20	.601	P2No30	.653		

ใช้วิธี Principal Component Analysis ในการสร้างองค์ประกอบของตัวแปรทั้ง 35 ตัว โดยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบจะทำการปรับตัวแปรแต่ละตัวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardized) เพื่อให้ตัวแปรทุกตัว มีค่าเฉลี่ยเป็น 0 และค่าความแปรปรวนเป็น 1 ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้พบว่า มี 2 องค์ประกอบ ดังแสดงในตารางที่ 8 แสดงถึงค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained) ของตัวแปรทั้ง 35 ตัว

ตาราง 8 ค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained)

Component	Total Variance Explained					
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	18.607	53.063	53.163	18.607	53.163	53.163
2	1.249	3.570	56.733	1.249	3.570	56.733

Extraction Method: Principal Component Analysis

จากตารางที่ 8 สามารถอธิบายค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained) ที่แสดงสถิติก่อนและหลังการสกัดองค์ประกอบโดยใช้วิธี Principal Component Analysis ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained) ในกรณีที่ค่า Initial Eigenvalues ที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถจำแนกองค์ประกอบได้จำนวน 2 องค์ประกอบ โดยทุกองค์ประกอบมีค่า Eigen Value มากกว่า 1 ซึ่งมากกว่าค่าความแปรปรวนของตัวแปรที่ Standardized แล้ว จึงนำมาพิจารณา

ส่วนที่ 2 Component หมายถึง องค์ประกอบทั่วไปที่สกัดได้จะเท่ากับจำนวนตัวแปร คือ 35 ตัวแปร

ส่วนที่ 3 Initial Eigenvalues ค่าความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้โดยองค์ประกอบ Total อธิบายได้ว่า องค์ประกอบที่ 1 มีความแปรปรวนมากที่สุดเท่ากับ 18.607 และองค์ประกอบที่ 2 มีความแปรปรวนเท่ากับ 1.249 % of Variance หมายถึง เปอร์เซนต์ที่แต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความแปรปรวนได้เป็นร้อยละของแต่ละองค์ประกอบ เมื่อเทียบกับจำนวนองค์ประกอบทั้งหมด ซึ่งหาได้จาก ค่า % of Variance = (Total / จำนวนองค์ประกอบทั้งหมด) × 100

องค์ประกอบที่ 1 จะได้ % of Variance = (18.607 / 35) × 100 = 53.163% หมายถึง องค์ประกอบที่ 1 สามารถอธิบายความแปรปรวนทั้งหมดได้ร้อยละ 53.163

องค์ประกอบที่ 2 จะได้ % of Variance = (1.249 / 35) × 100 = 3.570% หมายถึง องค์ประกอบ ที่ 2 สามารถอธิบายความแปรปรวนทั้งหมดได้ร้อยละ 3.570

Cumulative % เป็นการแสดงค่าความแปรปรวนเป็นร้อยละสะสม (% of Variance) Cumulative % ขององค์ประกอบทั้ง 2 องค์ประกอบ = 53.163 + 3.570 = 56.733 หมายถึงองค์ประกอบที่ 1 – 2 สามารถอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบทั้ง 35 องค์ประกอบย่อยได้ร้อยละ 56.733

ส่วนที่ 4 Extraction Sums of Squared Loadings เป็นค่านำหนักของแต่ละองค์ประกอบยกกำลัง 2 เมื่อมีการสกัดองค์ประกอบจะให้ค่า Total, % of Variance, Cumulative % ซึ่งมีวิธีการคำนวณเช่นเดียวกับ Initial Eigenvalues แต่จะแสดงเฉพาะองค์ประกอบที่มีค่า Eigen Valuesมากกว่า 1 เท่านั้น ในที่นี้มีอยู่ 2 องค์ประกอบ

การหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation)

ผลจากการหมุนแกนองค์ประกอบแบบ Orthogonal Rotation ด้วยวิธี Varimax พบว่ากรณี Extraction Method: Principal Component Analysis และ Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization เกิด Rotation converged in 11 iterations คือ ส่วนที่เพิ่มขึ้นมาจากคำสั่งให้หมุนแกน ซึ่งค่า Factor Loading มากที่สุดที่ได้จากการหมุนแกนแล้วจึงทำให้ทราบว่าตัวแปรได้อยู่ในองค์ประกอบใดได้อย่างเหมาะสม ดังแสดงตามตารางที่ 9 ดังนี้

ตาราง 9 จำนวนองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ห้้องค์ประกอบและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrixa)

Rotated Component Matrix^a

	Rotated Component Matrixa				
	Component		Component		
	1	2	1	2	
P2No1	.355	.734	P2No19	.678	.364
P2No2	.141	.711	P2No20	.743	.222
P2No3	.439	.437	P2No21	.648	.322
P2No4	.371	.643	P2No22	.629	.462
P2No5	.294	.687	P2No23	.613	.419
P2No6	.452	.527	P2No24	.606	.399
P2No7	.315	.691	P2No25	.715	.349
P2No8	.415	.612	P2No26	.645	.432
P2No9	.498	.553	P2No27	.655	.386
P2No10	.399	.604	P2No28	.677	.311
P2No11	.509	.560	P2No29	.673	.352

ตาราง 9 จำนวนองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrixa)

Rotated Component Matrix^a (ต่อ)

	Rotated Component Matrixa				
	Component			Component	
	1	2		1	2
P2No12	.562	.440	P2No30	.756	.286
P2No13	.534	.436	P2No31	.714	.345
P2No14	.607	.469	P2No32	.643	.456
P2No15	.549	.545	P2No33	.672	.347
P2No16	.505	.521	P2No34	.659	.486
P2No17	.645	.262	P2No35	.721	.337
P2No18	.633	.453			

การเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factors Loading)

ผู้วิจัยทำการเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เพื่อจัดตัวแปรในองค์ประกอบใหม่ 2 องค์ประกอบจากการหมุนแกน ดังแสดงในตารางที่ 10 ดังนี้

ตาราง 10 องค์ประกอบที่ 1

ลำดับ	องค์ประกอบที่ 1	Factors Loading
1	การใส่ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานรับรองคุณภาพของผ้าไหมเพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์	0.756
2	การมีตราสินค้าผ้าไหมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ใช้ผ้าไหมไทย	0.743
3	ศักยภาพของผู้ประกอบการผ้าไหม ในการผลิตผ้าไหมตามคำสั่งซื้อและความต้องการของผู้ใช้ผ้าไหม	0.721
4	การให้ความรู้เกี่ยวกับลวดลายของผ้าไหมเพื่อสร้างความภาคภูมิใจและความมั่นใจให้ผู้สวมใส่เพื่อใช้ในแต่โอกาส	0.715
5	การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่มีความทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ผ้าไหม	0.714
6	การนำเสนอลวดลายผ้าไหมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนหรือเฉพาะตัวของผู้ประกอบการแต่ละราย	0.678
7	ศักยภาพของผู้ประกอบการผ้าไหม ในการผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง	0.677
8	การให้ความรู้เกี่ยวกับกรรมวิธีการผลิตเพื่อให้ผู้สวมใส่เห็นถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น	0.673
9	การนำเสนอโอกาสในการสวมใส่ผ้าไหมไทยในประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ	0.672
10	การสื่อสารให้ผู้ใส่ผ้าไหมไทยเป็นเสมือนผู้สนับสนุนแหล่งผลิตผ้าไหมให้เกิดความยั่งยืน สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจ	0.659
11	การใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตผ้าไหมเพื่อเพิ่มความคงทนของสี	0.655
12	การมีตรารับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย อาทิ ตรานกยูงพระราชทาน	0.648
13	การส่งเสริมความร่วมมือในการสวมใส่ผ้าไหมไทยของหน่วยงานต่าง ๆ	0.645

ตาราง 10 องค์ประกอบที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ	องค์ประกอบที่ 1	Factors Loading
14	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมที่มีความสวยงามและสะดวกต่อการขนส่ง	0.645
15	การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย โดยการใช้	0.643
16	ผ้าไหมเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า ประเภทอื่น ๆ อาทิ เนคไท รองเท้า เครื่องประดับ กล่องของขวัญ	0.633
17	การสร้างการรับรู้บอกเล่าถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นลงในบรรจุภัณฑ์หรือสิ่งพิมพ์ ที่เป็นส่วนควบของผ้าไหมไทย	0.629
18	การใช้เทคโนโลยีการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย อาทิ การใช้เทคโนโลยี ในการออกแบบลวดลายให้มีความคงที่ เพื่อให้สามารถสั่งซื้อลวดลายเดียวกันในปริมาณ ที่เพิ่มมากขึ้น	0.613
19	การนำเสนอช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	0.607
20	การส่งเสริมการใช้ผ้าไหมไทยจาก การรณรงค์ของภาครัฐ	0.606
21	การนำเสนอคุณค่าของการสวมใส่ผ้าไหมในชีวิตประจำวัน ที่สะท้อนถึงความเป็นไทย	0.562
22	การนำเสนอผ้าไหมไทยในเชิงวัฒนธรรมและการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน	0.549
23	ความหลากหลายของเส้นไหม สี ลวดลาย และวิธีการทอตรงตามความต้องการของผู้ใช้	0.534
24	การนำเสนอเอกลักษณ์และลวดลายผ้าไหมเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น	0.439

ตาราง 11 องค์ประกอบที่ 2

ลำดับ	องค์ประกอบที่ 2	Factors Loading
1	ลักษณะและการออกแบบผ้าไหมที่นำเสนอพื้นผิวเส้นไหมที่สวยงาม	0.734
2	ลวดลายของผ้าไหมไทยที่แปลกใหม่	0.711
3	การตั้งราคาที่เหมาะสม ตามคุณภาพของเส้นไหม ลวดลาย และกรรมวิธีการทอ	0.691
4	กรรมวิธีการทอผ้าไหมที่ละเอียดประณีตซึ่งจำแนกเป็นผ้า 2 – 10 ตะกอ หรือ มากกว่า 10 ตะกอ	0.687
5	การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย สำหรับผู้สวมใส่ด้วยการตัดเย็บ เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป	0.643
6	ช่องทางทางการจัดจำหน่ายผ้าไหมไทยที่เข้าถึงได้ง่าย ผ่านหน้าร้าน หรือร้านค้าออนไลน์	0.612
7	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ	0.604
8	การแสดงให้เห็นถึงคุณค่าจากกระบวนการผลิตที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น	0.560
9	ช่องทางทางการจัดจำหน่ายโดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานของรัฐหรือ ภาคเอกชนจัดขึ้น	0.553
10	คุณภาพของเส้นไหม เช่น ไหมบ้าน ไหมจุนเกรดต่าง ๆ	0.527
11	การนำเสนอราคาของผ้าไหมที่หลากหลายแปรผันตามต้นทุนการผลิตและต้นทุนของ ภูมิปัญญาท้องถิ่น	0.521

4.3 ผลการวิจัยเพื่อนิยามชื่อและให้ความหมายขององค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย

ผู้วิจัยได้นิยามชื่อและให้ความหมายขององค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของแต่ละตัวแปร กำหนดชื่อและนิยามขององค์ประกอบ ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 1 ได้ว่า การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตผ้าไหมให้เกิดอัตลักษณ์ ใช้ภาษาอังกฤษว่า “Management of Local Wisdom on Identity Silk Production” หรือใช้ตัวย่อว่า “MLS” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 1 หมายถึงการจัดการเพื่อการผลิตผ้าไหมที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ในรูปแบบที่หลากหลาย มีมาตรฐานและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น

องค์ประกอบที่ 2 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 2 ได้ว่า การจัดการมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยใช้ภาษาอังกฤษว่า “Management of Value Added on Thai Silk Products” หรือใช้ตัวย่อว่า “MVS” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 2 หมายถึงการจัดการเพื่อนำเสนอมูลค่าเพิ่มต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

ผู้วิจัยนำองค์ประกอบที่ได้มากำหนดเป็นแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น ใช้ตัวย่อว่า “MLS & MVS” ซึ่งเป็นการนำตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวแรกหรือตัวหลักของแต่ละชื่อองค์ประกอบมาใช้ในการตั้งเรียงกันเป็นแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย

“M” Management การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ หมายถึง การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการทอผ้า ซึ่งเกิดจากการนำเอาวัตถุดิบจากธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นำมาประยุกต์สร้างจุดเด่นหรือความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เพื่อสร้างความประทับใจของผู้ใช้บริการให้จดจำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้

“L” Local Wisdom ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น หมายถึง การสร้างอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

“V” Value Added การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสื่อสาร การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ตรงใจลูกค้า รวมทั้งการสร้างคุณค่าหรือความรู้ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สร้างการจดจำแบรนด์ กระตุ้นการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ และสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้น

“S” Silk Products คงความเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นผ้าไหมไทย หมายถึง การสร้างอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ โดยการนำเสนอคุณค่าหรือความรู้ผ้าไหมไทยไม่ว่าจะเป็น คุณภาพของเส้นไหม ลวดลายเฉพาะตัว สีสันธรรมชาติ และกรรมวิธีการทอ เป็นต้น

โดยองค์ประกอบรวมทั้งหมดสามารถอธิบายทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ได้ร้อยละ 56.733

4.4 ผลการวิจัยเพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ซึ่งผู้วิจัยนำองค์ประกอบที่วิเคราะห์ได้มากำหนดเป็นแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น โดยมีแนวคิดมาจาก “MLS & MVS” มากำหนดเป็น 2 แนวทาง ได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตผ้าไหมให้เกิดอัตลักษณ์ (“Management of Local Wisdom on Identity Silk Production: MLS) หมายถึง การจัดการเพื่อการผลิตผ้าไหมที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ในรูปแบบที่หลากหลาย มีมาตรฐานและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ 1) การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น 3) การพัฒนานวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 4) การสร้างตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าไหมไทย ซึ่งสอดคล้องกับกฎบัตรปฏิญญากรุงเทพฯ (2565) ได้ทำการศึกษาภูมิปัญญาของปราชญ์ท้องถิ่น ผ้าไหมมัดหมี่ในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า 1) มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมผ้าไหมมัดหมี่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่จัดอยู่ในประเภทงานฝีมือดั้งเดิมมีการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงช่างจากรุ่นสู่รุ่น และทำการส่งเสริมประเพณีและสร้างสรรค์รูปแบบและลวดลายบนผืนผ้าไหมมัดหมี่จากแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิต ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณี 2) มีการถ่ายทอดความรู้มีลักษณะปัจเจกบุคคล ใช้การบอกเล่าวิธีการโดยการลงมือปฏิบัติให้แก่คนในครอบครัวหรือสมาชิกกลุ่มท้องถิ่นที่ก่อตั้งขึ้น กระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการและความนิยมของตลาดผู้บริโภค หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ให้การสนับสนุนส่งเสริม และเพิ่มทักษะและเทคนิคและวิธีการทอผ้า การจัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ และการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ผ้าไหม

แนวทางที่ 2 การจัดการมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย (Management of Value Added on Thai Silk Products: MVS) หมายถึง การจัดการเพื่อนำเสนอมูลค่าเพิ่มต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ได้แก่ 1) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีมูลค่าเพิ่ม 3) การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 4) การเพิ่มมูลค่ามาตรฐานผลิตภัณฑ์และสร้างการรับรู้ของแบรนด์ผ่านสื่อออนไลน์/แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ 5) การสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับบทพรรณน พัฒนฉัตรชัย และคณะ (2567) ได้ทำการศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุนทรัพยากรวัฒนธรรม ชุมชน ชายแดนไทย-กัมพูชาจังหวัดสุรินทร์ พบว่า การพัฒนานวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์บนฐานทุนทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชน คือ การพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ต้องเน้น การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและตลาดในทุกระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกิจ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ ที่พัฒนามีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและตลาด และยังสอดคล้องกับสรียา วิจิตรเสถียร และชนิกานต์ สืบผาสุก (2566) ได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ลายนพเกล้าเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มหัตถกรรมคุ้มสุขโข บ้านดอนข่า จังหวัดขอนแก่น พบว่า กลุ่มหัตถกรรมคุ้มสุขโข เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ด้วยการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ สังคม ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนบ้านดอนคาและจังหวัดขอนแก่น ผ่านการออกแบบลวดลายผ้าทำให้ผ้าไหมมัดหมี่มีเรื่องราวและความวิจิตรงดงามที่ถ่ายทอดลงบนผืนผ้าไหม นอกจากนี้ ผ้าไหมมัดหมี่ยังเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยการสอดแทรกการเล่าเรื่องของแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เกษตรอินทรีย์ และการลดของเสียให้เป็นศูนย์ด้วยการทำสีย้อมไหม สีย้อมไหมเกิดจากกระบวนการกำจัดวัสดุเหลือใช้ซึ่งเป็นพิษในชุมชนที่เรียกว่า “ไหมดี สีกินได้” ยังมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอีกด้วย บรรจุภัณฑ์ยังบอกเล่าเรื่องราวและแนวคิดของชุมชนผ่านวัสดุที่ใช้และลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ สังคม ประเพณี วัฒนธรรม และแนวคิดของชุมชนผ่านวัสดุที่ใช้และการออกแบบลวดลายผ้าจึงเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าไหมมัดหมี่และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมคุ้มสุขโข

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

5.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการผ้าไหมไทยในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น หรือในพื้นที่อื่น ๆ สามารถนำแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ไปประยุกต์และปรับใช้ตามบริบทในพื้นที่โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) เพื่อวางรากฐานการจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นและริเริ่มสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าไหมอย่างเป็นรูปธรรม ผู้ประกอบการผ้าไหมควรดำเนินการตามแนวทาง MLS ได้แก่ 1) การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการผลิตผ้าไหม ส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่และจัดทำคู่มือขั้นตอนการผลิตผ้าไหมแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ที่สามารถปรับใช้ได้เหมาะสมกับปัจจุบัน และตามแนวทาง MVS ได้แก่ 1) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยการจัดการมูลค่าเพิ่มเพื่อพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เช่น เครื่องหมายรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) หรือตรารับรองนกยูงพระราชทาน (Royal Peacock Logo) และ 2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยเริ่มออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปที่หลากหลายและตรงตามความต้องการตลาด เช่น ผ้าพันคอ เสื้อเชิ้ต กระเป๋า เนคไท เป็นต้น รวมถึง 3) การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยบอกเล่าเรื่องราวภูมิหลัง (Storytelling) ผ่านบรรจุภัณฑ์หรือฉลากของสินค้า (Tag) เป็นต้น

ระยะที่ 2 ระยะกลาง (ภายใน 2 - 3 ปี) เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันพร้อมขยายช่องทางการตลาด ผู้ประกอบการผ้าไหมควรดำเนินการตามแนวทาง MLS ได้แก่ การพัฒนาจาก 1) การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้หรือศูนย์การเรียนรู้ในชุมชนได้ และ 3) การพัฒนานวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการผ้าไหมกับนักออกแบบเพื่อร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานผ้าไหมกับดีไซน์สมัยใหม่เพื่อผลิตผ้าไหมให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด สามารถขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบสินค้าแฟชั่นได้ และตามแนวทาง MVS ได้แก่ 4) การเพิ่มมูลค่ามาตรฐานผลิตภัณฑ์และสร้างการรับรู้ของแบรนด์ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ โดยสร้างแบรนด์ผ้าไหมของชุมชนพร้อมบอกเล่าเรื่องราวของท้องถิ่น (Local Branding) ส่งเสริมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าผลิตภัณฑ์เพื่อขยายช่องทางตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Lazada, Shopee เป็นต้น

ระยะที่ 3 ระยะยาว (3 - 5 ปีขึ้นไป) เพื่อสร้างความยั่งยืนของการประกอบธุรกิจผ้าไหม และ ยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล ผู้ประกอบการผ้าไหมควรดำเนินการตามแนวทาง MLS ได้แก่ 2) การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น และ 4) การสร้างตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าไหมไทย โดยการขึ้นทะเบียนลวดลายผ้าไหมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะให้เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (ICH) ในระดับต่าง ๆ และตามแนวทาง MVS ได้แก่ 1) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยการประเมินและรับรองคุณภาพในการผลิตผ้าไหมอย่างเป็นระบบ และผลักดันผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดในระดับสากลซึ่งผ่านการรับรองมาตรฐานสากล เช่น มาตรฐานสิ่งแวดล้อมของยุโรป EU Eco Label หรือมาตรฐานสิ่งทออินทรีย์ (Global Organic Textile Standard: GOTS) เป็นต้น และ 5) การสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาหมู่บ้านหรือชุมชนผ้าไหมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและงานหัตถกรรม (Cultural and Creative Tourism) เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการเข้าใจถึงคุณค่าของกระบวนการผลิตผ้าไหมได้ดียิ่งขึ้น

5.1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรมีการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม เรื่องราวที่เกี่ยวกับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ในแต่ละท้องถิ่นเพื่อนำมาพัฒนาในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น ทั้งการศึกษาค้นคว้าข้อมูลแบบพื้นฐาน และการศึกษาค้นคว้าข้อมูลแบบประยุกต์ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลแบบพื้นฐาน ควรให้มีการศึกษาค้นคว้า เรื่องของทุนทางวัฒนธรรมในภาคอื่น ๆ ที่สามารถนำมาส่งเสริมในทางเศรษฐกิจต่อไปเพราะจะทำให้ได้ทราบถึงแนวทางในการบริหารจัดการตลาดในอนาคตต่อไปโดยการนำดิจิทัลเทคโนโลยีมาปรับใช้ซึ่งนำไปสู่การพัฒนา การตลาดแบบออนไลน์

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้ประกอบการผ้าไหมไทยในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ได้รับแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเชิงพาณิชย์ ตรงตามศักยภาพ

5.2.2 ผู้ประกอบการผ้าไหมในพื้นที่อื่น ๆ ผู้วิจัยอื่น ๆ หรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย สามารถประยุกต์และปรับใช้แนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเชิงพาณิชย์ตามบริบทในพื้นที่อื่น ๆ

5.2.3 กลุ่มผู้บริโภคที่สวมใส่ผ้าไหมไทยได้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือรับบริการจากธุรกิจผ้าไหมอย่างตรงตามความต้องการ

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงแวดล้อมทางการจัดการของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ในพื้นที่อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น พบว่า ด้านโอกาส ภาครัฐมีนโยบายที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย นโยบาย One Family One Soft Power (OFOS) ที่จะยกระดับทักษะคนไทยให้เป็นแรงงานทักษะสูง สร้างรายได้กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก รวมทั้งสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มของผ้าไหม โดยการผลิตผ้าไหมให้ผ้าทอไทยได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของ องค์การยูเนสโก ซึ่งจะสามารถสร้างการรับรู้ขยายตลาดในการส่งออกผ้าไหมในต่างประเทศเพิ่มขึ้น และมีนโยบายส่งเสริมการใช้ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เชื้อประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ประกอบการผ้าไหมและตลาดในต่างประเทศยังมีความต้องการสินค้าทดแทนหรือ ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของไทยที่มีคุณภาพสูง และปัจจุบันสังคมมีวัฒนธรรมค่านิยมการแต่งกายด้วยผ้าไหมที่เพิ่มมากขึ้นจากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และสังคมชนบทมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ สืบสานงานทอผ้าไหมมีแนวโน้มที่จะเติบโตในกลุ่มคนรุ่นใหม่ การออกแบบผ้าไหมโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ (CAD) สามารถ ออกแบบลวดลาย และ Pattern ที่สลับซับซ้อนได้อย่างหลากหลายและลดต้นทุนการผลิตได้มากขึ้น รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาช่วยส่งเสริมในด้านการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ E-Commerce จะช่วยให้ผู้ประกอบการผ้าไหมจำหน่ายสินค้าได้เพิ่ม มากขึ้น และกระแสมินิมอลหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO Friendly) เช่น ผ้าไหมย้อมสีจาก ธรรมชาติ จะเป็นจุดเด่นของผ้าไหมพื้นบ้าน รวมถึงจังหวัดขอนแก่นเป็นจุดศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในการคมนาคม เป็นผลดีทั้งในแง่ของการขายสินค้าและการหาวัตถุดิบ อีกทั้งในด้านกฎหมายการได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ กฎหมายรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ได้รับรองผ้าไหมมัดหมี่ขอนแก่น เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI ช่วยส่งเสริมให้ผ้าไหมมัดหมี่มีเอกลักษณ์ คุณภาพและคุณลักษณะเฉพาะท้องถิ่นได้รับความคุ้มครองตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 และกฎหมายรับรองคุณภาพการผลิตผ้าไหม ที่ผลิตภายในประเทศไทยอย่างมี เอกลักษณ์และเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้ได้รับการรับรอง ตรานกยูงพระราชทาน (Royal Peacock Logo) จะช่วยสร้าง มูลค่าเพิ่มต่อผ้าไหม ในด้านของภัยคุกคามนั้น พบว่า จากความตกลงเขต การค้าเสรีอาเซียน - จีน และอาเซียน - อินเดีย ทำให้มีการนำเข้าไหมจากประเทศจีนและอินเดียโดยปลอดภาษี ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถเจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดอาเซียนได้ อีกทั้งสภาวะแนวโน้มเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบันที่อยู่ในภาวะชะลอตัว ทั้งด้านการค้า การลงทุน ทำให้ผู้ซื้อที่มีกำลังซื้อที่เปราะบางจาก ค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งประชากรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีรายได้จาก ผลผลิตทางการเกษตรที่ลดลง จึงทำให้การอุปโภคบริโภคที่หดตัว กำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่ฟื้นตัว รอมมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย ของภาครัฐที่จะเป็นตัวกระตุ้นการใช้จ่าย รวมถึงค่าแรงของไทยที่ปรับตัวสูงขึ้นทำให้ผู้ว่าจ้างในต่างประเทศย้ายฐานการผลิตไปยัง ประเทศเพื่อนบ้านที่มีค่าแรงงานถูกกว่า และในด้านกฎหมาย พบว่า ผู้ประกอบการผ้าไหมส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้เรื่องการจด สิทธิบัตร

ผลการวิจัยองค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการ ผ้าไหมไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 30 ปี - ไม่เกิน 40 ปี และตั้งแต่ 40 ปี - ไม่เกิน 50 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐหรือองค์กรอิสระ และพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างประจำ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 15,000 บาท - ไม่เกิน 30,000 บาท และมีงบประมาณที่ใช้ในการซื้อผ้าไหมไทยต่อครั้ง ต่ำกว่า 2,000 บาท และตั้งแต่ 2,000 บาท - ไม่เกิน 4,000 บาท มีความถี่ในการซื้อผ้าไหมไทย ไม่แน่นอนตามโอกาส และความถี่ในการสวมใส่ผ้าไหมไทย ไม่แน่นอนตามโอกาส และ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์

ผลการวิจัยเพื่อนิยามชื่อและให้ความหมายองค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในการลดจำนวนองค์ประกอบของการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น จำนวน 35 องค์ประกอบ ลดลงเหลือ 2 องค์ประกอบ เพื่อนิยามชื่อและให้ความหมาย องค์ประกอบที่ 1 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 1 ได้ว่า การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตผ้าไหมให้เกิด อัตลักษณ์ ใช้ภาษาอังกฤษว่า “Management of Local Wisdom on Identity Silk Production” หรือใช้ตัวย่อว่า “MLS” และองค์ประกอบที่ 2 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 2 ได้ว่า การจัดการมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ใช้ภาษาอังกฤษว่า “Management of Value Added on Thai Silk Products” หรือใช้ตัวย่อว่า “MVS”

ผลการวิจัยเพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น ซึ่งนำองค์ประกอบที่ได้ไปกำหนดเป็นแนวทางการบริหารจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการผ้าไหมไทย จังหวัดขอนแก่น โดยมีแนวคิดจาก “MLS & MVS” ประกอบด้วย 2 แนวทาง ได้แก่แนวทางที่ 1 การจัดการเพื่อการผลิตผ้าไหมที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ในรูปแบบที่หลากหลาย มีมาตรฐานและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวทางที่ 2 การจัดการมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย

เอกสารอ้างอิง

- กรมศุลกากร. (2567). *ข้อมูลการนำเข้า-ส่งออก ผลิตภัณฑ์จากไหม*. ค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2567, จาก <https://catalog.qsds.go.th/no/dataset/import-export>.
- กรมหม่อนไหม. (2565). *ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท*. ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2565, จาก https://qsds.go.th/silkcotton/k_8.php.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- กัญญารินทร์ ไชยจันทร์. (2565). ภูมิปัญญาของปราชญ์ท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 17(2), 88-100.
- ไกรชิต สุตะเมือง, เรวดี อันนันทน์ และเฉลิมพร เย็นเยือก. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- จังหวัดขอนแก่น. (2562). *มรดกภูมิปัญญาอีสานขอนแก่น*. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น : โรงพิมพ์ บริษัท พรทรัพย์การพิมพ์ จำกัด.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมพ์ลลิตี. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย, ณภัทษา ปานเจริญ, นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์, ธรรพร ภูพันธ์เชือก, นิภาวัลย์ พวงผกา, นฤมล วลีประทานพร และอรุโณทัย อุโนไธสง. (2567). นวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุนทรัพยากรวัฒนธรรม ชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชาจังหวัดสุรินทร์. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 16(4), 24 - 40.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสม์: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2560). *กลยุทธ์การวางแผนและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18 (ฉบับเดือนมกราคม - ธันวาคม 2558), 375 – 396.
- ยุทธ ไทยวรรณ. (2556). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เววดาว พรหมแสน. (2554). การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ. *วารสาร มทร. อีสาน*, 4(1), 96 – 102.
- ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม. (2563). *ขอนแก่น “นครมรดกโลก”*. ออนไลน์. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2565, จาก <http://www.m-culture.in.th/album/192570>.
- ศศิมา สุขสว่าง. (2562). *การระดมความคิด (Brainstorm) การพัฒนาความคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) เพื่อพัฒนานวัตกรรมในองค์กร*. ออนไลน์. ค้นเมื่อ 19 เมษายน 2564, จาก <https://www.sasimasuk.com>.
- สรียา วิจิตรเสถียร และชนิกานต์ สืบผาสูก. (2566). กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ลายนพเก้าเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มหัตถกรรม คุ่มสุขโข บ้านดอนข่า จังหวัดขอนแก่น ด้วยการเล่าเรื่องราวและการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน. *วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ*, 11(2), 222-244.
- สำนักข่าวแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์. (2561). *สภาหัตถกรรมโลกรับรองขอนแก่นเมืองหัตถกรรมโลกแห่งผ้าไหมมัดหมี่สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน*. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2565, จาก http://nwnt.prd.go.th/CenterWeb/News/NewsDetail?NT01_NewsID=TNSOC6112040010028.
- อรรถไกร พันธุ์ภักดี. (2559). การเปรียบเทียบผลการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดทุนทางสังคมระหว่างการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 11(2), 48-59.
- อารยา องค์เอี่ยม และพงศธราร วิจิตเวชไพศาล. (2561). *การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ*. *วิสัยทัศน์ สาร*, 44(1), 36-42.
- Budiman, I., Tarigan, U., Mardhatillah, A., Sembiring, A. C., & Teddy, W. (2018). Developing business strategies using SWOT analysis in a color crackers industry. *Journal of Physics: Conference Series.*, 1007(1), 1-7. International Conference on Mechanical, Electronics, Computer, and Industrial Technology 6–8 December 2017, Prima, Indonesia
- Burns, R. (1990). *Introduction to Research Methods*. Melbourne: Longman Chesire.
- Kim, J. O., & Mueller, C. W. (1978). *Factor Analysis: Statistical Methods and Practical Issues*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Boston: Harvard Business School Press.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G., (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling. (3rd ed.)*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Trading Economics. (2024). *Thailand exports of silk*. *Trading Economics*. Retrieved January 20, 2025, from <https://tradingeconomics.com/thailand/exports/silk>.
- Wiersma, W. (1991). *Research methods in education: An introduction. 5th ed.* Boston: Allyn & Bacon.

Enhancing Financial Transparency: The Impact of TFRS Adoption and Best Practices on SMEs in Thailand's EEC

Pattama Karam¹, Jiranoot Yuangthong^{2,*}, Naris Uraipan³, Jantana Ridsomboon⁴,
and Vicharinee sawasdee⁵

Received : January 29, 2025 Revised : June 16, 2025 Accepted : July 8, 2025

Abstract

This study develops a structural equation model to explore the causal relationships between the adoption of Thai Financial Reporting Standards (TFRS), accounting best practices, and financial reporting quality among small and medium-sized enterprises (SMEs) in Thailand's Eastern Economic Corridor (EEC), a strategic development zone aimed at promoting investment and economic growth. Despite increasing efforts to improve financial transparency among Thai SMEs, there remains limited empirical evidence on how accounting practices influence the adoption of TFRS and the resulting quality of financial reports, particularly within the EEC context. This study addresses this research gap.

A survey of 300 SMEs was conducted, and Structural Equation Modeling (SEM) was employed to analyze the direct effects among key constructs. The results show that accounting best practices significantly and positively influence the adoption of TFRS. Furthermore, both accounting best practices and TFRS adoption directly and positively impact financial reporting quality. Accounting best practices also indirectly enhance financial reporting quality through the mediation of TFRS adoption.

The finding contributes to the literature by highlighting the mechanism through which internal accounting practices drive compliance and reporting quality. Policymakers and stakeholders are encouraged to invest in capacity-building programs, digital tools, and institutional support systems to enhance SMEs' transparency and competitiveness, thereby fostering sustainable development in the EEC.

Keywords: TFRS Adoption, Accounting Best Practices, Financial Reporting Quality, SMEs, EEC

^{1,2,3,4,5} Lecturer, Faculty of Social Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Chanthaburi Campus

*Corresponding author e-mail: jiranoot_yu@mutto.ac.th

1. Introduction

In today's highly competitive economic environment and international trade panorama, high-quality financial reports that adhere to international standards, such as the International Financial Reporting Standards (IFRS), are essential. These standards ensure that financial information is accurate, accessible, and understandable, allowing investors and stakeholders to make informed decisions. Adopting IFRS is particularly beneficial for firms seeking foreign investment since it allows financial data to be compared across borders (Hoti & Krasniqi, 2022). Akpan et al. (2023) found that adopting IFRS improves the credibility of financial reporting, which is especially beneficial for small and medium-sized firms (SMEs). Furthermore, IFRS adoption reduces earnings management, boosts investor trust, and promotes economic advancement in a globalized society (Tawfik et al., 2023).

Global regions, like the European Union (EU) and the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), are significant instances of IFRS adoption. In the European Union, IFRS compliance is required for publicly traded enterprises, which improves comparability and trust among investors across member states. This has facilitated cross-border investments and improved market integration (Budai et al., 2021). Similarly, ASEAN members such as Singapore and Malaysia have implemented IFRS-aligned frameworks, resulting in increased investor confidence and global competitiveness. For example, Malaysian Financial Reporting Standards (MYFRS) have helped to improve financial disclosures, allowing SMEs to seek international investment and gain better financial alternatives. These instances highlight the need to follow global accounting standards, especially for SMEs working in internationalized markets.

Thailand, particularly in its Eastern Economic Corridor (EEC), exemplifies the necessity for compliance with international standards. To sustain competitiveness in a globalized economy, Thailand's SMEs constitute the core of Thailand's economic structure and are required to comply with the TFRS, a localized framework consistent with IFRS. However, it is essential to clarify that Thailand has two primary financial reporting standards: TFRS for Publicly Accountable Entities (PAEs) and TFRS for Non-PAEs (NPAEs). Since SMEs typically fall under the NPAEs category, this study focused on the current and potential adoption of TFRS for NPAEs. Despite the availability of these standards, SMEs located within the EEC continue to face significant barriers to adoption, primarily due to resource constraints, limited awareness of reporting obligations, and ineffective internal control systems (Kariya & Saengkiew, 2024). These issues are similar to those faced by SMEs in Vietnam, where IFRS adoption has been hampered by resource restrictions and knowledge deficiencies. However, Vietnam's recent measures to provide targeted training and government backing have accelerated the implementation of IFRS, increasing transparency and market trust.

In addition, it is necessary to examine how SMEs use accounting best practices prior to and throughout TFRS adoption to ensure quality reporting. Previous research has not examined in detail how these activities contribute to adoption readiness or affect reporting quality. Although previous research has examined the impact of IFRS or TFRS adoption on reporting quality, few studies have examined the role of internal accounting procedures in supporting the adoption process, particularly among SMEs. Most existing research has focused on regulatory compliance or post-adoption outcomes, rather than organizational preparedness and behavioral variables that promote successful implementation. This study aims to fill this gap by examining how accounting best practices work as internal enablers, promoting TFRS adoption and ultimately improving reporting quality.

This study explores the interconnected relationship between accounting best practices, the adoption of Thai Financial Reporting Standards (TFRS), and the resulting quality of financial reporting. The internal capabilities, such as maintaining timely records, strong internal controls, and routine audits, are positioned as critical enablers for enhancing TFRS adoption. Meanwhile, the external pressures, including regulatory mandates and investor expectations, influence firms to align with standardized practices. Although situated in the Thai context, particularly within the EEC, the study integrated international experiences to construct a context-sensitive framework. For example, Vietnam's focus on capability-building, Malaysia's phased implementation strategies, and Singapore's use of digital tools illustrate how institutional support facilitates standard adoption among SMEs. These insights inform the EEC's strategic approach, where SMEs are pivotal to industrial development and require both internal readiness and external scaffolding.

Conceptually, the study proposed that accounting best practices serve as foundational capabilities that increase SMEs' readiness to adopt TFRS. This readiness is not only a technical requirement but also a strategic imperative to enhance reporting quality, particularly transparency, comparability, and reliability. In turn, successful TFRS adoption acts as a mediating mechanism that translates internal best practices into improved reporting outcomes. In the Thai EEC context, this relationship gains importance as SMEs seek global partnerships and foreign investment. High-quality financial reporting is essential to meet these goals. However, such reporting standards can only be achieved by overcoming prevailing limitations, such as a lack of expertise, limited audit systems, or digital underuse, and embracing global accounting norms through localized strategies. Prior studies by Maiyarat (2021) and Sornda (2023) indicate that SMEs with strong financial reporting practices are more likely to establish partnerships with international firms, thereby enhancing their long-term sustainability and growth potential.

This study investigates how SMEs in the EEC can align with worldwide standards by looking at the relationship between TFRS adoption, accounting best practices, and financial reporting quality. Drawing on successful practices in The EU, Singapore, and Malaysia, this study identifies concrete measures for improving financial reporting, increasing investor trust, and strengthening SMEs' global competitiveness.

2. Research Objectives

2.1 To develop a structural equation model of the causal relationship between Accounting best practices, Thai Financial Reporting Standards (TFRS) adoption, and Financial Reporting Quality of SMEs in the Eastern Economic Corridor (EEC)

2.2 To analyse the direct influences of Accounting best practices and Thai Financial Reporting Standards (TFRS) adoption on the Financial Quality of SMEs in the Eastern Economic Corridor (EEC)

3. Literature Review

This research is based on the institutional theory, which explains that organizations tend to comply with rules, standards, and practices accepted by external institutions such as governments, regulations, and investors to gain trust and confidence (Hartono et al., 2023). The adoption of Thai Financial Reporting Standards (TFRS) is therefore a result of coercive pressure that encourages organizations to adapt to internationally accepted standards. In addition, the stakeholder theory emphasizes that the preparation of quality financial reports meets the needs of various

stakeholders, such as investors, creditors, and government agencies, which will help create transparency and reduce decision-making risks (Saedd et al., 2024). At the same time, the contingency theory suggests that accounting best practices should be flexible and consistent with the context of each organization, such as organizational size or technological readiness, in order to have the most beneficial effects on operations and financial reporting (Pacheco-Cubillos et al., 2024)

Accounting Best Practices

Accounting best practices are essential to effective corporate governance, enhancing credibility, transparency, and efficiency in management. These practices support firm sustainability, competitiveness, risk reduction, and long-term market value growth (Mongkolserm, 2021). They guide the board of directors in managing governance, internal controls, and risk management, ensuring shareholder participation and proper financial reporting. Key elements of best practices include: 1) Audit Committee performance to ensure financial reporting integrity and regulatory compliance; 2) efficiency in risk management and internal controls to ensure operational and financial stability; 3) stakeholder engagement and transparent communication to align interests; and 4) adequate disclosure of accurate, timely financial information to meet standards and enhance transparency (Office of the Securities and Exchange Commission, 2017; Jantadej, 2018; Mongkolserm, 2021).

Thai Financial Reporting Standards (TFRS) Adoption

TFRS was developed by the Federation of Accounting Professions of Thailand to align with IFRS, aiming to enhance the quality and credibility of financial information for investors and banks (Kariya & Saengkhiew, 2024). Thailand has two sets of financial reporting standards, namely TFRS for Publicly Accountable Entities (PAEs), which apply to entities with public accountability and are fully aligned with IFRS, and TFRS for Non-Publicly Accountable Entities (NPAEs), which apply to general businesses such as SME and emphasize simplicity, flexibility, and reduced reporting burden. SMEs in Thailand typically apply TFRS for NPAEs, as TFRS for SMEs is not adopted for official use in Thailand. (Porncharoenrote, 2021; Kariya & Saengkhiew, 2024). Key components of TFRS adoption include: 1) compliance with TFRS standards; 2) transparent and comprehensive disclosure; 3) knowledge and expertise of personnel; 4) use of technology to support TFRS implementation; and 5) adjustment of accounting policies to align with TFRS (Alshamsi & Ahmad, 2024; Boiko et al., 2024; Awad & Ibrahim, 2023; Johri, 2024; Thottoli, 2021; Le et al., 2022). While TFRS adoption can enhance global competitiveness, SMEs face challenges such as a lack of skilled staff and investment in necessary technologies. Effective TFRS implementation requires a robust accounting infrastructure and skill development, supported by the adoption of accounting best practices (Kamotho & Kaudo, 2023).

Financial Reporting Quality

The Federation of Accounting Professions of Thailand introduced the Conceptual Framework for Financial Reporting (Revised 2021), effective for accounting periods starting January 1, 2021. This framework emphasizes that financial information must be relevant for decision-making and fairly represent what is intended (Accounting Profession Council, 2021). Based on research, the quality of financial reports is defined by six key components: 1) Relevance to provide critical information for economic decision-making, reflecting the entity's ability to generate future cash flows; 2) faithful representation to ensure reports accurately depict transactions and events, maintaining neutrality and completeness; 3) comparability to enable analysis across companies periods, assessing consistency and trends; 4) verifiability to allow external verification of information, ensuring credibility; 5) timeliness to provide to reports, enhancing their usefulness; and 6) understandability to ensure reports are clear

and comprehensible for diverse users, including non-experts (Janopas et al., 2023; Srichaichana & Thoraneenitiyan, 2024; Thasedom, 2021; Thongsai et al., 2022; Chuenpiboon, 2023; Naniruttisai, 2019).

Accounting Best Practices and Thai Financial Reporting Standards (TFRS) Adoption

Thai Financial Reporting Standards (TFRS) play a crucial role in ensuring transparency, reliability, and comparability of financial information both domestically and internationally (Onah & Edeh, 2024). However, the successful implementation of TFRS requires adherence to best accounting practices, which ensure the accuracy and dependability of financial information (Nasrallah & El Khoury, 2022). Research shows that organizations with strong accounting systems and internal controls can adapt to TFRS standards more effectively (Hashim, 2024). Additionally, best accounting practices reduce the cost of implementing new standards and enhance understanding of the financial reporting process (Bertrand et al., 2021). Furthermore, management support and personnel training are key to TFRS adoption, with high accounting standards critical to ensuring success (Pandey & Anto, 2024). This highlights the importance of best practices in facilitating the adoption of TFRS. As a result, we can hypothesize that

H1: Accounting best practices have a direct and positive influence on the Thai Financial Reporting Standards (TFRS) adoption

Accounting best practices and Financial Report Quality

Accounting best practices involve keys like accurate practices, effective internal controls, and clear responsibility in the accounting process (Abed et al., 2022). These practices help minimize errors and fraud, ensuring accurate and transparent financial reporting (Pongjitt et al., 2023). According to Putri and Kusmila (2023), organizations that follow best practices are more trusted by financial reporting users due to the reliability and verifiability of information. High-quality reporting is crucial for transparency, reliability, and comparability, and it reduces the risk for investors and enhances capital market efficiency (Houcine et al., 2022). It also reduces lending risks for SMEs, which depend on external funding (Ngamkhum & Praesri, 2021). Studies confirm that adherence to best accounting practices positively impacts financial reporting quality. Strict internal controls improve financial reporting transparency and reduce risks of errors or fraud (Butdeewong & Phosrichan, 2023), aligning with Kariya & Saengkiew (2024) finding that compliance with international standards enhances financial reporting quality. Based on this, the research hypothesis can be summarized as follows

H2: Accounting best practices have a direct and positive influence on financial reporting quality.

Thai Financial Reporting Standards (TFRS) Adoption and Financial Report Quality

Quality financial reporting is essential for building confidence among users such as investors, creditors, and regulators (Thasedom, 2021; Sodyom & Panmareng, 2024). According to Kateb (2024), IFRS standards reduce earnings manipulation, enhance audibility, and lower investor risk. In Thailand, Kariya & Saengkiew (2024) found that adopting IFRS helps make financial reporting more international and comparable, which is crucial for companies's global competitiveness. It also boosts transparency and trustworthiness, benefitting both internal and external users. Several studies support that adopting TFRS improves financial reporting quality. Pingmuangand and Sittipatna (2023) showed that compliance with IFRS-aligned standards reduces misreporting and increases transparency. Rungsaeng

and Saengkhiew (2024) found that companies using TFRS tend to have better internal controls and are more auditable and proposed that the adoption of TFRS enhances financial reporting quality. Therefore, the following hypotheses for further research can be proposed:

H3: Thai Financial Reporting Standards (TFRS) adoption has a direct and positive influence on financial reporting quality.

Research Model

Adopting Thai Financial Reporting Standards (TFRS) in SMEs within the Eastern Economic Corridor (EEC) plays a vital role in enhancing financial reporting reliability. This adoption boosts SMEs' access to funding, strengthens investor and financial institution confidence, and supports business expansion in this high-growth economic zone. Key variables in the study included TFRS adoption, accounting best practices, and financial reporting quality. TFRS implementation improves reporting quality, influences investment decisions, and reduces financial costs. Effective accounting systems, managerial support, and strong internal controls are critical for successful TFRS adoption, ensuring credibility and transparency in information. Despite limited prior research on these relationships, this study introduces a comprehensive model to address these gaps. As a result, the research model for this study is illustrated in Figure 1.

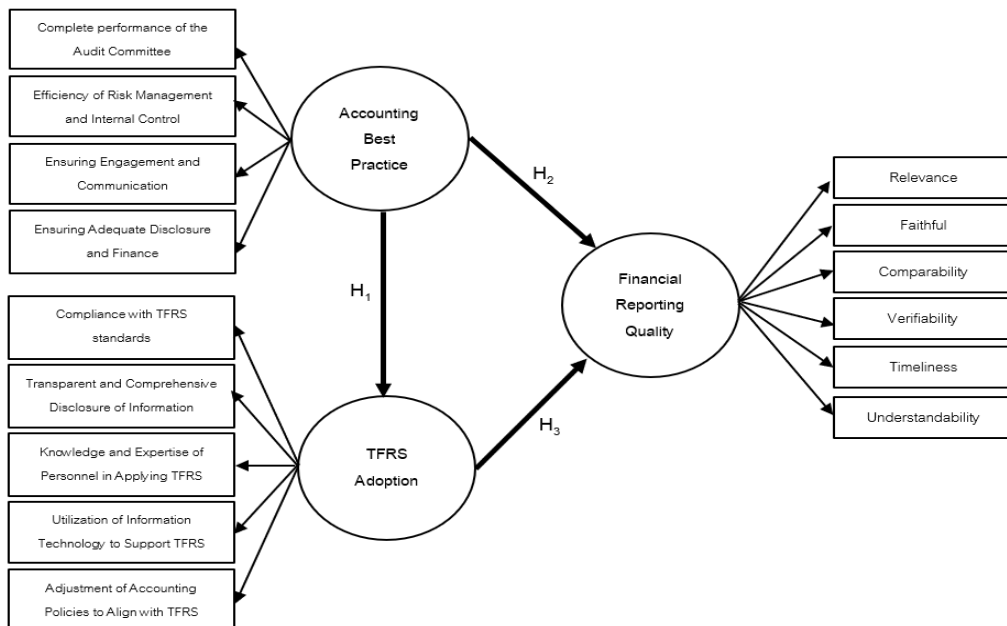


Figure 1 Research Model

4. Research Methodology

4.1 Research Design

This quantitative research used a survey approach to investigate the relationship between three main constructs: 1) Accounting best practices, with four observed variables (complete performance of the audit committee, efficiency of risk management and internal control, ensuring engagement and communication, and ensuring adequate

disclosure and financial); 2) TFRS adoption, with five observed variables (compliance with TFRS standards, transparent and comprehensive disclosure of information, Knowledge, and expertise of personnel in applying TFRS, utilization of information technology to support TFRS, and adjustment of accounting policies to align with TFRS); and 3) Financial reporting quality, with six observed variables (relevance, faithful, comparability, verifiability, timeliness, understandability).

4.2 Population and Sampling Procedure

The Eastern Economic Corridor (EEC) has 85,670 SMEs, with 7,420 in Chachoengsao, 61,790 in Chonburi, and 16,460 in Rayong (Department of Business Development, 2023). Following the Rule of Thumb for Sample size (Comrey, 1973), with a magnitude of 10-20 samples for each observable variable (Schumacker & Lomax, 2010; Hair et al., 1998), and 20 samples per observed variable, a total of 300 samples were chosen, above the minimal requirement of 200 (Kline, 2010). Stratified sampling was employed due to the diverse distribution of SMEs across the EEC provinces, ensuring proportional representation. This approach reduces bias and captures the unique characteristics of SMEs in each province. Subsequently, simple random sampling with the lottery method was applied within each stratum to provide all SMEs with an equal chance of selection. The respondent is the owner of the manager or accountant responsible for financial reporting. At least one person from an SME who knows accounting or participation in the use of TFRS has been selected to ensure that information, reliability, and positioning with research objectives are met.

4.3 Research Instruments

The study used a 5-point Likert questionnaire. Questions about accounting best practices were based on Mongkolserm (2021), for example: "Our company regularly reviews financial risks through the internal control committee," "The audit committee acts independently and reviews the financial report before disclosure," and "We communicate risk control policies and financial information to internal and external stakeholders", TFRS adoption questions on Kariya and Saengkhiw (2024), Sodyom and Panmareng (2024), and Julratanasak (2024), for examples: "Our company has adjusted its accounting policies to comply with TFRS for NPAEs," "We have acknowledged accounting team that can effectively apply TFRS standards," and "Our IT system is sufficient to support financial reporting in accordance to TFRS", and Financial reporting questions on Naniruttsai (2019), for example: "Our financial reports are clear and easy for stakeholders to understand," "The reported financial information accurately reflects the true financial position of the company," and "We prepare reports on time to enable stakeholders to make decisions." Validity assessment with five experts revealed item-objective (IOC) values ranging from 0.67 to 1.00, which exceeded the 0.50 requirement (Kanchanawasi, 2002). Reliability testing with 30 SMEs in Chanthaburi province produced a Cronbach's alpha of 0.98, beyond the permissible limit of 0.70 (Phetcharot & Chamniprasart, 2002), validating the instrument's reliability.

4.4 Data Collection

Data were collected using mail questionnaires, online using Google Forms, and in-person collection, and then reviewed for completeness before being analyzed.

4.5 Data Analysis

Descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) were used for data analysis. Structural Equation Modeling (SEM) was employed to test hypotheses because it enables the analysis of complex relationships among multiple latent variables in one model, which suits the study's theoretical framework better than

traditional regression methods. The model's goodness of fit was evaluated using standard indices as follows: p-value > 0.05, CMIN/df<2, GFI and AGFI>0.95, and RMR and RMSEA< 0.05 (Bollen, 1989; Diamantopoulos & Siguaw, 2000).

5. Research Results

300 respondents participated in the survey; 78.33% were female, between the ages of 30 and 40, 47.67% were married, 86.33% had a bachelor's degree, 90.67% had a bachelor's degree, 63.00% had an income of more than 30,000 baht, 35.00% were account managers, and 45.33% had 10-15 years of work

Descriptive Statistics

The results of examining the factors were used to test preliminary data to analyze the structural equation model for the causal relationship between TFRS adoption, Accounting best practices, and financial reporting quality of SMEs in the Eastern Economic Corridor (EEC), as shown in Table 1.

Table 1 Descriptive statistics for TFRS adoption, Accounting Best Practices, and Financial reporting quality of SMEs

Construct	Mean (\bar{x})	Standard deviation	Description	Skewness	Kurtosis	VIF	Tolerance
TFRS adoption	4.31	0.53	High	-1.76	3.68	4.03	0.25
Accounting best practices	4.24	0.51	High	-1.89	4.39	4.03	0.25
Financial reporting quality	4.37	0.49	High	-1.59	3.01	-	-

Table 1 showed that all factors had a high level of opinion. Financial reporting quality had the highest level of opinion (\bar{x} = 4.37), followed by the TFRS adoption (\bar{x} = 4.31) and Accounting best practices (\bar{x} = 4.24) (Phetcharot & Chamniprasat, 2002). A preliminary analysis of the data for SEM found that 1) skewness ranges from -1.89 to -1.59 (less than 3), and kurtosis ranges from 3.01 to 4.39 (less than < 10), indicating that all factors have a normal distribution (Curran et al., 1996) 2) Redundant relationships between independent variables found that each variable had a VIF value < 10 (Belsley, 1991) and a tolerance value > 0.10 (Foxall & Yani-de-Soriano, 2005).

Hypothesis Testing/Inferential Statistics

Before conducting SEM analysis, it is essential to ensure the appropriateness of the data. Among the 15 observed variables, 105 pairs had correlation values not exceeding 0.80, indicating that the degree of correlation between variables was not excessively high. This suggests that the issue of multicollinearity is not present, and the variables share a common underlying structure, making them suitable for SEM analysis (Byrne, 2010). Bartlett's test of sphericity = 6794.94, df = 105, p = 0.00, confirming that the correlation matrix is significantly different from an identity matrix at the 0.01 significance level, indicating sufficient intercorrelation for factor analysis. Additionally, the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy was 0.95, which is close to 1 and exceeds the recommended threshold of 0.80 (Kim & Mueller, 1978), further supporting the suitability of the data. These findings confirm the appropriateness of the dataset SEM analysis, as detailed in Table 2.

Table 2 Pearson Correlation Analysis between the Observed Variable

Factors	ADP1	ADP2	ADP3	ADP4	ADP5	BPA1	BPA2	BPA3	BPA4	FRQ1	FRQ2	FRQ3	FRQ4	FRQ5	FRQ6
ADP1	1.00														
ADP2	0.79**	1.00													
ADP3	0.78**	0.78**	1.00												
ADP4	0.78**	0.79**	0.79**	1.00											
ADP5	0.59**	0.59**	0.61**	0.63**	1.00										
BPA1	0.73**	0.75**	0.74**	0.76**	0.75**	1.00									
BPA2	0.68**	0.73**	0.72**	0.72**	0.66**	0.78**	1.00								
BPA3	0.73**	0.74**	0.77**	0.74**	0.65**	0.79**	0.79**	1.00							
BPA4	0.67**	0.72**	0.75**	0.75**	0.65**	0.79**	0.84**	0.79**	1.00						
FRQ1	0.50**	0.53**	0.50**	0.54**	0.46**	0.60**	0.61**	0.60**	0.64**	1.00					
FRQ2	0.58**	0.58**	0.57**	0.62**	0.50**	0.62**	0.61**	0.63**	0.61**	0.65**	1.00				
FRQ3	0.50**	0.53**	0.53**	0.55**	0.46**	0.58**	0.61**	0.59**	0.61**	0.74**	0.77**	1.00			
FRQ4	0.48**	0.50**	0.52**	0.56**	0.43**	0.57**	0.60**	0.56**	0.58**	0.74**	0.71**	0.78**	1.00		
FRQ5	0.50**	0.51**	0.54**	0.55**	0.43**	0.57**	0.58**	0.55**	0.58**	0.71**	0.71**	0.72**	0.78**	1.00	
FRQ6	0.61**	0.58**	0.54**	0.58**	0.46**	0.57**	0.60**	0.57**	0.56**	0.70**	0.71**	0.70**	0.81**	0.79**	1.00
Mean	4.32	4.27	4.28	4.28	4.07	4.29	4.32	4.30	4.31	4.38	4.43	4.38	4.34	4.35	4.34
SD.	0.62	0.60	0.58	0.57	0.48	0.59	0.56	0.58	0.55	0.52	0.55	0.54	0.55	0.59	0.58

Note: **Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed), Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy (KMO) = 0.95, Bartlett's test of sphericity = 6794.94, df = 105, sig = 0.00

The researcher performed a confirmatory factor analysis on 15 observed variables. Accounting best practices (ACCBEST) include four observed variables, whereas TFRS adoption (TFRSAD) has five observed variables, and Financial reporting quality (FINRPQ) has six observed variables. The data analysis of the sample group found that the confirmatory factor analysis model of Accounting best practices, TFRS adoption, and Financial reporting quality passed the criteria with a statistical value of $\chi^2/df = 1.13$, p-value = 0.00, GFI = 0.97, AGFI = 0.94, CFI = 0.99, RMSEA = 0.02, and RMR = 0.01. Upon examination of the constructs, it was discovered that all factors met the specified conditions. As a result, all constructs could be handled in the next step. The researcher examined Construct Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE) values. The CR values ranged from 0.87 – 0.96, which is greater than 0.06, and the AVE values ranged from 0.53 – 0.82, which is greater than 0.50 (Diamantopoulos & Siguaw, 2000), indicating that the measurement model was correct and reliable in operationalizing all latent variables.

The results of the study of the causal relationship between Thai financial reporting standards (TFRS) adoption, Accounting best practices, and Financial reporting quality of SMEs in the Eastern Economic Corridor (EEC) are shown in Table 3.

Table 3 Analysis of Causal of TFRS Adoption and Accounting Best Practices

Causal factors			Accounting best practices (ACCBEST)			TFRS Adoption (TFRSAD)			
Effect Factors			TE	DE	IE	TE	DE	IE	
TFRS Adoption (TFRSADP)			0.89	0.89	-	-	-	-	
Financial reporting quality (FINRPQ)			0.86	0.41	0.27	0.30	0.30	-	
Statistics: $\chi^2 = 93.99$, $df = 63$, $\chi^2/df = 1.33$, $p\text{-value} = 0.06$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.95$, $CFI = 0.99$, $RMR = 0.01$, $RMSEA = 0.03$									
Causal Factors	ADP1	ADP2	ADP3	ADP4	ADP5	BPA1	BPA2	BPA3	BPA4
Factor Loading	0.62	0.89	0.92	0.90	0.78	0.93	0.91	0.89	0.92
Effect Factors	FRQ1	FRQ2	FRQ3	FRQ4	FRQ5	FRQ6			
Factor Loading	0.37	0.97	0.92	0.91	0.95	0.90			
Structural Equation of Variables			TFRSAD	FINRPQ					
R-Square			0.79	0.48					
Correlation Matrix between Latent Variables									
Latent Variables			BESTPA	TFRSAD	FINRPQ				
BESTPA			1.00						
TFRAAD			0.78	1.00					
FINRPQ			0.68	0.67	1.00				

Note: $p < 0.01$ DE = Direct effect, IE Indirect, TE = Total effect, ADP1 = Compliance with TFRS, ADP2 = Transparent and comprehensive, ADP3 = Knowledge of Personnel, ADP4 = Utilization of information, ADP5 = Adjustment of Policies, BPA1 = Complete audit committee, Bpa2 = Efficiency of risk Management, BPA3 = Ensuring Engagement, BPA4 = Ensuring Adequate Disclosure, FRQ1 = Relevance, FRQ2 = Faithful, FRQ3 = Comparability, FRQ4 = Verification, FRQ5 = Timeliness, and FRQ6 = Understandability

The model consistency test found that $\chi^2/df = 1.33$ (93.99/63), GFI and AGFI = 0.97 and 0.93, respectively, RMSEA = 0.03, and RMR = 0.01. This indicates that the research developed is consistent with the empirical data, as shown in Figure 2.

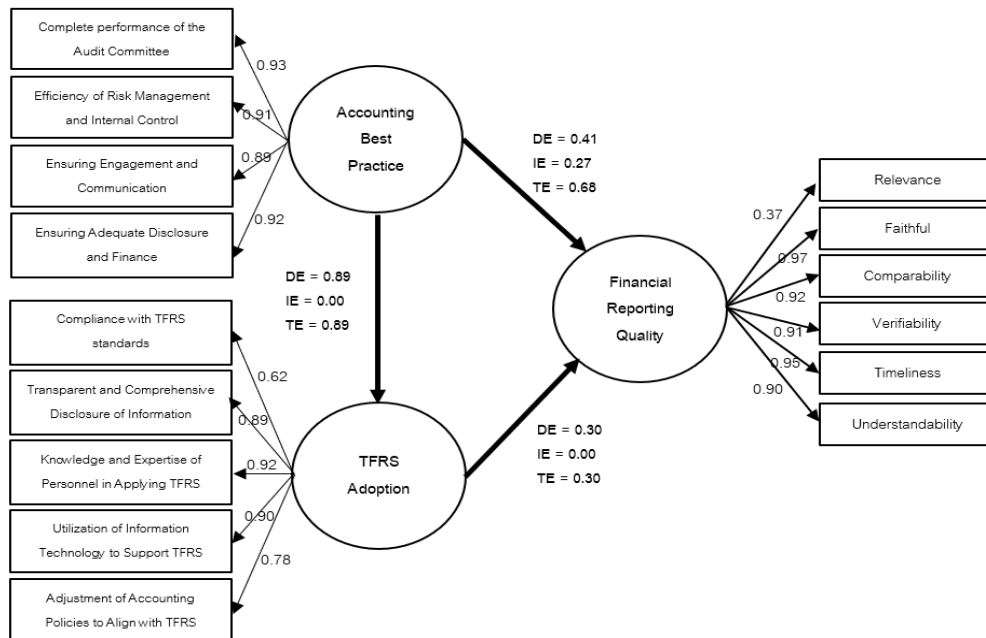


Figure 2

The causal relationship between Thai Financial Reporting Standards (TFRS) adoption, Accounting best practices, and Financial reporting quality of SMEs in the Eastern Economic Corridor (EEC)

Table 3 and Figure 2 illustrate the structure model's part analysis, showing that the accounting best practices had a direct and positive influence on the Thai financial reporting standards (TFRS) adoption (DE = 0.89, sig. = 0.01) with $R^2 = 0.79$, This indicates that accounting best practices account for 79.00% of the variance in Thai Financial Reporting Standards (TFRS) adoption. Meanwhile, the TFRS adoption had a direct and positive influence on financial reporting quality (DE = 0.30, sig. = 0.01). Best practices for accounting had a direct and positive influence on the financial reporting quality (DE = 0.41, sig. = 0.01).

With $R^2 = 0.48$, this implies that the accounting best practices and the TFRS adoption could be accountable for 48.00% of the variance in the financial reporting quality. Although the study did not state a specific hypothesis regarding the indirect influence, the results revealed that accounting best practices had an indirect effect (IE = 0.27) on financial reporting quality through TFRS adoption. This suggests that part of the impact of best practices on reporting quality is mediated by the degree to which TFRS is adopted. While this was not part of the original hypotheses, the finding provides additional insight into the mechanisms through which best practices enhance reporting quality. The results of the hypothesis test are shown in Table 4.

Table 4 Summary of Research Hypothesis Test Results

Hypothesis		Hypothesis Test Results	
		Relation	Test Results
H1	The accounting best practices have a direct and positive Influence on the Thai financial reporting standards (TFRS) adoption	0.89	Supported
H2	The Thai financial reporting standards (TFRS) have a direct and positive influence in the Financial quality	0.31	Supported
H3	The accounting best practices and the Thai Financial Reporting Standards (TFRS) adoption	0.41	Supported

6. Discussion

1. The accounting best practices have a direct and positive influence on the financial reporting standards (TFRS) adoption. This finding is in line with Kamwass (2022), who emphasized the importance of strong accounting processes, such as internal controls, risk management, and accurate disclosure, in helping SMEs comply effectively with TFRS. This relationship shows that SMEs with an effective accounting system foundation, such as clear delegation of responsibilities, systematic monitoring, and data analysis, will find the TFRS adoption process easier and more efficient. This finding is consistent with Hashim (2024) observation that firms with clear accounting systems and effective internal controls may easily adopt TFRS while reducing adaptation costs. However, certain EMSs may have difficulties in implementing best practices, such as a lack of experienced personnel, delays in adapting to changes, and resource limits. These challenges require support such as training, inter-agency collaboration, and the use of technology to ease accounting tasks. This aligns with Jindaluang (2023), who highlighted the importance of capacity-building and technological assistance for SMEs. As a result, for accounting best practices to have an effective impact on TFRS adoption, SMEs should be supported in terms of structural preparation, such as the creation of tools and

people training, particularly in the EEC region, which is a hub for international investment and trade (Dumsiri & Changam, 2024).

2. TFRS adoption has a direct and positive influence on the financial reporting quality. This supports previous studies that adopting TFRS reduces the likelihood of data distortion, promotes transparency, and improves the trustworthiness of financial information (Praphasirikun & Sirathanaran, 2023; Rattanasing et al., 2024). TFRS plays a significant role in establishing clear reporting requirements for SMEs and improving the accuracy, reliability, and comparability of financial information. The adoption of TFRS also contributes to increased confidence among report users, including investors, financial institutions, and regulators. (Poorahong et al., 2024). Although TFRS adoption is critical for increasing reporting quality, SMEs continue to encounter challenges such as a lack of resources and investment in TFRS-supporting technology, as well as a shortage of experienced individuals. Dumsiri and Changam (2024) found that businesses that can construct strong support mechanisms, such as training and human resource development, may increase reporting quality. To establish readiness and improve global competitiveness, effective TFRS implementation should be fostered through policy support and investment from both the public and commercial sectors.

3. The findings indicate that accounting best practices have a direct and positive influence on the quality of financial reporting. A study by Alshamsi and Ahmad (2024) confirmed that implementing accounting best practices directly reduces the risk of reporting errors and enhances the consistency and quality of financial reporting, thereby building greater confidence among users. Therefore, support from relevant agencies, such as accounting assistance programs and training workshops, is crucial to help SMEs effectively adopt accounting best practices, which in turn directly and positively enhances the quality of their financial reporting (Garee et al., 2024). Overall, the implementation of accounting best practices directly improves the quality of financial reporting for SMEs in the EEC, while also building confidence among investors and relevant agencies. This increased trust is a key factor that contributes to improving their competitiveness at both regional and international levels.

4. The analysis revealed a surprisingly high degree of association between accounting best practices and TFRS adoption ($R^2 = 0.79$), which exceeded initial theoretical expectations. This strong relationship may reflect the inherent alignment between sound accounting practices, such as adequate internal systems, proper financial disclosures, and adherence to ethical standards, and the requirements embedded within the Thai Financial Reporting Standards. In particular, entities that consistently apply best practices are more likely to possess the organizational readiness and technical competence required to implement TFRS effectively. This finding aligns with prior research suggesting that firms with robust internal financial management systems tend to adopt international standards more seamlessly (Akpan et al., 2023; Alshamsi & Ahmad, 2024). Furthermore, in the context of SMEs operating within a policy-driven region like the EEC, government initiatives may indirectly reinforce this relationship by promoting both compliance and good governance practices simultaneously (Duppati et al., 2023). However, this unusually high R^2 also invites caution, as it may indicate an overlap in measurement constructs or potential endogeneity that should be investigated in future studies.

5. The measurement model revealed a relatively low factor loading for the observed variable, Relevance (FRQ1), which had a factor loading of just 0.37, which is below the commonly accepted threshold of 0.50 (Hair et al.,

2019). This suggests that FRQ1, presumably capturing a specific aspect of financial reporting quality, such as timely submission or user comprehension, may not adequately represent the underlying latent construct of financial reporting quality in this context. A possible explanation is that SMEs may perceive this item as less critical or are constrained in fulfilling this aspect due to resource limitations or a lack of technical expertise (Egwunatum & Oboreh, 2022). The low loading weakens the overall construct reliability and raises concerns about convergent validity. It also indicates that some dimension of financial reporting quality might not be uniformly emphasized across all firms, especially in SMEs, where reporting priorities may differ from larger organizations. In future studies, this item may need to be revised, reworded, or replaced with an alternative indicator more reflective of or practical realities and stakeholder expectations in the SME sector

7. Conclusion

This study aimed to examine the influence of accounting best practices on the quality of financial reporting and the role of TFRS adoption among SMEs in the EEC. The finding confirms the hypothesis that accounting best practices have a direct and positive influence on financial reporting quality, with effective practices such as financial risk management, internal controls, and transparent disclosure supporting the proper adoption of TFRS. These improvements lead to enhanced accuracy, transparency, and reliability in financial reports, which in turn boost investor confidence and facilitate strategic decision-making, thereby strengthening the competitiveness of SMEs in both regional and international markets. However, SMEs continue to face challenges related to resource limitations and expertise gaps. To address these issues, it is recommended that government agencies develop targeted accounting assistance programming, including regular training workshops and consultancy services tailored to SME needs. Additionally, SMEs should prioritize investing in staff capacity building, especially in financial management and compliance with TFRS, to ensure sustainable improvement in reporting standards. By integrating accounting best practices with effective TFRS adoption, SMEs can not only enhance their market credibility but also contribute significantly to the economic growth and stability of the EEC and Thailand as a whole.

8. Recommendations

8.1 Recommendations for future research

The researchers propose several recommendations to enhance the quality of financial reporting. These include expanding the scope of studies to other industries, such as large corporations and global firms, to gain a broader perspective on the application of TFRS and best practices. Longitudinal studies should assess the long-term effects of TFRS implementation on reporting quality, considering organizational adaptation and strategies. Behavioral factors, including the knowledge, attitudes, and readiness of executives and accounting personnel, should also be examined. Regional comparisons between SMEs in the EEC and other areas or ASEAN countries are needed to understand variations in TFRS adoption. Additionally, integrating advanced technologies like accounting automation and blockchain should be explored to improve TFRS compliance and accounting efficiency.

8.2 Benefits of Research and New Knowledge

This study provides a comprehensive contribution in three key areas. Theoretically, it develops a causal analysis model that explains the relationship between accounting best practices, TFRS adoption, and financial reporting quality. The model provides a structured framework for exploring how internal practices and regulatory standards jointly influence reporting outcomes. This theoretical insight deepens current knowledge on the mechanisms that enhance transparency and reliability in financial reporting, especially within the SME sector. Practically, the findings offer practical guidelines for SMEs, helping them understand the benefits and implementation processes of TFRS, and promoting better accounting practices. These recommendations support policymakers, such as the Department of Business Development and the Accounting Professional Association, in developing training programs, compliance manuals, and institutional support systems. This enhances SME competitiveness and fosters more accurate, timely, and credible financial reports. In terms of new knowledge, the study introduces new knowledge by revealing how accounting best practices serve as a foundation for effective TFRS adoption, which in turn improves financial reporting quality in dimensions such as accuracy, disclosure, and reliability. It highlights the indirect role of internal controls and risk management in advancing reporting standards, offering novel insights into how operational excellence translates into financial transparency.

References

- Abed, I. A., Hussin, N., Haddad, H., Almubaydeen, T. H., & Ali, M. A. (2022). Creative accounting determination and financial reporting quality: the integration of transparency and disclosure. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 38.
- Accounting Profession Council. (2021). *Revised financial reporting standards 2021 (current year)*. Retrieved December 4, 2024, from <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/66976>
- Akpan, J. U., Akinadewo, I. S., & Osatuyi, Y. A. (2023). International financial reporting standards (IFRS) and small and medium-sized enterprises (SMEs): assessing the impact of IFRS adoption on SMEs. *World Journal of Finance and Investment Research*, 7(4), 34-56.
- Alshamsi, K. H. S. M., & Ahmad, A. N. A. (2024). Developing a framework: adoption of international financial reporting standards (ifrs) and its implications on organizational performance. *International Journal of Sustainable Construction Engineering and Technology*, 15(1), 112-126.
- Awad, S. S., & Ibrahim, M. A. (2023). The impact of ifrs adoption, institutional factors, and global economic factors on economic performance: mediating the role of information transparency. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 15(3), 105-119.
- Belsley, D. (1991). *Conditional diagnostics: collinearity and weak data in regression*. Wiley Series in Probability. John Wiley, New York.
- Bertrand, J., De Brebisson, H., & Burietz, A. (2021). Why choosing IFRS? Benefits of voluntary adoption by European private companies. *International review of law and economics*, 65, 105968.

- Boiko, O. S., Matskiv, O. I., Kostyrko, D. R., & Klop, V. M. (2024). The utilization of international financial reporting standards within the framework of updating regional development strategies. *The actual problems of regional economy development*, 2(20), 345-370.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. Wiley: New York.
- Budai, E., Denich, E., & Hajdu, D. (2021). Financial reporting quality at SMEs—a theoretical approach. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 23(1), 109-121.
- Butdeewong, K., & Phosrichan, N. (2023). Relationships between best accounting practices and performance of government agents in Sakon Nakhon, Nakhon Phanom, and Mukdahan. *Journal of Accountancy and Management*, 15(4), 87-102. [In Thai]
- Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling With AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming, Second Edition*. (2nd ed.) Routledge.
- Chuenpiboon, W. (2023). a study of business environment on accounting information quality and decision-making efficiency of small and medium enterprises (smes) in Khon Kaen Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 13(3), 183-201. [In Thai]
- Comrey, A. (1973). *A first course on factor analysis*. london: academic press.
- Curran, P. J., West, S. G., & Finch, J. (1996). The robustness of test statistics to non-normality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1, 16-29.
- Department of Business Development. (2023). *Business information in the Eastern Economic Corridor development area*. Retrieved October 5, 2024, from <https://www.dbd.go.th/data-storage/attachment/98709588e41ef087bc3b1555.pdf>
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, A. D. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. Sage Publications : London.
- Duppati, G., Gulati, R., Matlani, N., & Kijkasiwat, P. (2023). Institutional ownership, capital structure and performance of SMEs in China. *South Asian Journal of Macroeconomics and Public Finance*, 12(2), 135-159.
- Dumsiri, M., & Channgam, J. (2024). Effect of Accounting Competency and Organization Environmental on the Quality of Financial Reports for Accounting Firms in Pathum Thani Province. *The Journal of Institute of Trainer Monk Development*, 7(2), 340-348. [In Thai]
- Egwunatum, S. I., & Oboreh, J. C. (2022). Factors Limiting Knowledge Management among Construction Small and Medium Enterprises. *Journal of Engineering, Project, and Production Management*, 12(1), 1.
- Foxall, G. R., & Yani-de-Soriano, M. M. (2005). Situational influences on consumers, attitudes and behavior. *Journal of Business Research*, 58, 518-525.
- Garee, A., Buasri, C., & Rungruang, P. (2024). Internal Control that Influences Performance Efficiency of Financial, Accounting and Auditing Department of Local Administrative Organization, Songkhla Province: Perspective of the Division Director of Division Finance. *Journal of Arts Management*, 8(2), 296-316. [In Thai]
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (5th ed). New Jersey : Prentice.
- Hair Jr, J. F., LDS Gabriel, M., Silva, D. D., & Braga, S. (2019). Development and validation of attitudes measurement scales: fundamental and practical aspects. *RAUSP Management Journal*, 54(4), 490-507.

- Hashim, S. C. (2024). The Role of International Financial Reporting Standards (IFRS) in Enhancing The Quality of Financial Reporting Applied Research in a Sample of Iraqi Banks Listed on the Iraq Stock Exchange. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 2(3), 1-26.
- Hartono, S., Al Musadieg, M., Rahardjo, K., & Afrianty, T. W. (2023). The Critical Factors Affecting the Implementation of Corporate Governance in Indonesia: A Structural Equation Modeling Analysis. *Economies*, 11(5), 139.
- Hoti, A., & Krasniqi, L. (2022). Impact of international financial reporting standards adoption on the perception of investors to invest in small-to-medium enterprise adopting transparency in disclosure policies. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 13(Suppl 1), 506-515.
- Houcine, A., Zitouni, M., & Srairi, S. (2022). The impact of corporate governance and IFRS on the relationship between financial reporting quality and investment efficiency in a continental accounting system. *EuroMed Journal of Business*, 17(2), 246-269.
- Janopas, K., Bangmek, R., Thanjunpong, S., & Waroonkun, S. (2023). Analysis of Quality of Financial Report of Company in the View of the Revenue Officer. *RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts*, 11(1), 35-48. [In Thai]
- Jantadej, K. (2018). Corporate Governance Code for Listed Companies 2017. *Journal of Accounting Profession*, 14(41), 73 – 93. [In Thai]
- Jindaluang, P. (2023). *Relationship Between Lean Accounting and Sustainability of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand*. (Doctoral Dissertation, Maejo University) [In Thai]
- Johri, A. (2024). Examining the Impact of International Financial Reporting Standards Adoption on Financial Reporting Quality of Multinational Companies. *International Journal of Financial Studies*, 12(4), 96.
- Julratanasak, A. (2024). The Role and Qualifications of Accountant Affect to Shared Service Center in Malaysia. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University*, 8(3), 229-238. [In Thai]
- Kamotho, D. W., & Kaudo P. K. (2023). The Challenges Small and Medium-Sized Entities Face in Adopting and Implementing International Financial Reporting Standards for Small and Medium-Sized Entities: A Case of Windhoek Central Business District. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 9(4), 7 – 20.
- Kamwass, S. (2022). The Best Accounting Practice and Financial Reporting Quality of Northern Thailand Ceramics Enterprises. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 9(1), 37 – 54. [In Thai]
- Kanchanawasi, S. (2002). *Evaluation theory*. (3rd ed). Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Kariya, K., & Saengkhiew, P. (2024). Factor of Learning Financial Reporting Standards for Non –Publicly Accountable Entities (Revised 2022) And Accounting Skills of Bookkeepers That Affect the Quality of Financial Reports in Bangkok. *SSRU Journal of Public Administration*, 7(3), 777 – 791. [In Thai]
- Kateb, I. (2024). The bridge to quality financial reporting: Audit committees' mediating role in IFRS implementation for emerging markets. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 35(1), 250-268.
- Kim, J. O., & Mueller, C. W. (1978). *Factor Analysis: Statistical Methods and Practical Issues*. Beverley Hills: Sage Publication.

- Kline, R. B. (2010). *Principle and Practice of Structural Equation Modeling*. (3rd ed.). New York: The Guilford Press.
- Le, T., Tran, T., Nguyen, T., Dao, N., Ngo, N., & Nguyen, N. (2022). Determining factors impacting the application of IFRS in teaching: Evidence from Vietnam. *Accounting*, 8(3), 323-334.
- Maiyarat, K. (2021). The Eastern Economic Corridor Development (EEC) project and its role and impact on the local government organization of Thailand. *PAAT Journal*, 3(5), 51-64. [In Thai]
- Mongkolserm, R. (2021). *The Relationship between Best Practice for Accounting and Corporate Success of MAI Listed Companies*. [Thesis for Master of Accountancy, Mahasarakham University]. [In Thai]
- Naniruttsai, N. (2019). *Factors affecting the quality of financial reporting according to the thai financial report standards for non-publicly accountable entries of small and medium enterprises: special development zone*. [Thesis of master accountancy, Prince of Songkhla University] [In Thai]
- Nasrallah, N., & El Khoury, R. (2022). Is corporate governance a good predictor of SMEs financial performance? Evidence from developing countries (the case of Lebanon). *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 13 – 43.
- Ngamkhum, M., & Praesri, S. (2021). Factors in Considering Loan Applications from Venture Capital for Small and Medium Enterprises in Thailand a Case Study of The Tourism Business Service Sector. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 8(2), 270-287. [In Thai]
- Office of the Securities and Exchange Commission. (2017). Corporate Governance Code for Listed Companies 2017. Retrieved December 25, 2024, from <https://www.ecgi.global/sites/default/files/codes/documents/Thai%20cgcode%20EN.pdf>
- Onah, K. A., & Edeh, I. T. (2024). The Effect of International Financial Reporting Standards (IFRS) Adoption on Financial Reporting Comparability. *International Journal of Advanced Finance and Accounting*, 5(1), 48-61.
- Pacheco-Cubillos, D. B., Boria-Reverter, J., & Gil-Lafuente, J. (2024). Transitioning to agile organizational structures: A contingency theory approach in the financial sector. *Systems*, 12(4), 142.
- Pandey, M., & Anto, S. (2024). Human Aspects of IFRS: A Review of IFRS Implementation Constraints and HR based Solutions to Them. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 13(6), 1296 – 1301.
- Phetcharot, L., & Chamniprasat, A. (2002). *Research methods*. Bangkok: Phimdee Printing. [In Thai]
- Pingmuangand, W., & Sittipatna, P. (2023). Relevance of lease agreement on the lessee side to the market value before and after the implementation of the TFRS 16 for lessees: A Case Study of A Business Group Listed on the Stock Exchange of Thailand: An Index Reflecting the Movement of the First 50 Stock Prices. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science*, 9(3), 243-256. [In Thai]
- Pongjitt, W., Jantarakolica, K., & Suwannoi, T. (2023). Corporate Governance and Financial Statement Fraud of the Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Academic for Public and Private Management*, 5(2), 179-194. [In Thai]
- Poorahong, P., Phosing, P., & Yupas, Y. (2024). Factors Affecting the Quality of Accounting for Village and Urban Funds Mueang Yasothon District, Yasothon Province. *Ratanabuth Journal*, 6(1), 479-491. [In Thai]
- Porncharoenrote, S. (2021). Knowledge understanding about financial standards for non-publicly accountable entities (tfrs for npaes) of accountants in small and medium-sized entities. *Western university research journal of humanities and social science*, 7(3), 151-164. [in Thai]

- Praphasirikun, W. & Sirathanaran, P. (2023, Nov 8). *Financial reporting standards tfrs 2023*. [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=9bCVnD02KII&t=4s> [In Thai]
- Putri, N. J., & Kusmila, Z. (2023). Factors affecting the preparation of financial statements based on fas msme. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 4(2), 1009-1021.
- Rattanasing, N., Sanpakdee, P., & Kookkaew, P. (2024). Causal Factors Affecting the Audit Quality of The Thai Certified Public Accountants. *Journal of Arts Management*, 8(4), 128-148. [In Thai]
- Rungsaeng, C., & Saengkhiew, P. (2024). Efficiency of Internal Control and Performance in Accounting Affecting the Quality of Financial Reporting in Bangkok Metropolitan. *SSRU Journal of Public Administration*, 7(2), 338-355. [In Thai]
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginners Guide to Structural Equation Modeling: SEM*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associated.
- Sodyom, A., & Panmarerng, K. (2024). Policy Strategy of Financial Report Quality and Ecosystem Mechanism in Preparation of Government Financial Reports. *Journal of Arts Management*, 8(2), 526-546. [In Thai]
- Sornda, P. (2023). Study of The Impact of Single Account Measure on The Quality of Financial Reports of Hotel Business Establishment (Smes) In The Eastern Economic Corridor. *Srinakharinwirot Research and Development Journal of Humanities and Social Sciences*, 15(29), 1-13. [In Thai]
- Srichaichana, N., & Thoraneenitiyan, N. (2024). Utilization of The Financial Statement Information for The Administration of The Agricultural Cooperative Administration Department. *Journal of Social Science Panyapat*, 6(2), 447-458. [In Thai]
- Tawfik, O. I., Almaqtari, F. A., Al-ahdal, W. M., Abdul Rahman, A. A., & Farhan, N. H. (2023). The impact of board diversity on financial reporting quality in the GCC listed firms: the role of family and royal directors. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(1), 1 – 33.
- Thasedom, T. (2021). Reliability of Audit and Financial Reporting Quality of the Certified Public Accountants in Thailand. *Academic Journal of Buriram Rajabhat University*, 13(2), 83 – 101. [In Thai]
- Thongsai, S., Prasong, P., Kongchi, S., Kaewkhong, A., & Ranglek, C. (2022). The Relationship between the Quality of Accounting Information and the Performance of SMEs in the South. *Journal of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University*, 1(1), 20-38.
- Thottoli, M. M. (2021). Knowledge and use of accounting software: evidence from Oman. *Journal of Industry-University Collaboration*, 3(1), 2-14.

การจัดการเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการในหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

Working Capital Management of Entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand

วัลลพ ล้อมตะคุ^{1*} สิทธิชัย ลีวิวัฒน์วงศ์² และสิริเกียรติ รัชชศาสตร์³

Wanlop Lomtaku^{1*} Sittichai Leewiwatwong² and Sirikiat Ratchusanti³

Received : May 8, 2025 Revised : August 7, 2025 Accepted : September 10, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์การบริหารเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการในเขตหมู่บ้าน แม่กำปอง อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจภายในหมู่บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 88 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุ และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจมากกว่า 1 ประเภท ส่วนใหญ่ทำธุรกิจนำเที่ยว ส่วนใหญ่ออมเงินโดยการฝากเงินกับสถาบันการเงิน แหล่งเงินทุนที่นำมาใช้ดำเนินธุรกิจ คือ เงินออม ผู้ประกอบการจะมีรายได้ต่อเดือนมากกว่ารายจ่ายต่อเดือน ในช่วงฤดูหนาว (ตุลาคม-มกราคม) ธุรกิจส่วนใหญ่มีเงินสด เพื่อให้หมุนเวียนในกิจการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับการบริหารเงินสดและการบริหารเงินทุนหมุนเวียนในภาพรวมในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจภายในหมู่บ้านแม่กำปอง ได้แก่ ปัจจัยด้านการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีขนาดของอิทธิพล เท่ากับ 0.400 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

อีกทั้ง ผลการศึกษา ยังพบว่า ตัวแปรด้านย่อย ที่ส่งผลมากที่สุด ต่อความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจภายในหมู่บ้านแม่กำปอง ได้แก่ ปัจจัยผู้นำเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว โดยมีขนาดของอิทธิพล เท่ากับ 0.596 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งข้อค้นพบนี้ เป็นภาพสะท้อนว่า หมู่บ้านแม่กำปอง มีการบริหารจัดการในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ขับเคลื่อนโดยชุมชน

คำสำคัญ: การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ผู้ประกอบการในหมู่บ้านแม่กำปอง วิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม การวิจัยแบบผสมวิธี

^{1,2,3}Lecturer, Department of Finance and Investment, Faculty of Business Administration and Communication, Phayao University.

*Corresponding author e-mail: : wanlop_ltk@mju.ac.th

Abstract

The purposes of this research were 1) to analyze the working capital management of entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand. And 2) to study factors affecting business stability and sustainability in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand. Using questionnaires and in-depth interviews to collect data from a sample of 88 entrepreneurs. Data were analyzed using descriptive statistics. It consists of frequency, percentage, mean, and standard deviation. Multiple regression analysis and content analysis. The study results found that most entrepreneurs operate more than one type of business. Most of them do travel business. Most people save money by depositing funds with financial institutions. The source of funds used to run the business is savings. Entrepreneurs will have monthly income greater than monthly expenses during winter (October-January). Most businesses have cash for use in circulation. Entrepreneurs are given importance in cash management and overall working capital management at a high level. Factors affecting the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village were supported by government and private agencies. The size of influence is equal to 0.400 at the significance level of 0.01

Furthermore, the study results found that the sub-variable that had the greatest impact on the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village was the factor of leaders prioritizing public benefit over personal benefit, with an influence size of 0.596 at a significance level of 0.01. This finding reflects that Mae Kampong Village has a management model of social enterprise driven by the community.

Keywords: Working capital management, Entrepreneurs in Mae Kampong Village, Community-based social enterprise, Mixed Methods Research.

1. Introduction

Because it requires a trade-off between risk and performance, working capital management (WCM) is crucial for businesses (DeLoof, 2003; Smith, 1980). According to Nasir and Afza (2009), companies that recognize the value of working capital can reduce risk and improve performance.

According to studies conducted by Baños-Caballero et al. (2010) and Peel and Wilson (1996), entrepreneurs place greater importance on WCM compared to larger companies. This is due to the fact that entrepreneurs mainly rely on WCM as a crucial source of financing and lack access to external financing (Fazzari and Petersen, 1993; Petersen and Rajan, 1997; Whited, 1992). (Padachi, 2006). Entrepreneurs also require proper management in comparison to larger enterprises, they have a higher ratio of current assets and liabilities relative to overall assets and liabilities (Padachi, 2006).

Less Net Working Capital (NWC) means a lower investment in working capital, while a higher net working capital NWC denotes a higher investment in working capital. Higher NWC may help improve the performance of firms because it can stimulate sales (Baños-Caballero et al., 2010), prevent production interruptions (Blinder and Maccini, 1991), strengthen a firm's long-term relationship with their customers (Ng et al., 1999). and influence the acquisition of merchandise at times of low demand (Emery, 1987).

Some research shows that minimizing the investment in working capital will result in higher performance because of the lack of finance in general and the expensive nature of external finance in particular (Baños-Caballero et al., 2014). Following this thinking, Autukaite and Molay (2011) state that firms can reduce their dependence on outside financing, lower their financing cost, and enjoy financial flexibility through effective working capital management. Ganessan (2007) asserts that reducing the investment in working capital leads to less need for financing and less cost of capital, which increases the cash available to shareholders.

Mae Kampong Village is located at Huai Kaew Subdistrict, Mae-On District, Chiang Mai Province, Thailand. It is a popular tourist attraction in Chiang Mai Province. It was established over 100 years ago, and the houses are near rivers and creeks. Mae Kampong villagers are natives who migrated from Doi Saket District. In the past, a type of flower that looked like yellow-red flowers grew along the banks of rivers and streams and was called Dok Kampong. Therefore, the village's name was called after the flower's name combined with the river Ban Mae Kampong.

Mae Kampong Village has local wisdom. It stands out for its Miang, or tea and coffee leaves, from planting to processing. In addition, the village of Mae Kampong also has an outstanding tourist attraction, such as Mae Kampong Waterfall, which cascades in height. It has Doi Mon Lan, the highest point in Mae On District. Cherry blossoms bloom, and the most important thing is the people's way of life in the Mae Kampong Village community. Mae Kampong Village Homestay was officially opened on December 10, 2000, as an eco-homestay village. Later, in 2004, Mae Kampong Village Homestay became a homestay that received the Thai Homestay Standard Award. Until 2017, Mae Kampong Village continued to receive the Thai Homestay Standard Award, which is very popular with tourists. (Raepet & Boonsayan, 2021). This is because it is an eco-tourism destination in Mae Kampong Village. This has led to the emergence of many entrepreneurs and businesses in Mae Kampong Village, but the entrepreneur must be a person from Mae Kampong Village only. The village committee does not allow capitalists outside Mae Kampong Village to do business in Mae Kampong Village. The current businesses in Mae Kampong Village include houses, homestays, tour guides, shops, restaurants, coffee shops, etc.

The Mae Kampong community has come together to carry out economic activities with the aim of improving the livelihoods of its people and preserving the village's culture and environment. Mae Kampong is an example of a community that has successfully used tourism as a tool for sustainable development and is an example of a community-based social enterprise (CBSE).

In contrast to other social business companies, community-based social enterprise (CBSE) sets itself apart. Because they both aim to address social concerns and create social value, CBSEs are a subset of social business (Kleinhans et al., 2020). CBSEs have a strong commitment to their communities and focus their efforts on meeting particular local problems, in contrast to more general social enterprises. Because these businesses are run and controlled by locals, the earnings and advantages they provide are given back to the community (Johnson, 2018). Unfortunately, local governments frequently make it difficult for CBSEs to obtain financing and help to improve their performance (Ditta-Apichai et al., 2020; Wallace, 2005).

Because of their social purposes, CBSEs could find it difficult to obtain conventional types of funding, such as bank loans. It is critical to understand that, depending on certain areas or local laws, community organizations' assistance from local governments might differ greatly, which may affect the outcome of community-led projects (Bailey

et al., 2018). Local governments in nations like South Africa, the Netherlands, and England might decide to fund community initiatives only if they are thought to serve larger objectives, which could cause them to become out of step with the needs or priorities of the community (Koster, 2008). The lack of sufficient funding to assure enterprise sustainability is a major contributing reason to the reduction in social enterprise growth (Tykkyläinen, 2019). Although funding plays a crucial role in the expansion of social enterprises, White et al. (2022) contend that in the absence of institutional social support mechanisms like laws and regulations as well as programs that encourage cooperation and networking among social enterprises, decline events take place. Furthermore, an illustration of the expansion of Thai social companies highlights important elements, such as human capital, personal.

Sastsara (2021) studied access to funding sources and problems in accessing funding sources of community enterprise entrepreneurs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province and found that the problems in accessing funding sources are a lack of knowledge and understanding of the conditions of loans from financial institutions, unclear accounting systems, and unclear loan objectives. The solution is to create an understanding of the loan conditions, increase management skills, and write a business plan in order to be able to meet the conditions for requesting a loan from funding sources.

As a result, the researcher is keen to investigate how community-based social enterprise in the case study of Mae Kampong Village and how entrepreneurs in Mae Kampong Village manage working capital in their businesses. The research methodology is a mixed research method. Using content analysis to summarize the study's findings and conducting in-depth interviews with pertinent individuals and a questionnaire was created to gather information from a sample of Mae Kampong Village's entrepreneurs. It will offer recommendations for community-based social enterprise in Thailand as well as tourist industry entrepreneurs regarding the effective and efficient handling of cash and working capital, which can result in long-term business success.

2. Literature Review

2.1 Context of the community-based social enterprise case in Thailand

Numerous typologies that seek to represent the distinctive traits of social entrepreneurs and their organizations have been examined in the literature on social entrepreneurship. Chen et al. (2018) examined creative entrepreneurs using a four-dimensional matrix (constructionist, opportunist, producer, and designer) as an example of the Baldrige excellence model. The entrepreneurial scope of social engagement (seasoned champions, corporate veterans, social activists, and local pragmatists) was the main focus of Abebe et al. (2020). According to Margiono et al. (2018), social initiatives that seek to eradicate poverty in underserved areas and other sustainable solutions must have four essential components:

- (1) the goal of generating social and public benefit;
- (2) logic of private ownership;
- (3) financing, either public or private; and
- (4) Private or governmental authority.

The current study focuses on social entrepreneurs who are dedicated to tackling sustainability by resolving socioeconomic and environmental issues in their local communities in the global south, especially Thailand. Because

of Thailand's unfavorable business environment, these businesses generally rely on income from sales and trade operations (Teerakul et al., 2012; Morakot Ditta-Apichai et al., 2020).

2.2 Theories and research related to working capital management in operations

Working capital (WC) refers to a firm's current assets, which are used to finance current assets or operate the business. Current assets refer to assets with a useful life of less than one year. Therefore, working capital is used to purchase raw materials, purchase goods, pay wages, pay insurance premiums, pay transportation costs, pay advertising costs, pay utilities, etc. Meanwhile, net working capital (NWC) is generally defined as the difference between current assets (CA) and current liabilities (CL) (Finnerty 2006; Fazzari and Petersen 1993). Working capital management involves the management of current assets, current liquidity, and their interrelationships (Finnerty, 2006).

To measure the efficiency of working capital management, the traditional indicator is the liquidity of the business or Current Ratio (CR), which shows how many times the current assets are compared to the current liabilities. This is to assess the ability of the company to pay the debt through measuring the liquidity of assets (Liquidation of Assets) (Farris & Hutchison, 2002). Since the current ratio uses figures from the financial statement, which is a static financial statement, the resulting ratio shows the results of the financial statement period that occurred in the past, which is not the present. Therefore, it may not reflect the current business strategy. Therefore, many researchers doubt that the equity ratio is sufficient to check the efficiency of management. (Emery, 1984; Kamath, 1989; Soenen, 1993; Shin and Soenen, 1998; Gallinger, 1997). Gitman (1974) noted the limitations of traditional static ratios and introduced the concept of the cash conversion cycle (CCC), which incorporates operational analysis into the analysis of a firm's liquidity. Later, the concept of liquidity continuity was developed, focusing on the timing of a firm's operations, from cash outflows to cash inflows, or the net time between paying creditors for production resources and receiving cash back from sales to customers. The cash conversion cycle is a dynamic measure of a firm's liquidity, gathering data from both the statement of financial position and the income statement, which measure the firm's performance (Richards & Laughlin, 1980).

Over the past decade, several studies have analyzed and assessed the relationship between working capital management efficiency and firm profitability. Deloof (2003) tested this relationship among a sample of Belgian firms, using the cash cycle as an indicator of working capital management efficiency, while using net operating income and gross operating income as indicators of profitability. The study found that reducing the collection period for trade receivables and inventory turnover can increase firms' profitability. Garcia-Teruel and MartinezSolano (2006) subsequently tested this relationship among a sample of small and medium-sized firms in Spain, using the cash cycle as an indicator of working capital management efficiency and the return on assets (ROA) ratio as an indicator of operating efficiency. They also included the collection period, debt repayment period, and inventory turnover. The study found that firms can create added value by reducing the collection period, reducing inventory turnover, and shortening the cash cycle.

3. Methodology

This research is a mixed-methods study (Explanatory Mixed Method Design). Data were collected by conducting in-depth interviews with entrepreneurs in Mae Kampong village, Chiang Mai Province, using a semi-structured interview format. The interview data were then analyzed for content to develop a questionnaire. The

questionnaire was then used to collect data from a sample group of entrepreneurs in Mae Kampong village, Chiang Mai Province. The research method is as follows:

3.1 Population and Sample

The population used in this study is entrepreneurs in Mae Kampong village, Chiang Mai Province, 109 cases (information of the secretary of the Mae Kampong Village Committee as of 25 May 2024) Calculate the sample size from Taro Yamane's formula (Yamane, 1973) with a confidence interval of 95% and an error of 0.05%. A sample group of 86 people and a sample group of entrepreneurs in Mae Kampong village, Chiang Mai Province, answered and returned questionnaires for 88 people.

The tools used in this study were an in-depth interview and a questionnaire. The example of in-depth interview Questions were 1) What is the primary source of your family's income? 2) What type of business does your family have? 3) Which business brings you the most income? 4) In the winter, summer, and rainy seasons of the year, what is the monthly revenue and expenses? 5) Which source of money is used to run your business? 6) Information about working capital, including current assets, including cash, bank accounts, debtors, inventories, and advance expenses. 7) Information about working capital regarding current assets, including current liabilities. 8) Information about the liquidity management of the business-cash management 9) Information on liquidity management of the business-working capital management 10) Factors that enable you to conduct business in Mae Kampong Village with stability and sustainability-village leadership 11) Factors that enable you to conduct business in Mae Kampong Village with stability and sustainability - management in the village 12) Factors that enable you to conduct business in Mae Kampong Village with stability and sustainability - location and location of the village.

The questionnaire consisted of 5 parts: Section 1: information on personal factors and factors that determine working capital; Section 2: information on working capital, current assets, and current liabilities of the business, Section 3: information on liquidity management of the business; Section 4: factors that result in being able to conduct business in Mae Kampong Village with stability and sustainability; Section 5: Stability and sustainability of business within Mae Kampong Village.

Content validity test is a test of questionnaire validity by finding the IOC (Index of item objective congruence) value. The questionnaires were sent to 3 professors and experts, each with different expertise in 3 areas: research methodology, management, and finance, to consider content validity. The results of the content validity test were analyzed by selecting questions with a consistency value of .60 or higher. The questionnaire was then tested for reliability. It was piloted with a population of 30 people with the same characteristics as the sample group and analyzed for Cronbark's alpha coefficient, with the Cronbark value greater than 0.75. The entire questionnaire had a reliability value of 0.951.

3.2 Data Collection

The researcher contacted Mae Kampong village leaders to request an in-depth interview with five entrepreneurs and summarize the interview results in a content analysis summary. Then, the researcher developed a questionnaire and collected it from the sample group in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province. 88 entrepreneurs responded to the questionnaire.

3.3 Data Analysis

Data from in-depth interview were analyzed using content analysis, descriptive statistical analysis consisting of frequency, percentage, mean, and standard deviation, and reference statistics using multiple regression statistics.

4. Research Results

The results of the data analysis are divided into five parts: Part 1: Results of qualitative research to develop a research questionnaire on working capital management of entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province. Part 2: Results of the analysis. General information of entrepreneurs in Mae Kampong Village, Part 3, results of a comparative analysis of monthly income and expenses. From doing business of entrepreneurs in Mae Kampong village classified by season, part 4, results of analysis of working capital management and liquidity management of the business, and part 5, model of factors that make businesses in Mae Kampong village stable and sustainable.

Part 1: Qualitative Research Results to Develop a Questionnaire on Working Capital Management of Entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand.

Table 1 Issues related to working capital management found from interviews and sample speech of the interviewee

Issues found from the interviews	Examples of speech from the respondent
1. What is the primary source of your family's income?	The respondent said, "The primary sources of revenue for the family include tea-making, grocery store startup, coffee shop opening, village excursions, and coffee roasting."
2. What type of business does your family have?	The respondent said, "The family-run enterprises include cultivating coffee, roasting coffee goods, starting a grocery store, building a coffee shop, providing lodging, and hosting homestays."
3. Which business brings you the most income?	The respondent said, "The most profitable businesses are those that provide lodging and homestays for visitors."
4. In the winter, summer, and rainy seasons of the year, what is the monthly revenue and expenses?	The respondent said, "The season with the most revenue from tourism will be during the winter." "Income from the house during the high season is approximately 150,000 baht per month and have fixed expenses of approximately 63,000 per month by most expenses, which is the wages of 7 employees," said the respondent, who owns a housing company. The respondent, who owns a grocery business, stated that her monthly income from sales is about 30,000 baht.
5. Which source of money is used to run your business?	The respondent said, "The money that has accrued has been used to expand the firm and cover the profits made from operations during the previous year."

Table 1 Issues related to working capital management found from interviews and sample speech of the interviewee
(Continued)

Issues found from the interviews	Examples of speech from the respondent
6. Information about working capital, including current assets, including cash, bank accounts, debtors, inventories, and advance expenses.	The respondent said, "We need to have enough cash on hand to cover the business's ongoing costs. To handle inventories, for instance, supermarket retailers require a minimum cash holding of roughly 50,000 baht every month. Furthermore, there is the option to save money by making bank deposits, savings cooperative deposits, and village fund deposits."
7. Information about working capital regarding current assets, including current liabilities.	The respondent said, "There isn't any debt. With money earned from labor or from previous years' business operations, the company progressively grows."
8. Information about the liquidity management of the business-cash management	The respondent said, "Strive to keep personal and work costs apart, and keep enough cash on hand to pay for bills each month."
9. Information on liquidity management of the business-working capital management	The respondent said, "To prevent getting into debt, try not to invest too much money."
10. Factors that enable you to conduct business in Mae Kampong Village with stability and sustainability-village leadership	The respondent said, "We are appreciative of the previous generation of village leaders who encouraged the creation of savings and money cooperatives in the community. They ought to continue providing the villagers with excellent support, such as paying for deliveries and rewarding children who complete their education at various levels to encourage the community to value education. A village fund has been set up to help with day-to-day operations. Create a network, schedule training for various projects, and request that other specialists share their expertise with the villages. For instance, there is a coffee roaster available for public use that is used to manufacture roasted coffee goods."
11. Factors that enable you to conduct business in Mae Kampong Village with stability and sustainability - management in the village	The respondent said, "The community has monthly meetings where they discuss shared resolutions including encouraging entrepreneurs, conducting business ethically, and considering the welfare of everybody. Making a Miang with a lot of firewood is a good way to get the villagers involved in maintaining the village, but we can't ruin the forest by clearing trees. Encourage individuals not to reduce the costs and levies that are collected from each business's revenue in order to support those who run homestay operations and promote forest protection."

Table 1 Issues related to working capital management found from interviews and sample speech of the interviewee
(Continued)

Issues found from the interviews	Examples of speech from the respondent
12. Factors that enable you to conduct business in Mae Kampong Village with stability and sustainability - location and location of the village	The respondent said, " A popular tourist destination with an abundance of natural resources is Mae Kampong Village. This is because the locals assist in protecting the forest and its resources."
13. Factors that enable you to conduct business in Mae Kampong Village with stability and sustainability - Support from government and private agencies.	The respondent said, "Government organizations like the Royal Project Foundation arrived to teach the locals how to cultivate coffee before it was processed into roasted coffee. The One Tampon One Product (OTOP) project provides financial help to the village. As a result, a savings cooperative was established, providing the village's residents with a source of savings and money to borrow for business continuation."
14. Factors that enable you to operate a business in Mae Kampong Village with stability and sustainability - business working capital management services	The respondent said, "In order to turn a profit when selling goods or services, the price will already be increased, protecting the company from losses."
15. Do you think that businesses in Mae Kampong Village will continue to survive firmly and sustainably forever?	The respondent said, "The company will remain viable and steady during its existence. This is a result of having strong backing from both the public and private sectors. Having competent village leaders and managing working capital well in business go hand in hand. The villagers support one another in abiding by the set norms and laws, such as not making loud noises after 9:00 p.m., which is another source of it. The cost of lodging is not refundable. collaborating to protect the local Lanna communities' way of life and conducting business in a way that doesn't deplete the village's natural resources and environment."

Part 2 Results of General Data Analysis of Entrepreneurs in Mae Kampong Village Area.

Entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province. Most have family sizes of 1-3 people and 4-6 people (46.59% and 46.59% respectively). Most businesses operate in Mae Kampong village (93.18%).

Most entrepreneurs do more than one type of business (56.82%), with the majority of entrepreneurs doing tour bus business (24.80%), followed by housing (21.00%) and general trading (17.20%), respectively.

The business that generates the most income is the travel business (30.68%), followed by housing business and general sales business (27.27% and 17.05% respectively), and family members also work in other occupations such as construction contractors (40.20%). Other occupations that family members do next include work for a private company (38.10%).

Most of them have been doing business in Mae Kampong Village for 4-6 years (39.77%), followed by 1-3 years and 7-9 years (25.00% and 15.91%, respectively).

Most entrepreneurs have only one method for saving money (56.82%). The method used for saving money the most is saving money at banks/financial institutions (27.70%), followed by saving money at the village savings cooperative/fund and using savings to improve houses/homestays/expand businesses (27.70% and 19.00% respectively).

Most entrepreneurs financed only one source of funds for business (92.05%), with the most used source of funds for doing business being savings (from a period when there was more income from doing business than expenses) (73.70%), followed by borrowing from funds. Village savings cooperative (20.00%)

Most entrepreneurs have no debt (48.86%), followed by less than 30,000 baht and 30,001-60,000 baht, respectively (25.00% and 17.05%).

Part 3 Results of Comparative Analysis of Monthly Income and Expenses from the Business Operations of

Entrepreneurs in Mae Kampong Village, Classified According to Season.

Table 2 A comparison of monthly income and expenses from the business operations of entrepreneurs in Mae Kampong Village Classified by season.

Income-Expense	Winter Season (October-January)		Summer Season (February-May)		Rainy Season (June- September)	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent	Frequency	Percent
	Income per month from business					
Less than 20,000 baht	12	13.64	64	72.7273	41	46.59
20,001 – 40,000 baht	39	44.32	19	21.5909	36	40.91
40,001 – 60,000 baht	22	25.00	3	3.40909	7	7.95
60,001 – 80,000 baht	9	10.23	1	1.13636	2	2.27
80,001 – 100,000 baht	4	4.55	1	1.13636	1	1.14
100,001 baht or more	2	2.27	n/a	n/a	1	1.14
Total	88	100.00	88	100.00	88	100.00
Expense per month from business						
Less than 20,000 baht	31	35.23	66	75.00	51	57.95
20,001 – 40,000 baht	34	38.64	15	17.05	27	30.68
40,001 – 60,000 baht	17	19.32	4	4.55	7	7.95
60,001 – 80,000 baht	4	4.55	2	2.27	n/a	n/a
80,001 – 100,000 baht	1	1.14	1	1.14	n/a	n/a
100,001 baht or more	1	1.14	n/a	n/a	3	3.41
Total	88	100.00	88	100.00	88	100.00
Income-Expense from business						
Income is more than expenses	65	73.86	14	15.9091	25	28.41
Income equals expenses	16	18.18	18	20.4545	37	42.05
Expenses are more than income	7	7.95	56	63.6364	26	29.55
Total	88	100.00	88	100.00	88	100.00

Table 2 indicates that throughout the winter months of October through January, companies in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, had more monthly income than expenses. During the rainy season (June to September), their monthly income is equivalent to their monthly costs. Additionally, throughout the summer (February–May), their monthly expenses exceed their monthly income.

During the winter (February -May), most entrepreneurs have a monthly income of 20,001 -40,000 baht and monthly expenses of 20,001 -40,000 baht, while during the rainy season and summer. Most entrepreneurs have a monthly income of less than 20,000 baht and monthly expenses of less than 20,000 baht.

Part 4 Results of Analysis of Working Capital Management and Liquidity Management of the Business.

In managing the business's working capital regarding current assets and liabilities, it was found that most businesses had cash to be used for circulation in the business in a period not exceeding 1 year (62.50%), have both bank deposits, savings, and fixed deposit accounts (87.50%), no trade receivables (77.30%), inventories (51.10%), and no trade payables (77.30%).

In terms of liquidity management of businesses, the sample group gave importance to overall cash management at a high level, with an average of 3.64. It was found that small aspects of cash management had the highest average: having cash reserves to use to enhance liquidity, with an average of 3.82.

Regarding liquidity management of the business in terms of working capital management, the sample group gave importance to overall working capital management at a high level, with an average of 3.41. In terms of working capital management in sub-aspects, the aspect with the highest average was liquidity planning and the need for money consistently, with an average of 3.80.

Part 5: Model Factors Contributing to Stability and Sustainability of Businesses in Mae Kampong Village.

In terms of factors that contribute to a stable and sustainable business overall, the sample group emphasized the administrative factors in the village the most, with an average of 4.39, followed by factors related to the village's location and village leadership factors, with averages of 4.34 and 4.25, respectively.

As for the factors that contribute to a stable and sustainable business for village leaders, it was found that the sample group gave importance to the overall village leadership factor at the highest level, with an average of 4.28. In the sub aspects, it was found that the most average aspect was that the village leaders had a vision. See opportunities and seize opportunities to use in village development, with an average of 4.35, followed by leaders who value public benefits more than their own, with an average of 4.34.

As for the factors that contribute to stable and sustainable business management in the village, it was found that the sample group gave importance to the management factors at the highest level, with an average of 4.39. In the sub-aspects, it was found that the aspect with the highest average value was the provision of welfare to all members of the village. to cultivate love concern within the village and create the value of doing things for the common good, such as welfare, hospital stays, children's education, funeral expenses, etc., with an average of 4.50, followed by the issuance of measures to prohibit outside capitalists from operating businesses in the village. To reserve the business for village members to operate, an average 4.45.

As for the factors that contribute to a stable and sustainable business in terms of location and village location, it was found that the sample group gave importance to the factor of place and location of the village at the highest level, with an average of 4.34. In the sub-aspects, it was found that the aspect with the highest average is having rich forests, waterfalls, streams, and good weather throughout the year, with an average of 4.49, followed by having a good culture and traditions, with an average of 4.36. The village members are from Chiang Mai and are not a minority.

As for the factors that contribute to business stability and sustainability in terms of support and assistance from government and private agencies, it was found that the sample group gave importance to factors of support and assistance from government and private agencies. Overall, at a high level, the average was 4.00. In the sub-aspects,

it was found that the aspect with the highest average was support and knowledge from various government and private agencies, with an average of 4.02, followed by funding/budget support from government agencies for the village, with an average of 3.99.

As for the factors that contribute to a stable and sustainable business in terms of business working capital management services, it was found that the sample group gave importance to the factor of business working capital management services. Overall, at a high level, the average was 4.05. In the sub-aspects, it was found that the aspect with the highest average is that businesses have saved money for use in business operations, with an average of 4.06, followed by businesses in Mae Kampong Village that have controlled various expenses so that they are not higher than their income average of 4.03.

From developing a model of factors affecting the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village. Chiang Mai Province found that Overall variables that affect the stability and sustainability of businesses in Mae Kampong Village, Mae On District, Chiang Mai Province include support factors from government and private agencies. The influence size equals 0.400 at the significance level of 0.01 with the regression equation and model, as shown in Figure 1.

Stability and sustainability of business within Mae Kampong Village = 0.442 +0.400 Support factors from government and private agencies **

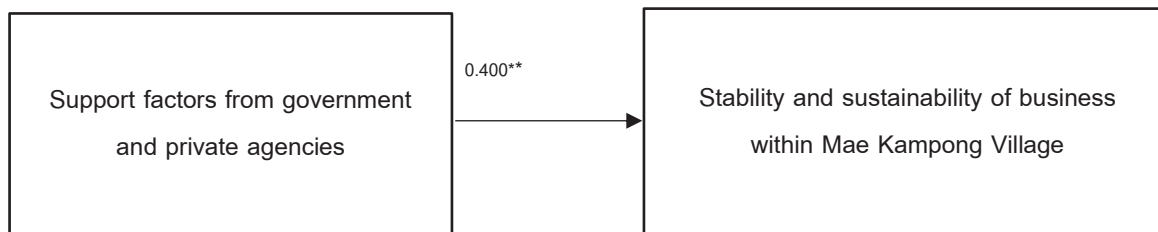


Figure 1. Model of factors affecting the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village, Chiang Mai Province (Overview variable)

From developing a model of factors affecting the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village. Chiang Mai Province found that the sub-variables that affect the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village Chiang Mai Province, 8 factors

Including the fact that leaders put the public interest above their own and factors in collecting and counting cash at the end of each day at the significance level of 0.01, with the size of influence equal to 0.596 and 0.295, respectively, and the factor is liquidity planning and the need for money regularly, overall factor of receiving good support from government and private agencies , The business do not incur debt or create as little debt as possible, and the overall factor of having good working capital management services for the business is at a significance level of 0.05, with influence sizes equal to 0.253, 0.259, 0.276, and 0.386, respectively. the factor is business can increase liquidity when needed in a timely manner, and funding/budget support factors from government agencies are given to

the village at the significant level of 0.10, with influence sizes equal to 0.228 and 0.230, respectively, with the regression equation and model shown in Figure 2.

$$\text{Sustainability} = 0.047 + 0.596 \text{ Leader03}^* + 0.295 \text{ Cash02}^* + 0.253 \text{ Liquide01}^{**} + 0.259 \text{ Public03}^{**} - 0.276 \text{ Working04}^{**} + 0.386 \text{ Working05}^{**} - 0.228 \text{ Liquide04}^{***} + 0.230 \text{ Public01}^{***}$$

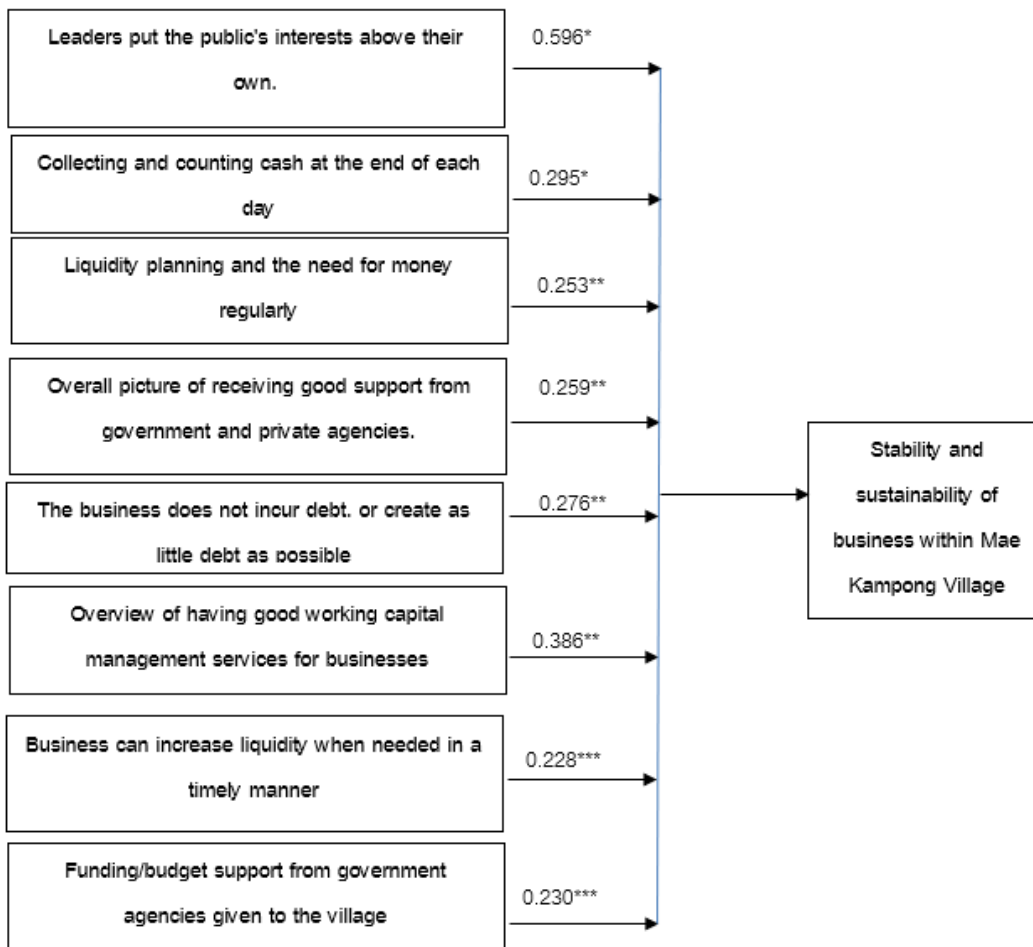


Figure 2. Model of factors affecting the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village, Mae-On District, Chiang Mai Province (Sub-aspect variables)

5. Conclusion and Discussion

The study used theories, concepts, and related literature to examine the working capital management of entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand. The results are discussed below.

Factors affecting the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, include support and assistance from government and private agencies. Business working capital management Both in terms of current assets and current liabilities, liquidity management in cash management and working capital management does not influence the sustainability of businesses in Mae Kampong Village. This is not consistent with Sriwichupong (2020), who studied liquidity management that affects the business growth of small and medium-sized businesses in Thailand and found that liquidity management in terms of cash management Liquidity

management, capital management It has a positive influence on the growth of small and medium-sized businesses in Thailand. Significant at the 0.05 level. and is not consistent with the research of Prasi (2019), who conducted a study on operational problems and support needs of small and medium-sized businesses in Nakhon Sawan Province; it was found that competition is quite high in today's business environment. Most will face financial problems, lack of liquidity, insufficient funds, and financial resources. There are not numerous avenues available for local product distribution. This is not consistent with the research of Kiniman (2003), which studied the need for entrepreneurs' potential in operating small and medium-sized enterprises in Bangkok and found that lack of working capital was the main issue facing small and medium-sized businesses.

Support factors from government and private agencies positively influence the stability and sustainability of businesses within Mae Kampong Village, Chiang Mai Province. This is consistent with the research of Atchacharoensathit (2001), which studied the role of state financial institutions in developing small and medium-sized enterprises (SMEs). It was found that government financial institutions mainly support SMEs in short-term measures in granting loans to enhance financial liquidity finance, which may not help in building strength in the long run and is consistent with the research of Thanbancha (2002), who studied the role of the government sector in supporting small and medium enterprises and found that SME entrepreneurs face financial liquidity problems from a lack of loan sources from private financial institutions arising from a lack of a correct financial accounting system. The bank's loan process is so extensive that, as a result, SME entrepreneurs need to borrow from outside the system, causing high interest costs.

6. Limitations and Suggestions for Further Research

The study of working capital management of entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand, has the following recommendations.

Suggestions for Entrepreneurs in Mae Kampong Village and Other Tourism Communities.

The research results found that entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai, Thailand, have monthly income equal to monthly expenses during the rainy season. (June-September) and have monthly expenses greater than monthly income in the summer (February-May) because most of the operators' income comes from tourists who visit Mae Kampong Village. As a result, entrepreneurs may find other sources of revenue during the summer and rainy seasons, such as farming. You might also take this opportunity to make improvements to your house, business, or vehicle maintenance so that you're prepared to assist clients who will be traveling in the upcoming winter. Additionally, public relations may encourage visitors to stay during the summer and even more so during the rainy season. Integrating the benefits and draws of summertime travel to Mae Kong Pong in order to increase the number of visitors during this time.

Suggestions for Policy and Relevant Agencies.

Entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand, a tourism community, have good working capital management—partly because of good village management, having a good leader, and receiving good support from government and private agencies in promoting the capital budget and knowledge. Consequently, other tourist destinations across the nation may be able to use the public and private sector organizations engaged in Mae Kampong Village's management techniques. Other tourist communities around the nation will benefit from this.

Additionally, business owners manage their working capital well. The outcome of this will keep the company stable and sustainable.

In addition, the government and related agencies may take the following actions to help improve the working capital management of community enterprise entrepreneurs, such as: 1) The government should support a revolving fund project in the form of a "special village fund"; 2) provide knowledge on sustainable working capital management to communities; and 3) The government should design fiscal policies that support small enterprises in ecotourism destinations.

Limitations and Suggestions for the Next Study.

The study of working capital management of entrepreneurs in Mae Kampong Village, Chiang Mai Province, Thailand, is just one example of a tourism community where operators have good working capital management partly because of good village management, having a good leader, and receiving good support from both government and private agencies. Therefore, in the next research, Longitudinal design may be applied to compare several community enterprises in tourism. This is to compare the guidelines for working capital management of entrepreneurs in other tourism communities to understand the problems, obstacles, or factors that affect the stability and sustainability of businesses in tourism communities.

References

- Abebe, M. A., Kimakwa, S. & Redd, T. (2020), "Toward a typology of social entrepreneurs: the interplay between passionate activism and entrepreneurial expertise", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(4), 509-530.
- Atchacharoensathit, P. (2001). *The role of state financial institutions in developing small and medium-sized enterprises (SMEs)*. Retrieved March 27, 2023, from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:117095
- Autukaite, R., & Molay, E. (2011). "Cash holdings, working capital, and firm value: Evidence from France. Paper presented at the International Conference of the French Finance Association (AFFI), May.
- Bailey, N., Kleinhans, R. & Lindbergh, J. (2018), "An assessment of community-based social enterprise in three European countries", London.
- Baños-Caballero, S., García-Teruel, P. J. & Martínez-Solano, P. (2010). "Working capital management in SMEs", *Accounting and Finance*, 50(3), 511-527.
- Baños-Caballero, S., García-Teruel, P. J. & Martínez-Solano, P. (2014). "Working capital management, corporate performance, and financial constraints", *Journal of Business Research*, 67(3), 332-338.
- Blinder, A. S. & Maccini, L. J. (1991). "The Resurgence of Inventory Research: What Have We Learned? ", *Journal of Economic Surveys*, 5(4), 291-328.
- Chen, M.H., Chang, Y.Y. & Pan, J.Y. (2018), "Typology of creative entrepreneurs and entrepreneurial success", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(5), 632-656.
- Deloof, M. (2003). "Does Working Capital Management Affect Profitability of Belgian Firms?", *Journal of Business Finance and Accounting*, 30(3-4), 573-588.

- Ditta-Apichai, M., Kattiyapompong, U. & Gretzel, U. (2020), "Platform-mediated tourism micro entrepreneurship: implications for community-based tourism in Thailand", *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2). 223-240.
- Emery, G.W. (1984). Measuring Short-Term Liquidity. *Journal of Cash Management*, 4(4), 2532.
- Emery, G. W. (1987). "An Optimal Financial Response to Variable Demand", *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 22(2), 209-225.
- Farris II, M. T. & Hutchison, P.D. (2002). Cash-to-Cash: The New Supply Chain Management Metric. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 32(4), 288-298.
- Fazzari, S. & Petersen, B. (1993). "Working Capital and Fixed Investment: New Evidence on Financing Constraints", *RAND Journal of Economics*, 24, 328-342.
- Finnerty, J. E. (2006). Working Capital and Cash Flow. *Encyclopedia of Finance* (1st ed.), 393-404.
- Gallinger, G. (1997). The Current and Quick Ratios: Do they stand up to Scrutiny? Drop the Current Ratio – Pick up the CCC. *Business Credit*, 99(5), 22-25.
- Ganesan, V. (2007). "An analysis of working capital management efficiency in telecommunication equipment industry", *River Academic Journal*, 3(2), 1-10.
- Garcia-Teruel, P. J., Martinez-Solano, P. (2007). Effects of Working Capital Management on SME Profitability. *International Journal of Managerial Finance*, 3(2), 164- 177.
- Gitman, L. J. (1974). Estimating Corporate Liquidity Requirements: A Simplified Approach. *The Financial Review*, 9(1), 79-88.
- Johnson, J. (2018), "Types of social entrepreneurs. Welfont Joe Johnson, Ph.D...j by Welfont group j medium", available at: <https://medium.com/@groupwelfont/types-of-social-entrepreneurs-a7dc8ac57e34> (accessed 22 September 2022).
- Kamath, R. (1989). How Useful are Common Liquidity Measures? *Journal of Cash Management*, 9(1), 24-28.
- Kiniman N. (2003). *The needs of potential development of the small and medium enterprise ownerships in the Bangkok metropolitan Thailand*. Retrieved March 27, 2023, from <http://thesis.rru.ac.th/frontend/view/104>
- Kleinhans, R., Bailey, N. & Lindbergh, J. (2020), "How community-based social enterprises struggle with representation and accountability", *Social Enterprise Journal*, 16(1), 60-81.
- Koster, R. L. P. (2008), "Mural-based tourism as a strategy for rural community economic development", *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2, 153-292.
- Margiono, A., Zolin, R. & Chang, A. (2018), "A typology of social venture business model configurations", *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 24(3), 626-650.
- Nazir, M. S. & Afza, T. (2009). "Impact of aggressive working capital management policy on firms' profitability", *The IUP Journal of Applied Finance*, 15(8), 19-30.
- Ng, C. K., Smith, J. K. & Smith, R. L. (1999). "Evidence on the Determinants of Credit Terms Used in Interfirm Trade", *The Journal of Finance*, 54(3), 1109-1129.

- Padachi, K. (2006). "Trends in working capital management and its impact on firms performance: an analysis of Mauritian small manufacturing firms", *International Review of Business Research Papers*, 22, 45-58.
- Peel, M. J. & Wilson, N. (1996). "Working Capital and Financial Management Practices in the Small Firm Sector", *International Small Business Journal*, 14(2), 52-68.
- Petersen, M.A. & Rajan, R. G. (1997). "Trade credit: theories and evidence", *Review of Financial Studies*, 10(3), 661-691.
- Prasi A. (2019). *Operational problems and support needs of small and medium-sized businesses in Nakhon Sawan Province*. Nakhon Sawan Rajabhat University. Retrieved March 27, 2023, <https://doi.org/10.12755/NRCT.IMG.2019.56>
- Raepet J. & Boonsayan R. (2021). Public and Community Cooperation Management of Mae Kampong Village, Mae On District, Chiang Mai Province. *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 6(7),1-13
- Richards, V. D. & Laughlin, E. J. (1980). A Cash Conversion Cycle Approach to Liquidity Analysis. *Financial Management*, 9(1), 32-38.
- Sastsara , S., & Mekdee, K. (2021). ACCESSING FUNDING AND PROBLEMS OF COMMUNITY ENTERPRISE ENTREPRENEURS IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE. *Journal of Educational Review Faculty of Education in MCU*, 8(3), 298–313.
- Shin, H., Soenen, L. (1998). Efficiency of Working Capital Management and Corporate Profitability. *Financial Practice and Education*, 8(2), 37-45.
- Soenen, L. A. (1993). Cash Conversion Cycle and Corporate Profitability. *Journal of Cash Management*, 13(4), 53-57.
- Sriwichupong, S. (2020). *Liquidity management affects the Firm growth of Small and Medium Enterprise (SMEs) in Thailand*. Independent Study, Sripatum University. Retrieved March 25, 2023, from <https://www2.spu.ac.th/account/9349>
- Teerakul, N., Villano, R. A., Wood, F. Q. & Mounter, S. W. (2012), "A framework for assessing the impacts of community-based enterprises on household poverty", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 6(1), 5-27.
- Thanbancha, T. (2002). *The role of the government in supporting small and medium enterprises*. Retrieved March 25, 2023, from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:114404
- Tykkyläinen, S. (2019), "Why social enterprises pursue growth? Analysis of threats and opportunities", *Social Enterprise Journal*, 15(3), 376-396.
- Wallace, B. (2005), "Exploring the meaning(s) of sustainability for community-based social entrepreneurs", *Social Enterprise Journal*, 1(1), 78-89.
- White, G. R. T., Allen, R., Samuel, A., Taylor, D., Thomas, R. & Jones, P. (2022), "The ecosystem of UK social entrepreneurship: a meta-analysis of contemporary studies", *Contemporary Issues in Entrepreneurship Research*, 14, 193-218.
- Whited, T. M. (1992). "Debt, Liquidity Constraints and Corporate Investment: Evidence from Panel Data", *The Journal of Finance*, 47(4), 1425-1460.
- Yamane, T. (1973). *Statistics An Introductory Analysis*. 3 rd Ed. New York: Harper and Row Publications.

ผลกระทบของความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศต่อความระมัดระวังทางบัญชี
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
The Impact of Climate Risk on Accounting Conservatism
of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand

สิทธิชัย ลิมาพร^{1,*} และพลอยพฤษ ลิมาพร²
Sitchai Limapon^{1,*} and Ploypues Limapon²

Received : February 26, 2025 Revised : June 23, 2025 Accepted : July 15, 2025

บทคัดย่อ

ท่ามกลางสถานการณ์ที่ประเทศไทยกำลังเผชิญกับความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลขององค์กร Germanwatch ที่เผยแพร่เมื่อต้นปี พ.ศ.2568 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยมีดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศเฉลี่ยในรอบ 30 ปี (พ.ศ. 2536 - 2565) อยู่ในอันดับที่ 30 ของโลก สอดรับกับความสนใจของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ในเรื่องการรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance : ESG) ที่เพิ่มมากขึ้น การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์ผลกระทบของความเสียดังกล่าวต่อการจัดทำรายงานทางการเงินในแบบที่มีความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 1,934 ตัวอย่าง จาก 371 บริษัท ในช่วงปี พ.ศ. 2557 ถึง 2565 ไม่รวมกลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสาธารณูปโภค และบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน การวิจัยนี้ใช้ดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ (Global Climate Risk Index: CRI) ขององค์กร Germanwatch เป็นตัวชี้วัดความเสี่ยง และใช้ตัวแบบของ Ball and Shivakumar (2005) ในการวัดระดับความระมัดระวังทางบัญชี ซึ่งทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษพบว่า ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อระดับความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียน หมายความว่าความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่สูงขึ้นส่งผลให้การจัดทำรายงานทางการเงินที่มีความระมัดระวังทางบัญชีลดลง ผลการวิจัยนี้ มีส่วนช่วยให้เข้าใจกลไกการปรับตัวของบริษัทต่อความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศ และมีความสำคัญต่อหน่วยงานกำกับดูแลและผู้กำหนดมาตรฐาน ในการพิจารณากำหนดแนวทางการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้มากขึ้นได้ในอนาคต

คำสำคัญ : ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ ความระมัดระวังทางบัญชี บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

¹ Lecturer, Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University

² นักวิจัยอิสระ อดีตผู้อำนวยการวิจัยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) และอดีตเจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายพัฒนาการตลาด บริษัททิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

² Independent researcher, former research assistant at Thailand Development Research Institute (TDRI), and former senior marketing development officer at Dhipaya Insurance Public Company Limited

* Corresponding author e-mail: Sitchai.l@psu.ac.th

Abstract

Amid the situation where Thailand is facing increasingly high climate risks, data from Germanwatch published in early 2025 indicates that Thailand's average Climate Risk Index over a 30-year period (1993-2022) ranks 30th in the world. This aligns with the growing interest of The Securities and Exchange Commission (SEC) in sustainability reporting covering Environmental, Social, and Governance (ESG) dimensions. This study aims to analyze the impact of such risks on the preparation of financial reports with accounting conservatism by companies listed on the Stock Exchange of Thailand (SET). The analysis uses data from 1,934 samples from 371 companies between 2014 and 2022, excluding financial business groups, utilities, and companies with incomplete data. This research uses the Global Climate Risk Index (CRI) from Germanwatch as a risk indicator and applies the Ball and Shivakumar (2005) model to measure the level of accounting conservatism as well as used the multiple regression analysis to prove hypotheses. The results show that climate risk has a significant negative impact on the level of accounting conservatism of listed companies. This signifies that elevated climate risks lead to a reduction in accounting conservatism in financial reporting. These findings contribute to a better understanding of firms' adaptive mechanisms in response to climate-related risks. Moreover, these research findings are important for regulatory agencies and standard-setters in considering guidelines for greater disclosure of information related to climate risks in the future.

Keywords : climate risk, accounting conservatism, listed company

1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยเผชิญกับสภาพภูมิอากาศแปรปรวนอย่างรุนแรง หรือที่เรียกว่า “สภาพอากาศสุดขั้ว (Extreme Weather)” ซึ่งหมายถึงสภาพอากาศที่ไม่ปกติ นากลัวและเป็นอันตราย อยู่บนขอบเขตที่เคยพบเห็นกันมาก่อน เหตุการณ์สภาพอากาศสุดขั้ว ได้แก่ พายุ น้ำท่วม แผ่นดินถล่ม และภัยแล้ง เป็นต้น ส่งผลเสียหายต่อทั้งมนุษย์และระบบนิเวศ (ประสาท มีแต่่ม, 2564) จะเห็นได้จากการศึกษาของ Adil et al (2025) พบว่าตั้งแต่ปีพ.ศ. 2536 ถึง 2565 เกิดเหตุการณ์สภาพอากาศเลวร้ายมากกว่า 9,400 ครั้ง ส่งผลกระทบต่อผู้คนมากกว่า 765,000 รายทั่วโลก และเกิดการสูญเสียโดยตรงเกือบ 4.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (ปรับตามอัตราเงินเฟ้อ) และแนวโน้มสภาพอากาศสุดขั้วกำลังกลายเป็น “ความปกติใหม่” โดยเหตุการณ์ที่เคยถูกมองว่าเป็นเรื่องผิดปกติ กำลังกลายเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยและรุนแรงขึ้น อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ มูลค่าความสูญเสียที่เกิดขึ้นยังอาจเกี่ยวโยงไปถึงการดำเนินงานและการบริหารจัดการองค์กรในหลายด้าน รวมถึงการรายงานทางการเงินและการบริหารความเสี่ยง การศึกษาที่ผ่านมาพบว่าประเทศที่มีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศสูงจะทำให้มีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจที่สูงตามไปด้วย เช่นเดียวกับการศึกษาของ Ding et al (2021) พบว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สภาพอากาศที่รุนแรง เช่น พายุ น้ำท่วม คลื่นความร้อน และฝนตกหนัก ได้ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ รวมถึงเศรษฐกิจและสังคม ความกังวลนี้จะเห็นได้จากในรายงาน KPMG 2021 CEO Outlook Pulse Survey³ ของบริษัทเคพีเอ็มจี (KPMG) ร่วมกับบริษัทกฎหมายระดับโลก

³ การสำรวจประธานเจ้าหน้าที่บริหารจำนวน 500 ราย จาก 11 ประเทศ (ออสเตรเลีย แคนาดา จีน ฝรั่งเศส เยอรมนี อินเดีย อิตาลี ญี่ปุ่น สเปน สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา) ใน 11 อุตสาหกรรมหลัก (การจัดการสินทรัพย์ ยานยนต์ ธนาคาร ผู้บริโภคและค้าปลีก พลังงาน โครงสร้างพื้นฐาน ประกันภัย

Eversheds การสำรวจพบว่า ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศถือเป็นความเสี่ยงใหญ่ที่สุดอันดับ 5 ในมุมมองของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer: CEO) ทั่วโลกต่อการเติบโตของธุรกิจไปอีก 3 ปีข้างหน้า

หนึ่งสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกเกิดจากการกระทำของมนุษย์ อันได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การทำลายแหล่งน้ำ การตัดไม้ การเผาป่า ส่งผลให้พื้นที่ป่าไม้ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกเพื่อชะลอการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกลับมีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ (คณะทำงานจัดทำรายงานสุขภาพคนไทย, 2566) ปัจจุบันหลายภาคส่วนได้ตระหนักและให้ความสำคัญถึงเรื่องนี้ เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้สนับสนุนมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD Supporter)⁴ และให้นำปัจจัยด้านความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศไปผนวกเข้ากับกลยุทธ์และการบริหารความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2564) และจากแบบรายงานประจำปีแบบรายงานเดียว (แบบ 56-1 One Report) ยังแสดงให้เห็นถึงการยกระดับการเปิดเผยข้อมูลในด้านความยั่งยืนในด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social, and Governance : ESG) ถึงแม้จะมีแนวโน้มการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวมากขึ้น แต่ยังคงขาดข้อมูลในเชิงลึก เช่น ข้อมูลก๊าซเรือนกระจกทั้งปริมาณ และคุณภาพ จากงานวิจัยของทีดีอาร์ไอที่ทำการสำรวจการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทอยู่ในดัชนี SET 100 พบว่าในปีพ.ศ. 2564 บริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3 ทั้งสิ้นเพียงร้อยละ 61, 65 และ 42 ตามลำดับ⁵ (ซาริกา ชาญนันท์พิพัฒน์ และคณะ, 2566) ทำให้เห็นว่าในท้ายที่สุด ควรต้องผนวกความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศเข้าเป็นความเสี่ยงทางการเงิน เนื่องด้วยเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจได้ และอาจส่งผลกระทบต่อประเมินมูลค่าของธุรกิจในระยะยาว

จากผลการศึกษาขององค์กร Germanwatch ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรในประเทศเยอรมนี ได้นำเสนอดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศโลก หรือ Global Climate Risk Index (CRI) ในรายงานฉบับล่าสุดต้นปี พ.ศ. 2568 จากการรวบรวมข้อมูลย้อนหลังถึง 30 ปี (พ.ศ.2536 - 2565) กว่า 174 ประเทศทั่วโลกพบว่า ประเทศไทยมีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศเฉลี่ยสูงเป็นอันดับที่ 30 ของโลก และสร้างความเสียหายสะสมต่อเศรษฐกิจไทยคิดเป็นร้อยละ 0.578 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) (Adil et al., 2025) ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยมีความเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อเศรษฐกิจสูงตลอดมา การศึกษาของ Germanwatch ในช่วงแรกใช้ฐานข้อมูลจาก Munich Reinsurance Company ซึ่งเป็นบริษัทรับประกันภัยต่อที่ได้รับความนิยมรับจากตลาดประกันภัยระดับโลก แต่ข้อมูลภายหลังปีพ.ศ. 2562 เป็นต้นไป ได้ใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลเหตุการณ์ภัยพิบัติระดับสากล (Emergency Events Database: EM-DAT⁶) ธนาคารโลก (World Bank) และกองทุนการเงินระหว่าง

ชีววิทยาศาสตร์ การผลิต เทคโนโลยี และโทรคมนาคม) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นตัวแทนขององค์กรที่มีรายได้ต่อปีมากกว่า 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และบริษัทที่สำรวจร้อยละ 35 มีรายได้ต่อปีมากกว่า 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

⁴ คณะทำงานเพื่อพัฒนารอบการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosure: TCFD) ได้ออกแนวปฏิบัติเพื่อช่วยให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศต่อผู้ลงทุนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ความสามารถด้านการรับมือกับความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศ และเปรียบเทียบในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ปัจจุบันมีองค์กรร่วมเป็นผู้สนับสนุนกว่า 1,600 แห่ง ทั้งภาครัฐ และเอกชน จากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก

⁵ ขอบเขตที่ 1 และ 2 เปิดเผยในรายงาน 56-1 ขอบเขตที่ 3 เปิดเผยตามความสมัครใจ มีความซับซ้อนและครอบคลุมกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทาน

⁶ ฐานข้อมูลเหตุการณ์ภัยพิบัติระดับสากล (The International Disaster Database หรือ Emergency Events Database: EM-DAT) เกิดขึ้นในปี 1988 เป็นโครงการร่วมระหว่างศูนย์วิจัยระบาดวิทยาของภัยพิบัติ (Centre for Research on the Epidemiology of Disasters: CRED) และ ปัจจุบัน CRED เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันสุขภาพและสังคมที่สังกัดมหาวิทยาลัยลูแวง (UCLouvain) ฐานข้อมูลและโครงการ EM-DAT ได้รับการสนับสนุนเป็นหลักจากสำนักงานเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (United States Agency for International Development: USAID)

ประเทศ (International Monetary Fund: IMF) บัญชีที่ใช้ในการคำนวณ Global Climate Risk Index (CRI) พิจารณา 2 ด้าน ทั้งผลกระทบแบบสัมบูรณ์ (Absolute) และแบบสัมพัทธ์ (Relative) โดยใช้ตัวชี้วัดหลัก 6 ตัว ได้แก่ 1) จำนวนผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์ 2) จำนวนผู้เสียชีวิตต่อประชากร 100,000 คน 3) จำนวนผู้ได้รับผลกระทบ 4) จำนวนผู้ได้รับผลกระทบต่อประชากร 100,000 คน 5) ความสูญเสียทางเศรษฐกิจ (คิดเป็นดอลลาร์สหรัฐฯ เทียบกับราคาตามกำลังซื้อของแต่ละประเทศ หรือ Purchasing Power Parity: PPP)⁷ และ 6) ความสูญเสียทางเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP)

ดังนั้น การใช้ดัชนีดังกล่าวจึงมีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการศึกษาผลกระทบของสภาพอากาศที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ เพราะเน้นตัวชี้วัดเชิงปริมาณเกี่ยวกับความสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจ และคำนวณจากข้อมูลความสูญเสียที่เกิดขึ้นจริงในอดีต โดยความเสียหายที่เกิดขึ้นจริงและวัดได้เป็นตัวเงินนี้อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางการเงินของบริษัทได้ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความระมัดระวังทางบัญชี (Accounting Conservatism) ที่เน้นในเรื่องการรับรู้ผลขาดทุนหรือความเสี่ยงก่อน ซึ่งผู้วิจัยมีสมมติฐานว่า ถ้ามีบริษัทแห่งหนึ่งตั้งอยู่ในประเทศที่มี CRI Score สูง (คะแนน CRI สูงจะถูกจัดว่าเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศสูง) ทำให้ผู้บริหารต้องปรับเปลี่ยนนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงและการรายงานทางการเงิน เป็นไปได้ว่าบริษัทนี้มีแนวโน้มที่จะลดความระมัดระวังทางบัญชีลง เช่น อาจไม่มีการตั้งสำรองค่าเผื่อความเสียหายจากภัยธรรมชาติ หรืออาจจะรับรู้รายได้เร็วขึ้นในกรณีที่มีความไม่แน่นอนสูงเนื่องจากสภาพอากาศแปรปรวน เช่นเดียวกับ Huang et al. (2018) ได้ศึกษาโดยใช้ Global Climate Risk Index (CRI) ที่รายงานโดย Germanwatch เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อทางเลือกทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท พบว่าพายุใหญ่ พายุเฮอริเคน คลื่นความร้อน และภัยพิบัติทางธรรมชาติอื่นๆ สัมพันธ์กับรายได้และกระแสเงินสดที่ลดลงและผันผวนมากขึ้น

ความระมัดระวังทางบัญชี (Accounting Conservatism) เป็นหลักการบัญชีที่ให้ความสำคัญกับการบันทึกขาดทุนและหนี้สินก่อนการรับรู้กำไรและสินทรัพย์ เพื่อหลีกเลี่ยงการรายงานกำไรที่เกินจริง และเพื่อชดเชยความเสี่ยงหรือความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น (Basu, 1997; Watts, 2003a) โดยปกติความระมัดระวังทางบัญชีถูกแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ 1) ความระมัดระวังทางบัญชีแบบมีเงื่อนไข (Conditional Conservatism) และ 2) ความระมัดระวังทางบัญชีแบบไม่มีเงื่อนไข (Unconditional Conservatism) ความระมัดระวังทางบัญชีแบบมีเงื่อนไข หมายถึงการปฏิบัติทางบัญชีที่มีการรับรู้ผลขาดทุนหรือหนี้สินเร็วกว่าการรับรู้กำไรหรือสินทรัพย์ โดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ในการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ บริษัทจะบันทึกค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญทันทีเมื่อมีข้อบ่งชี้ว่าลูกหนี้นี้อาจไม่สามารถชำระหนี้ได้ แต่จะไม่บันทึกรายได้เพิ่มเติมหากคาดว่าลูกหนี้จะชำระหนี้ได้มากกว่าที่คาดการณ์ไว้ และความระมัดระวังทางบัญชีแบบไม่มีเงื่อนไข หมายถึงการปฏิบัติทางบัญชีที่มีการประเมินมูลค่าสินทรัพย์สุทธิต่ำกว่าความเป็นจริงอย่างสม่ำเสมอ โดยไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือเหตุการณ์เฉพาะ เช่น ในการตัดค่าเสื่อมราคาแบบเร่ง (Accelerated Depreciation) บริษัทเลือกใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาที่ทำให้ค่าเสื่อมราคาในช่วงแรกสูงกว่าความเป็นจริง โดยวิธียอดลดลงทวีคูณ ทำให้มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริง การศึกษาในเรื่องความระมัดระวังทางบัญชีมีหลายวิธี หนึ่งในวิธีที่ได้รับความนิยมคือการใช้ตัวแบบของ Basu (1997) ซึ่งวิธีนี้เน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกำไร (Earnings) และผลตอบแทนหลักทรัพย์ (Returns) เพื่อประเมินระดับของความระมัดระวังทางบัญชี พิจารณาความทันเวลาที่ไม่สมมาตร (Asymmetric Timeliness) โดยมีสมมติฐานว่ากำไรทางบัญชีจะรับรู้รายการในเชิงลบ หรือข่าวร้าย (Bad News) เร็วกว่าข่าวดี (Good News) อาจกล่าวได้ว่า "คาดว่า จะไม่มีกำไร แต่คาดหวังการขาดทุนทั้งหมด" ตามที่นักบัญชีสายอนุรักษ์นิยมมักจะใช้กัน (Basu, 1997, p.7) ผู้วิจัยจึงคาดว่า

⁷ ภาวะเสมอภาคของอำนาจซื้อ (Purchasing Power Parity: PPP) หรือ ประสิทธิภาพของเงิน ใช้ราคาสินค้าและบริการในสหรัฐอเมริกาเป็นฐานในการคำนวณ และแสดงผลในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ การปรับ PPP จะช่วยให้สามารถเปรียบเทียบความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดจากเหตุการณ์สภาพภูมิอากาศในประเทศต่าง ๆ ได้อย่างสมมูล แม้ว่าค่าเงินของประเทศเหล่านั้นจะมีมูลค่าที่แตกต่างกันก็ตาม

ความทันเวลาของการรับรู้กำไรหรือขาดทุนจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัท น่าจะมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภัยพิบัติต่าง ๆ รวมถึงความไม่แน่นอนของสภาพภูมิอากาศที่ผันแปรในแต่ละปี เพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่มีต่อราคาหลักทรัพย์เพื่อสะท้อนการรับรู้รายการทางบัญชีโดยตรง ในครั้งนี้การศึกษามุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์ผลกระทบของความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศต่อความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand: SET) ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นว่า บริษัทเหล่านี้ตอบสนองต่อความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศอย่างไร โดยใช้ข้อมูลด้านการเงิน อัตราส่วนทางการเงิน และสถิติที่สำคัญต่าง ๆ ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ และข้อมูล Global Climate Risk Index (CRI) ที่จัดทำโดย Germanwatch และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศกับความระมัดระวังทางบัญชี โดยใช้เทคนิคทางสถิติและแบบจำลองการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Panel Data Analysis

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

2.1 ความระมัดระวังทางบัญชี (Accounting Conservatism)

ความระมัดระวังทางบัญชี (Accounting Conservatism) เป็นหลักการในการจัดทำรายงานทางการเงินที่รับรู้ค่าใช้จ่ายและหนี้สินทันทีที่มีความเป็นไปได้ และรับรู้รายได้และสินทรัพย์ก็ต่อเมื่อมีความแน่นอนเท่านั้น Basu (1997) ได้มีการสร้างแบบจำลองทางสถิติซึ่งนำมาใช้วัดผลได้จึงถือว่าเป็นงานวิจัยที่วางรากฐานให้กับแนวคิดนี้ โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ผลตอบแทนหลักทรัพย์และความทันเวลาของการเปลี่ยนแปลงรายได้ พบว่าบริษัทที่มีแนวโน้มรับรู้ผลขาดทุนเร็วกว่ากำไรเมื่อเกิดข่าวลบ ต่อมา Khan and Watts (2009) ได้ต่อยอดแบบจำลองของ Basu (1997) โดยเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับขนาดบริษัท (Size) และการเติบโต (Growth) และอัตราส่วนอื่นๆ เพื่อให้การวัดค่า C-Score ซึ่งเป็นค่าประมาณความระมัดระวังทางบัญชีที่มีความแม่นยำมากขึ้น และใช้ข้อมูลแบบ Panel Data ซึ่งเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหลายหน่วยตัวอย่างและรวบรวมจากช่วงเวลาต่างๆ ทำให้ข้อมูลแต่ละช่วงเวลาไม่เป็นอิสระต่อกันและแบบจำลองมีความละเอียดในระดับรายปีของบริษัท ในการศึกษาพบว่าความระมัดระวังที่เพิ่มขึ้นเชื่อมโยงกับความไม่สมมาตรของข้อมูล หลังจากนั้น Ball and Shivakumar (2005) ได้ทำการศึกษาว่ารายการคงค้างมีความไม่เท่าเทียมกัน (Asymmetry in Accruals) ในการรับรู้ และสัมพันธ์กับกระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัท อีกทั้งยังเป็นตัววัดระดับความระมัดระวังทางบัญชีอีกด้วย ในงานวิจัยนี้เพื่อลดจุดด้อยในตัวแบบของ Basu (1997) จึงใช้กระแสเงินสดเป็นตัวแทนสำหรับการรับรู้ข่าวดีและข่าวร้ายแทนข้อมูลราคาหลักทรัพย์ รวมทั้งพิจารณารายการคงค้าง (Accruals) เพื่อตอบสนองต่อแนวคิดความระมัดระวังทางบัญชี ในการศึกษาครั้งนี้ได้พิจารณาความสัมพันธ์ที่เป็นของตัวแปรกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFO) ที่มีผลกระทบร่วม (Interaction) กับตัวแปรหุ่น (DCFO) ที่มาจากการแบ่งกลุ่มบริษัทที่มีกระแสเงินสดเป็นลบและบวก พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของเทอม CFO * DCFO ที่สูงขึ้น จะแสดงให้เห็นถึงระดับความระมัดระวังทางบัญชีที่สูงขึ้นเช่นกัน เพราะแสดงให้เห็นว่ามีการรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลาในช่วงเดียวกัน และยังพบว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะมีระดับความระมัดระวังทางบัญชีสูงกว่าบริษัทเอกชนทั่วไป แม้ว่าจะอยู่ในมาตรฐานทางการเงินและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบเดียวกัน

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความระมัดระวังทางบัญชีของประเทศไทย งานวิจัยในช่วงเริ่มแรก เป็นการศึกษาความระมัดระวังทางบัญชีโดยตรง เช่นในงานของ เดชอนันต์ บังกิโล (2548) ได้ศึกษาถึงความระมัดระวังของกำไรทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนที่ไม่ใช่กลุ่มบริษัททางการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและผลกระทบของขนาดของสำนักงานสอบบัญชี ระหว่างปีพ.ศ. 2542 ถึง 2545 โดยใช้แบบจำลองของ Basu (1997) พบว่ากำไรของบริษัทสะท้อนถึงการรับรู้ข่าวร้ายเร็วกว่าข่าวดี สอดคล้องกับหลักความระมัดระวังทางการบัญชี หลังจากนั้นพบว่าในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความระมัดระวังทางบัญชีส่วนใหญ่เน้นไปที่การศึกษาความสัมพันธ์กับผู้บริหาร หรือคณะกรรมการ ซึ่งจะเห็นได้จากงานของ เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย

และเกียรตินิยม คุณติสุข (2552) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง การอนุรักษ์ทางบัญชีหรือการอนุรักษ์นิยมทางบัญชี และการควบคุมลักษณะของ ผู้ถือหลักทรัพย์ ด้วยแบบจำลองของ Khan and Watts (2009) พบว่าบริษัทในเครือครอบครัวที่จ้างประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer: CEO) ภายนอกจะมีการอนุรักษ์นิยมทางบัญชีที่มากขึ้น เช่นเดียวกับ รัชनिया บังเมฆ (2562) งานวิจัยนี้ได้ใช้ แบบจำลองของ Khan and Watts (2009) เช่นเดียวกัน พบว่าการเปลี่ยนแปลงประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีความสัมพันธ์ในทางลบกับ ความระมัดระวังทางการบัญชี และการเป็นบริษัทครอบครัวและการเปลี่ยนแปลงประธานเจ้าหน้าที่บริหารที่ส่งผลกระทบต่อระดับ ความระมัดระวังทางการบัญชีในรายงานการเงินทำให้ระดับความระมัดระวังทางการบัญชีสูงกว่า เช่นเดียวกับงานของ เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และอนุวัฒน์ ภัคดี (2561) โดยพิจารณาตามแบบจำลอง Basu (1997) และ Ahmed and Duellman (2007) พบว่าขนาด และความถี่บัญชีการเงิน (ระดับการศึกษา และเพศ) ของคณะกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงบวก (ลบ) กับความระมัดระวังทางบัญชี และพบว่าสัดส่วนชาวต่างชาติและระดับการศึกษาของคณะกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการศึกษาค่าความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงาน และในงานของ อาทิตยา เดชสุขุม และคณะ (2565) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับความระมัดระวังทางบัญชี โดยใช้แบบจำลองของ Khan and Watts (2009) พบว่า ความรู้ด้านบัญชีและการเงินของคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความระมัดระวังทางบัญชี ในขณะที่ ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความระมัดระวังทางบัญชี ส่วนงานวิจัยในภายหลังมาพบว่า การวิจัยในเรื่องของความระมัดระวังทางบัญชีปรากฏในทิศทางที่หลากหลายมากขึ้น ดังเช่นงานของ อนุวัฒน์ ภัคดี และศิลปพร ศรีจันเพชร (2565) ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ต่อความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2561 - 2564 รวม 1,989 ตัวอย่าง โดยวัดความระมัดระวังทางบัญชีจากการพิจารณาแบบจำลองการรับรู้มูลค่าหุ้นอย่างทันเวลาจากตัวแบบของ Ball and Shivakumar (2005) และทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงเวลาก่อน การระบาด พ.ศ. 2561-2562 และช่วงเวลากการระบาด พ.ศ. 2563-2564 พบว่าช่วงเวลาก่อนการระบาด บริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่ได้มีความระมัดระวังทางบัญชี และช่วงเวลากการระบาดส่งผลให้ความระมัดระวังทางบัญชีลดลงอย่างมี นัยสำคัญ

2.2 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

จากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ งานวิจัยหลายชิ้นใน ต่างประเทศยังแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม ได้ William D. Nordhaus (1997a, 1997b) ได้พัฒนาแบบจำลอง DICE (Dynamic Integrated Climate-Economy) โดยการใช้ข้อมูลเชิงลึกจากสภาพภูมิอากาศ มาสร้างแบบจำลองเศรษฐกิจมหภาคระยะยาว พิจารณาความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความล้มเหลวของ ตลาดจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ งานวิจัยนี้ได้ทำให้นักวิชาการต่างๆ หันมาสนใจศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศในแงุ่มที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจมากขึ้น เช่นในงานของ Gassebner et al. (2010) ได้ศึกษาผลกระทบของภัยพิบัติทาง ธรรมชาติที่มีต่อการค้าระหว่างประเทศ โดยใช้ข้อมูลกว่า 170 ประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2505 ถึง 2547 พบว่าเมื่อมีภัยพิบัติเพิ่มขึ้นจะทำให้ การนำเข้าและการส่งออกลดลง และขนาดของผลกระทบนั้นยังขึ้นอยู่กับการเมืองและขนาดของประเทศที่ได้รับผลกระทบอีกด้วย เช่นเดียวกับงานของ Huang et al. (2018) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของความเสียด้านสภาพภูมิอากาศที่มีต่อผลการดำเนินงานของ บริษัทและการจัดหาเงินทุนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลก และใช้ Global Climate Risk Index ที่เผยแพร่โดย Germanwatch พบว่าความเสียหายที่เกิดจากภัยพิบัติต่างๆ เช่น พายุ น้ำท่วม คลื่นความร้อน ฯลฯ มีความสัมพันธ์กับรายได้และ กระแสเงินสดที่ลดลงและผันผวนมากขึ้น และบริษัทที่ตั้งอยู่ในประเทศที่มีสภาพอากาศเลวร้าย มีแนวโน้มที่จะถือเงินสดไว้มากขึ้นเพื่อ

ความยืดหยุ่นต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ทำให้บริษัทเหล่านั้นมีแนวโน้มที่จะมีหนี้ระยะสั้นน้อยกว่าแต่เป็นหนี้ระยะยาวมากกว่า และมีแนวโน้มที่จะกระจายเงินปันผลเป็นเงินสดน้อยลง ต่อมา Ding et al. (2021) ถือเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบทางด้านบัญชีโดยตรง โดยศึกษาถึงผลกระทบของความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศต่อการจัดการรายได้ พิจารณาแนวทางปฏิบัติในการรายงานทางการเงินของบริษัทจาก 64 ประเทศ ระหว่างปี 2548 ถึง 2559 พบว่าความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อแนวทางบัญชีเรื่องการจัดการรายได้ตามเกณฑ์คงค้างและตามจริง และยังเกี่ยวข้องกับระดับของธรรมาภิบาลในประเทศ และผลกระทบนี้จะเด่นชัดมากในประเทศที่พัฒนาแล้ว ในบริษัทที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และในบริษัทที่รายงานการขาดทุน จนมาถึงปัจจุบันผู้วิจัยได้พบงานที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่ต้องการศึกษามากที่สุด คืองานของ Khalifa et al. (2024) เป็นงานวิจัยที่วิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อความมั่นคงระวางทางบัญชีโดยตรง แต่เป็นการศึกษาถึงภาพรวมในหลายประเทศ โดยใช้ข้อมูลของประเทศกำลังพัฒนา 26 ประเทศ เป็นข้อมูลในช่วงปี 2550 ถึง 2559 และใช้แนวคิดของ Khan and Watts (2009) ในงานวิจัยได้รวมประเทศไทยเข้าไปด้วย แต่ไม่ได้กล่าวถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยโดยตรง จากการศึกษาพบว่าความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่มากขึ้นนำไปสู่ความมั่นคงระวางทางบัญชีในระดับที่ต่ำลง แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่ดำเนินงานในประเทศที่มีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศสูงกว่า มีแนวโน้มที่จะใช้การรายงานทางการเงินที่มั่นคงระวางน้อยกว่า

ในส่วนงานวิจัยของประเทศไทยที่ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของสภาพภูมิอากาศที่มีต่อเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่เน้นไปที่ภาคการเกษตร เช่นในงานของ Attavanich (2017) พบว่าผลผลิตข้าว อ้อย มันสำปะหลัง และยางพาราจะปรับตัวลดลงหากมีการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเนื่องจากประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ของโลก ความแปรปรวนของสภาพอากาศจึงเป็นภัยคุกคามร้ายแรงต่อกิจกรรมทางการเกษตร ในทิศทางเดียวกันงานของ จีวีวรรณ จันทรวง และคณะ (2561) พบว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (อุณหภูมิเฉลี่ยสูงขึ้น) ทำให้ผลผลิตปาล์มน้ำมันในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทยมีจำนวนลดลงเช่นเดียวกับงานของ อภิพันธ์ พัทธโรภาสวัฒนกุล และคณะ (2560) พบว่าความแปรปรวนของอุณหภูมิเฉลี่ยส่งผลกระทบต่อผลผลิตมันสำปะหลังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยดังกล่าวนี้ชี้ให้เห็นว่าภาคเศรษฐกิจของไทยมีความอ่อนไหวอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จากรายงานของ Swiss Re Institute (2021) ได้กล่าวว่าประเทศไทยเป็นประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia: SEA) ที่เผชิญกับความเสี่ยงด้านสภาพอากาศภัยแล้งและน้ำท่วม เนื่องจากตั้งอยู่ในภูมิภาคที่มีอากาศร้อน อุณหภูมิที่ค่อยๆ สูงขึ้นและสภาพอากาศแห้งแล้งรุนแรงมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) รวมถึงผลกระทบต่อผลผลิตในภาคเกษตรกรรม การผลิต และอุตสาหกรรมบริการ การท่องเที่ยว และต้องพึ่งพาอย่างมากในการส่งออกสุทธิ เนื่องจากเสถียรภาพทางการเมืองที่ค่อนข้างต่ำ อีกทั้งตระหนักถึงความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอยู่น้อย

การศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการปรับตัวรับมือกับความเสี่ยงด้านสภาพสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของไทยมีอยู่ไม่มากนัก ดังจะเห็นได้จากงานของ ธันยพร กริชิตทายาวุธ (2564) เป็นบทความที่เสนอว่าภาคเอกชนควรมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการขับเคลื่อนร่วมกับภาครัฐ เช่น การใช้พลังงานสะอาด และปลูกป่าเพื่อดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ช่วยให้เกิดก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศลดลง เช่นเดียวกับงานของศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ (2564) พบว่าความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SME) ยังอยู่ในระดับต่ำ ทำให้ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องบูรณาการความร่วมมือ เพื่อสนับสนุน SMEs ให้สามารถปรับตัวและแข่งขันได้ และสุดท้ายในงานวิจัยของ Jirophat et al. (2022) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อเศรษฐกิจไทยในระดับมหภาค

โดยศึกษาถึงความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk)^๘ ของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยใช้ดัชนี SPEI (Standardized Precipitation Evapotranspiration Index) พบว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลทางลบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย และพบว่าเมื่อสภาพภูมิอากาศสุดขั้วมีความรุนแรงหรือมีขนาดใหญ่จะเกิดผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจ ทำให้อัตราเงินเฟ้อมีขนาดใหญ่และยาวนานขึ้น อีกทั้งยังเกิดผลกระทบทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อจังหวัดที่มีรายได้ต่อหัวต่ำ เนื่องจากผู้มีรายได้น้อยมีความสามารถปรับตัวต่อสภาพอากาศที่แปรปรวนต่ำ

2.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.3.1 เพื่อทำความเข้าใจถึงผลกระทบของความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศต่อความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย

2.3.2 เพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจเป็นปัจจัยความเสี่ยงหนึ่งที่น่ามาพิจารณาในการกำหนดนโยบายหรือมาตรฐานการรายงานทางการเงิน สำหรับผู้กำกับดูแล และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

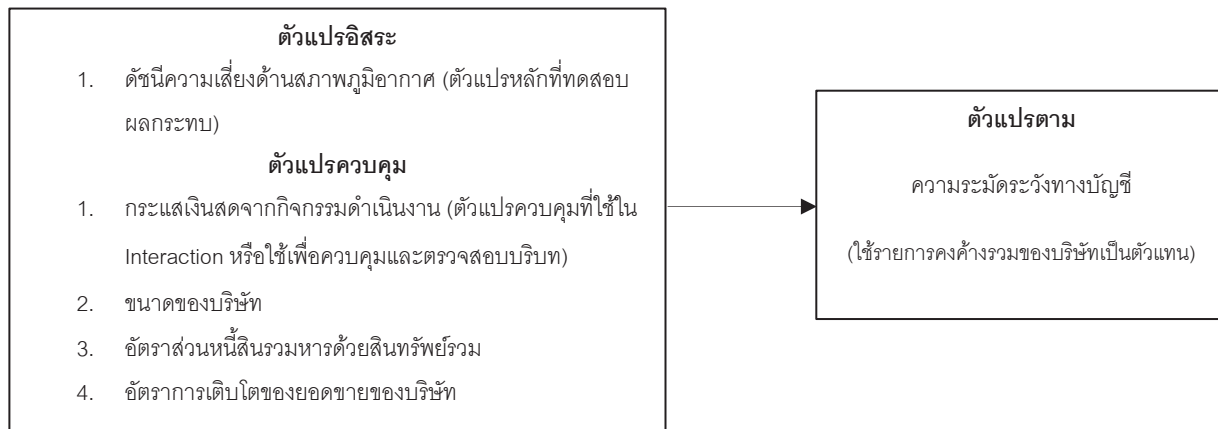
2.4 สมมติฐานของงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาความความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ ยังไม่พบวรรณกรรมที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์กับผลกระทบด้านความระมัดระวังทางบัญชีภายในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยมีสมมติฐานว่า ถ้าสภาพภูมิอากาศมีความแปรปรวนอย่างมากหรือเป็นสภาพอากาศสุดขั้ว อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการจัดทำรายงานทางการเงิน เช่น ถ้าสภาพอากาศที่รุนแรงทำให้เกิดความเสียหาย จนส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท อาจทำให้เกิดปัญหาต่อการชำระหนี้ ผู้บริหารอาจเลือกนโยบายการบัญชีที่เปลี่ยนไป และอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินของบริษัท การศึกษานี้จึงได้พัฒนาสมมติฐานการวิจัย บนพื้นฐานแนวคิดที่ชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารของบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่สูงกว่า อาจมีแนวโน้มที่จะลดระดับความระมัดระวังในการจัดทำงบการเงินลง เช่น ถ้ามีเหตุการณ์ภัยพิบัติที่ทำให้กระทบต่อรายได้ของบริษัทอย่างร้ายแรง หรือภัยพิบัติได้ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินทรัพย์ทางกายภาพของบริษัท และบริษัทมีความสามารถในการรับมือที่ต่ำ ทำให้ต้องใช้เวลามากขึ้นในการสร้างและฟื้นฟู ผลกระทบดังกล่าวอาจนำมาสู่มูลหนี้ และอาจทำให้เกิดแรงจูงใจในการจัดการรายได้ของบริษัท และลดคุณภาพของรายงานลง ประกอบกับรายงานของ Germanwatch จากดัชนี Global Climate Risk Index (CRI) 30 ปีย้อนหลังได้จัดให้ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศประเทศกำลังพัฒนาที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลางซึ่งได้รับผลกระทบเป็นพิเศษจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ประเทศเหล่านี้ได้รับผลกระทบหนักแต่มีความสามารถในการรับมือต่ำกว่ากลุ่มอื่น การจัดอันดับความเสี่ยงแสดงให้เห็นว่าผลกระทบของเหตุการณ์สภาพอากาศสุดขั้วส่งผลกระทบต่อประเทศกำลังพัฒนาโดยเฉพาะ (Adil et al., 2025) เช่นเดียวกับการศึกษาของ อนุวัฒน์ ภักดี และศิลปพร ศรีจันเพชร (2565) ที่พบว่าในช่วงวิกฤต COVID-19 ส่งผลให้ความระมัดระวังทางบัญชีลดลง หรือมีผลกระทบในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวบริษัทได้รับผลกระทบจากการประกาศล็อกดาวน์ (Lockdown) ของรัฐบาลในประเทศไทยที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Tangsomworapong, 2021) จึงทำให้ผู้บริหารตัดสินใจที่จะไม่เลือกรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลา และมีความตั้งใจที่จะทำให้ผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริหารอาจพิจารณาพบว่าการรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลา จะทำให้ผลการดำเนินงานลด

^๘ งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อเศรษฐกิจ ได้จำแนกความเสี่ยงออกเป็น 2 ประเภท 1) ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk) คือ อันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินต่าง ๆ เช่น ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง โครงสร้างพื้นฐานที่อาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งแบบค่อยเป็นค่อยไป (ภาวะโลกร้อน) กับแบบเฉียบพลัน (ภัยพิบัติ) และ 2) ความเสี่ยงทางการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในแง่ของนโยบายกฎเกณฑ์ รวมถึงเทคโนโลยีเพื่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น นโยบายการนำเข้าของประเทศคู่ค้า

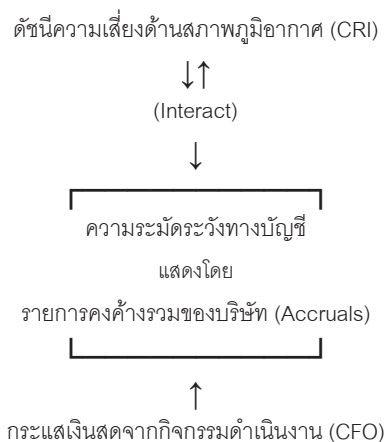
ต่ำลง และผลการดำเนินงานดูแย่กว่าคู่แข่งได้ จากการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงระบุสมมติฐานหลักดังต่อไปนี้

H₁: ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีผลต่อระดับความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เมื่อพิจารณากรอบแนวคิดจะเห็นได้ว่า ดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ (CRI) คือ “ตัวแปรสนใจหลัก” ใน สมมติฐานหลัก (H₁) ผู้วิจัยสนใจดูผลของดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศต่อความระมัดระวังทางบัญชี (รายการคงค้างรวมของบริษัท : Accruals) โดยตรง ซึ่งคาดว่าจะพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่สนับสนุนหรือไม่สนับสนุนสมมติฐานนี้ และประเด็นที่ผู้วิจัยให้ความสนใจเพิ่มเติมคือกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO) ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวแปรควบคุมเชิงบริบท (Moderating Variable) ซึ่งไม่ได้อยู่ในสมมติฐานหลักโดยตรง แต่ถูกใช้เพื่อแสดงความซับซ้อนของบริบทว่าผลของดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศอาจต่างกันขึ้นอยู่กับระดับของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน ดังรูป



รูปภาพประกอบ 2 โครงสร้างการทำงานของตัวแปรในสมมติฐาน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนตัวอย่างในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด 1,934 ตัวอย่าง จาก 371 บริษัท ระหว่างปี พ.ศ. 2557 ถึงปี 2565 (รวบรวมข้อมูลเฉพาะบริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วน และเนื่องด้วยดัชนีปีล่าสุดที่เผยแพร่ 2568 เป็นข้อมูลย้อนหลังไป 2 ปีค่าคะแนนล่าสุดจึงเป็นปี 2565) โดยการศึกษาไม่รวม บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน (Financials Industry) เนื่องจากบริษัทที่ดำเนินการในธุรกิจการเงินมีข้อบังคับทางด้านการเงินและทางบัญชีที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น มีการกำกับดูแลอย่างเข้มงวดโดยธนาคารแห่งประเทศไทย และกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร (Resources Industry) เนื่องจากกฎระเบียบเฉพาะและลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษานี้จึงประกอบด้วยบริษัทที่ดำเนินงานในกลุ่มอุตสาหกรรม 6 อุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro and Food Industry) สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) สินค้าอุตสาหกรรม (Industrials) อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (Property and Construction) บริการ (Services) และเทคโนโลยี (Technology) แหล่งข้อมูลทางการเงินในการประมาณค่าตัวแปรความระมัดระวังทางบัญชี (Accounting Conservatism) และค่าตัวแปรควบคุมต่าง ๆ สืบค้นจากฐานข้อมูลออนไลน์ SETSMART และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (Form 56-2)

ข้อมูลตัวแปรที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่เผยแพร่โดย Germanwatch ซึ่งเป็นองค์กรอิสระของประเทศเยอรมนีที่ไม่แสวงหากำไร ทำงานเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและสิทธิมนุษยชน ได้ออกแบบ Global Climate Risk Index (CRI) ขึ้นมา CRI เป็นดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศโลกที่เผยแพร่เป็นประจำทุกปีจนถึงฉบับล่าสุดปีพ.ศ. 2568 รวบรวมข้อมูลจาก 174 ประเทศทั่วโลก โดยวิเคราะห์ขอบเขตความสูญเสียของประเทศต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ เช่น พายุ น้ำท่วม คลื่นความร้อน ฯลฯ ที่เรียกว่าสภาพอากาศสุดขั้ว ความสูญเสียดังกล่าววัดได้จากผลกระทบต่อมนุษย์ (การเสียชีวิต) และความสูญเสียทางเศรษฐกิจโดยตรง ข้อมูลดัชนีรายปี เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณจากข้อมูล 1 ปีก่อนหน้า และดัชนีระยะยาวซึ่งใช้ข้อมูลในช่วงปีพ.ศ. 2536 ถึง 2565 คะแนนดัชนี (CRI Score) ยิ่งสูงยิ่งหมายถึงประเทศนั้นมีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศสูง แต่ถ้านคะแนนที่ได้ออกมาต่ำแสดงให้เห็นว่าประเทศนั้นมีความเสี่ยงที่น้อยกว่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าค่าคะแนนจะแปรผกผันกับการจัดอันดับยกตัวอย่าง ปีพ.ศ. 2565 ความเสี่ยงสูงที่สุดอันดับ 1 คือประเทศปากีสถาน CRI Score = 0.54 ส่วนประเทศไทย CRI Score = 0.0094 จัดเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศเป็นลำดับที่ 72 จาก 174 ประเทศทั่วโลก แต่ถ้าพิจารณาผลการศึกษาระยะยาวปี พ.ศ. 2536 ถึง 2565 ในเวลาเฉลี่ย 30 ปีจะพบว่าประเทศไทยมีคะแนน CRI เท่ากับ 0.124 และมีความเสี่ยงสูงจัดเป็นอันดับ 30 เนื่องจากในปีพ.ศ. 2554 ประเทศไทยได้เกิดมหาอุทกภัยจากพายุโซนร้อน “ไหหมา” “นกเตน” “ไหถาง” “นาลแก” และพายุไต้ฝุ่น “เนสาด” ทำให้เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมเกือบทั้งปี มีพื้นที่ภัยพิบัติกรณิดูกเงินถึง 65 จังหวัด ความเสียหายนี้ธนาคารโลก (World Bank) ประเมินว่ามีมูลค่าสูงถึง 1.44 ล้านล้านบาท (พีทีทีวีออนไลน์, 2564)

3.2 แบบจำลองที่ใช้วัดความระมัดระวังทางบัญชี

ศึกษาโดยใช้แบบจำลองของ Ball and Shivakumar (2005) เป็นตัวแบบที่แสดงถึงรับรู้ผลขาดทุนจากรายการคงค้าง (Accrual-Based Model) โดยมีพื้นฐานมาจากการวัดระดับความระมัดระวังทางบัญชีแบบมีเงื่อนไข เพราะมีความไม่สมมาตรของ การรับรู้ข้อมูล (Asymmetric Information) เศรษฐกิจในเชิงบวกและเชิงลบ ที่ศึกษาโดย Basu (1997) โดย Ball and Shivakumar (2005) ได้อธิบายไว้ว่า หากการรับรู้ข้อมูลหรือข่าวสารมีอิทธิพลต่อกระแสเงินสดของบริษัท การรับรู้อย่างทันท่วงทีจะเป็นเหตุที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวก ระหว่างรายการคงค้างกับกระแสเงินสดในปัจจุบัน แสดงให้เห็นจากค่าสัมประสิทธิ์ของเทอมกระแสเงินสดที่สร้างผลกระทบร่วม (Interaction) กับตัวแปรหุ่นที่เกิดจากการจัดแบ่งกลุ่มบริษัทที่มีกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานติดลบและไม่ติดลบเป็นตัวบ่งบอกว่า ถ้าบริษัทรับรู้ข่าวร้าย (ขาดทุน) อย่างทันเวลาจะส่งผลให้กระแสเงินสดของบริษัทติดลบ ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวก อธิบายได้ดังนี้

เริ่มต้นจากวิธีการของ Basu (1997) โดยใช้ผลตอบแทนหลักทรัพย์ (Stock Returns) เป็นตัวแทนของข่าวดีและข่าวร้ายจะ
ได้สมการที่ 1 ว่า

$$X_{it} = \beta_0 + \beta_1 D_{it} + \beta_2 R_{it} + \beta_3 D_{it} R_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

โดยที่ X_{it} เป็นกำไรสุทธิของบริษัทก่อนรายการผิดปกติ (Net Income Before Extraordinary Items)หารด้วยมูลค่าตลาด
ส่วนของผู้ถือหุ้น (Market Value of Equity: MVE) สำหรับบริษัทที่ i ในปี t และให้ R_{it} คือผลตอบแทนจากการถือหลักทรัพย์
ระยะเวลา 12 เดือน นับตั้งแต่เดือนที่ 4 ของปีที่ปัจจุบันไปจนถึงเดือนที่ 3 ของปีถัดไป D_{it} เป็นตัวแปรหุ่นมีค่าเท่ากับ 1 ถ้าบริษัทมี
ผลตอบแทน R_{it} น้อยกว่าหรือเท่ากับศูนย์และถ้ามากกว่านั้นให้เป็น 0 แต่ตัวแบบดังกล่าวมีข้อจำกัดคือ ราคาหลักทรัพย์อาจได้รับ
ผลกระทบจากปัจจัยอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบัญชี ในปี 2005 การศึกษาของ Ball and Shivakumar (2005) จึงเสนอให้ใช้กระแสเงิน
สดแทนผลตอบแทนหลักทรัพย์ โดยมุ่งเน้นไปที่รายการคงค้างซึ่งสะท้อนการรับรู้ข่าวดีและข่าวร้าย ดังสมการที่ 2

$$Accruals_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 DCF_{it} + \beta_3 CFO_{it} * DCF_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

ในสมการที่ 2 นี้แสดงให้เห็นถึงการวัดความระมัดระวังจากข้อมูลทางบัญชีโดยตรง ทำให้ลดผลกระทบจากปัจจัยตลาด
เพราะไม่จำเป็นต้องใช้ราคาหลักทรัพย์ โดยที่ $Accruals_{it}$ คือรายการคงค้างของบริษัท i ปี t หารด้วยสินทรัพย์รวมปีที่ $t-1$ ส่วน
 CFO_{it} คือกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานสุทธิของบริษัท i ปี t หารด้วยสินทรัพย์รวมปีที่ $t-1$ และ DCF_{it} คือตัวแปรหุ่น หาก
 CFO_{it} ของบริษัท i ปี t มีค่าเป็นลบให้เท่ากับ 1 และถ้าไม่ใช่ให้เท่ากับ 0 ในการศึกษาที่ผู้วิจัยคาดว่าสัมประสิทธิ์ β_1 จะมีค่าน้อยกว่า
0 เนื่องมาจากความระมัดระวังทางบัญชีที่พิจารณารายการคงค้างที่รับรู้ในปีเดียวกัน และรับรู้รายการขาดทุนอย่างทันเวลาจึงทำให้มี
กระแสเงินสดติดลบมากกว่า (Ball and Shivakumar, 2005) และคาดว่าตัวแปรหุ่น DCF_{it} ที่เกิดจากการจัดแบ่งกลุ่มบริษัทที่มี
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานติดลบและไม่ติดลบ เมื่อนำไปสร้างผลกระทบร่วม (Interaction)⁹ กับตัวแปร CFO จนได้ค่า
สัมประสิทธิ์ β_3 ที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลาในงวดบัญชีเดียวกัน ค่าสัมประสิทธิ์นี้จึงต้องมีค่าเป็นบวก และมี
นัยสำคัญจึงจะถือว่าเป็นความระมัดระวังทางบัญชีอย่างมีเงื่อนไข

3.3 แบบจำลองที่ใช้ในงานวิจัย

แบบจำลองเพื่อศึกษาผลกระทบของความเสียด้านสภาพภูมิอากาศที่มีผลต่อความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นไปตามสมการที่ 3¹⁰ โดยที่ตัวแปรในแบบจำลองและการวัดค่าตัวแปรสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

$$ACC_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 DCF_{it} + \beta_3 CFO_{it} * DCF_{it} + \beta_4 CRI_{it} + \beta_5 CRI_{it} * CFO_{it} + \beta_6 CRI_{it} * DCF_{it} + \beta_7 CRI_{it} * CFO_{it} * DCF_{it} + \beta_8 SIZE_{it} + \beta_9 LEV_{it} + \beta_{10} GROWTH_{it} + Year_{fixed} + Companyid_{fixed} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

⁹ สาเหตุที่ต้องมี Interaction Terms เนื่องจากต้องการใช้เพื่อทดสอบ Asymmetric Timeliness ของการรับรู้ข่าวร้าย (Bad News) และข่าวดี (Good News) เมื่อกระแสเงินสดเป็นลบ (ข่าวร้าย) ตัวแปรหุ่นกระแสเงินสด = 1 ทำให้ Interaction Term มีค่า เมื่อกระแสเงินสดเป็นบวก (ข่าวดี) ตัวแปรหุ่นกระแสเงินสด = 0 ทำให้ Interaction Term = 0 ซึ่งช่วยจับความแตกต่างของการรับรู้รายการคงค้างในสถานการณ์ที่แตกต่างกันโดย Interaction Term ดังกล่าวไม่ได้เป็นตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) หรือตัวแปรคั่นกลาง (Mediating variable) ในความหมายของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Model) แต่ใช้เพื่อตรวจสอบว่าบริษัทมีแนวโน้มบันทึกรายการคงค้างไวต่อข่าวร้ายมากกว่าข่าวดีหรือไม่

¹⁰ สมการ (2) เป็นแบบจำลองพื้นฐานสำหรับวัด Conditional Conservatism ของ Ball & Shivakumar Model ซึ่งเป็น Base Model เป็นการแสดงพื้นฐานทฤษฎี ส่วนสมการ (3) เป็น Extended Model ซึ่งเป็นการขยายแบบจำลองพื้นฐานโดยเพิ่มตัวแปร CRI ส่วน Accruals ยังคงเป็นตัวแปรตาม ไม่ใช่ตัวแปรที่ต้องคำนวณจากสมการแรก และ Interaction ในสมการยังแสดงให้เห็นถึงความต่างของความระมัดระวังทางบัญชีที่แท้จริงระหว่างการที่นำ CRI มาคำนวณกับไม่มี CRI

ตาราง 1 ตัวแปรและการวัดค่าตัวแปรตามตัวแบบของ Ball and Shivakumar (2005)

ตัวแปร	การวัดค่า
ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	
ACC	ความระมัดระวังทางบัญชีแบบมีเงื่อนไข (Conditional Conservatism) เป็นตัวแปรตาม โดยใช้แบบจำลองของ Ball and Shivakumar (2005) ที่ใช้รายการคงค้างรวม (Total Accruals) เป็นตัวแทนในการวัด ความสามารถในการรับรู้ข่าวร้ายเร็วกว่าข่าวดี คำนวณได้จาก รายการคงค้างรวมของบริษัท (Accruals) ที่ปรับขนาดตัวแปรด้วยสินทรัพย์รวมต้นงวด
ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)	
CRI	ดัชนีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ (Global Climate Risk Index: CRI) ในกรณีวิเคราะห์นี้ผู้วิจัยใช้ ตัวเลขการจัดอันดับ (CRI Rank) ของแต่ละประเทศในการคำนวณ อันดับดังกล่าวได้จากการเรียงลำดับคะแนนความเสี่ยง (CRI Score) ซึ่งหาได้จากวิธีการของ Germanwatch โดยคำนวณค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจากตัวชี้วัดหกประการ ได้แก่ 1) จำนวนผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์ 2) จำนวนผู้เสียชีวิตต่อประชากร 100,000 คน 3) จำนวนผู้ได้รับผลกระทบ 4) จำนวนผู้ได้รับผลกระทบต่อประชากร 100,000 คน 5) ความสูญเสียทางเศรษฐกิจตามภาวะเสมอภาคของอำนาจซื้อ (Purchasing Power Parity: PPP) (คิดเป็นดอลลาร์สหรัฐ เทียบกับราคาตามกำลังซื้อของแต่ละประเทศ) และ 6) ความสูญเสียทางเศรษฐกิจตามผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) (คิดเป็นร้อยละของ GDP) ซึ่งตัวเลขอันดับของความเสี่ยง (CRI Rank) เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกับคะแนนความเสี่ยง (CRI Score) เช่น ประเทศปากีสถาน มี CRI rank อันดับที่ 1 มี CRI score 0.5362 คะแนน แต่ประเทศไทยมี CRI rank อันดับที่ 72 มี CRI score 0.0094 คะแนน (ตัวเลขอันดับน้อย - คะแนนสูง) ทำให้ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศต่ำกว่าประเทศปากีสถาน
CFO	กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (Cash Flow from Operating) ที่ปรับขนาดตัวแปรด้วยสินทรัพย์รวมต้นงวด เพื่อศึกษาผลกระทบของความสามารถในการทำกำไรของบริษัทต่อแนวคิดความระมัดระวังทางบัญชีโดยคาดว่าบริษัทที่มีผลกำไรสูงจะต้องมีความระมัดระวังมากกว่า
DCFO	ตัวแปรหุ่น หาก CFO มีค่าเป็นลบ กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 หรือเป็น 0 ถ้าเป็นอย่างอื่น
SIZE	ขนาดของบริษัท วัดค่าจากลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) ของสินทรัพย์รวม
LEV	อัตราส่วนหนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์รวม (Leverage) ตัวแปรนี้ใช้เพื่อศึกษาผลกระทบจากการทำสัญญาหนี้ต่อความระมัดระวังทางบัญชี (ยิ่งอัตราส่วนสูง แสดงว่าบริษัทพึ่งพาเงินทุนจากการก่อหนี้มาก มีภาระดอกเบี้ยสูง และมีความเสี่ยงทางการเงินมากขึ้น)
ตัวแปรควบคุม (Control Variable)	
GROWTH	อัตราการเติบโตของยอดขายของบริษัท วัดจากผลต่างระหว่างรายได้รวมในปีปัจจุบันกับรายได้ในปีก่อนหารด้วยรายได้ปีก่อนของบริษัท การเติบโตของยอดขายเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดคุณภาพรายได้และเพิ่มลูกหนี้หรือสินค้าคงคลังซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความระมัดระวังทางบัญชีได้
หมายเหตุ	
Year _{fixed} และ Companyid _{fixed} เป็นตัวแปรหุ่นที่มาจากกรรวม Firm Fixed Effect ¹¹ และ Year Fixed Effect เข้าไปในสมการ เพื่อกำจัดความเอนเอียงอันเนื่องมาจากการละเลยตัวแปรที่ไม่สามารถสังเกตได้ เนื่องมาจากข้อสังเกตที่ว่า ตัวแปรตามอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลา โดยเป็นอิทธิพลมาจากตัวแปรอิสระที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลาและมีผลต่อทุกหน่วยตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีการ Fixed Effect Regression Model (FEM) และทดสอบว่ามีความเหมาะสมโดยการทดสอบ Hausman test ¹²	

¹¹ Firm Fixed Effects เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการควบคุม Industry Effects โดยไม่ต้องระบุแยก Industry Dummy Variables เพราะ Firm Fixed Effects ได้กลบผลกระทบระดับอุตสาหกรรมเข้าไปแล้ว อีกทั้งยังลดปัญหา Endogeneity จาก Unobserved Heterogeneity ได้อีกด้วย หรืออธิบายได้ว่าในขั้นตอนการคัดเลือกข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกข้อมูลเฉพาะบริษัทที่มีความต่อเนื่องของข้อมูลโดยบริษัทแต่ละแห่งต้องดำเนินงานในอุตสาหกรรมเดียวกันตลอดช่วงเวลา ทำให้อิทธิพลของอุตสาหกรรมที่แต่ละบริษัทดำเนินการอยู่จะถูก Firm Fixed Effects ทำการควบคุมเอาไว้

¹² การทดสอบ Hausman test เป็นการทดสอบว่าควรประมาณค่าแบบจำลองในรูปแบบใดระหว่าง Fixed Effects และ Random Effects โดย H_0 : ค่าความคลาดเคลื่อนไม่สัมพันธ์กับตัวแปรอิสระและตัวแปร time-invariant (REM) และ H_1 : ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระและตัวแปร time-invariant (FEM) จากสมการที่ผู้วิจัยทดสอบ ผลที่ได้คือค่า p-value จากการทดสอบครั้งนี้มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงใช้การประมาณค่าแบบ Fixed Effects

จากสมการดังกล่าว ผู้วิจัยคาดว่าค่าสัมประสิทธิ์ β_3 ของเทอม $CFO_{it} * DCFO_{it}$ ควรจะมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลา และค่าสัมประสิทธิ์ β_7 ของเทอม $CRI_{it} * CFO_{it} * DCFO_{it}$ ควรจะมีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อแสดงให้เห็นว่าบริษัทตัวอย่างจะมีความระมัดระวังทางบัญชีลดลง หากมีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ Global Climate Risk Index (CRI) ที่สูงขึ้น อธิบายได้ว่าตัวเลขอันดับ (CRI rank) น้อยจะมีคะแนน CRI (CRI score) สูง ทำให้ทิศทางความสัมพันธ์เป็นบวก และในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำตัวแปรควบคุมเข้ามาในสมการ อันได้แก่ ขนาดของบริษัท (SIZE) อัตราส่วนหนี้สิน (LEV) และการเติบโตของบริษัท (GROWTH) เพื่อควบคุมผลกระทบดังกล่าวเช่นงานวิจัยในอดีต (อนุวัฒน์ ภัคดี และศิลาพร ศรีจันเพชร, 2565; Yang et al., 2014)

ตาราง 2 ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรค่าต่อเนื่อง	n	Mean	Maximum	Minimum	S.D.
ACC	1,934	5.1975	1,899.92	-1.4682	25.5795
CFO	1,934	0.3644	303.08	-60.482	5.0333
CRI ¹³	1,934	45.85	72	10	21.7815
SIZE	1,934	7.3462	8.3454	0	0.9924
LEV	1,934	4.7905	1,958	0.0002	33.4857
GROWTH	1,934	0.2892	184.5	-0.9946	3.1232
ตัวแปรค่าไม่ต่อเนื่อง	n	Dummy = 1	Dummy = 0	% of 1	% of 0
DCFO ¹⁴	1,934	283	1,651	14.63	85.37

จากตาราง 2 พบว่าตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด 1,934 ตัวอย่าง จาก 371 บริษัท โดยมีตัวแปรค่าไม่ต่อเนื่อง (Discrete Variable) 1 ตัวแปรคือ DCFO ซึ่งเป็นตัวแปรหุ่นของ CFO ที่มีค่าเท่ากับ 1 (ตัวอย่างที่มีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานติดลบ) อยู่ 283 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.63 และตัวแปรหุ่นของ CFO ที่มีค่าเท่ากับ 0 (ตัวอย่างที่มีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเป็นบวก หรือเท่ากับ 0) อยู่ 1,651 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 85.37

4.2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์โดยใช้วิธีของ Pearson Correlation เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อพิจารณาว่าตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูงหรือไม่และได้ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity หรือไม่ แสดงดังตาราง 3

¹³ ตัวเลขอันดับ (CRI rank) ของความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ Global Climate Risk Index (CRI) ในแต่ละประเทศ ผู้วิจัยใช้ตัวเลขอันดับของประเทศไทย ในการวิเคราะห์เพื่อเป็นตัวแทนความเสี่ยงสภาพอากาศที่สูงขึ้นหรือลดลงในแต่ละปีของประเทศ

¹⁴ ตัวแปร CFO และ DCFO เป็นส่วนประกอบในการคำนวณสมการตามแบบจำลอง Ball and Shivakumar (2005) เท่านั้น ตัวแปรที่สนใจศึกษาหลักคือ CRI และผลกระทบต่อ ACC

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation

ตัวแปร	CFO	DCFO	CRI	SIZE	LEV	GROWTH
CFO	1.0000					
DCFO	-0.0543*	1.0000				
CRI	-0.0544*	-0.0214	1.0000			
SIZE	-0.0875**	-0.0384*	-0.0042	1.0000		
LEV	0.0197	0.0137	-0.0058	-0.4042**	1.0000	
GROWTH	-0.0033	0.0101	-0.009	-0.0270	0.0009	1.0000

หมายเหตุ **ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2-tailed) *ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2-tailed)

จากตาราง 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรพบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีความสัมพันธ์ไม่สูงเกินไปที่จะเกิดปัญหา Multicollinearity ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เนื่องจากค่าที่ได้ไม่สูงเกิน -0.80 หรือ 0.80¹⁵ (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2561 : Hair et al, 2010.) ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีความสัมพันธ์อยู่ในช่วง -0.4042 ถึง 0.0197 ซึ่งไม่สูงพอที่จะทำให้เกิดปัญหาในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

4.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่มีข้อมูลแบบ Panel Data โดยรวม Year Fixed Effects และ Company Fixed Effects¹⁶ อยู่ในสมการทดสอบ (สมการที่ 3) และตัดบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทำให้เหลือ 1,934 ตัวอย่าง จาก 371 บริษัท เนื่องจากต้องการเห็นการเปลี่ยนแปลงของการรับมือกับความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่มีผลกระทบต่อในแต่ละปีของบริษัท โดยการประมาณระดับความระมัดระวังทางบัญชีตามตัวแปรของ Ball and Shivakumar (2005) จากการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4

¹⁵ เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูง ($|r| > 0.80$) จะเกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูล (การที่สมการต้องการ Explanatory variables มากกว่า 1 ตัวแปร แต่ตัวแปรนั้นสามารถอธิบาย Response variable ได้แบบเดียวกัน หรือในความเป็นจริงแล้ว Explanatory variables มีความสัมพันธ์กันเอง) ทำให้การประเมินค่าสัมประสิทธิ์ในสมการถดถอยมีความคลาดเคลื่อนสูงหรือไม่เสถียร (Coefficient Estimates Inefficiency)

¹⁶ เหตุผลในการเลือกใช้ Fixed Effect Model เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้ข้อมูล Panel Data ที่มีข้อมูลจำนวนมากและเป็นข้อมูลที่ต้องการควบคุมความแตกต่างระหว่างหน่วยสังเกตการณ์ การใช้ Fixed Effect Model จะช่วยควบคุมปัจจัยที่ไม่สามารถสังเกตได้ (Unobserved Factors) ที่เฉพาะเจาะจงแต่ละบริษัท ช่วยลดปัญหา Omitted Variable Bias ที่อาจเกิดจากตัวแปรที่ไม่ได้รวมอยู่ในแบบจำลองด้วย รวมถึงการใช้ Fixed Effects Model จะช่วยการแก้ปัญหา Endogeneity เพราะสามารถควบคุมลักษณะเฉพาะของแต่ละบริษัทที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ควบคุมปัจจัยภายนอกที่เปลี่ยนแปลงตามเวลาแต่ส่งผลเหมือนกันทุกบริษัท และในงานวิจัยนี้ยังมีการควบคุมตัวแปรเพิ่มเติม เช่น SIZE, LEV, GROWTH, CFO, DCFO จึงช่วยลดปัญหา Confounding Variables ด้วย

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณใช้ศึกษาตามตัวแบบ Ball and Shivakumar (2005)

$$ACC_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 DCFO_{it} + \beta_3 CFO_{it} * DCFO_{it} + \beta_4 CRI_{it} + \beta_5 CRI_{it} * CFO_{it} + \beta_6 CRI_{it} * DCFO_{it} + \beta_7 CRI_{it} * CFO_{it} * DCFO_{it} + \beta_8 SIZE_{it} + \beta_9 LEV_{it} + \beta_{10} GROWTH_{it} + Year_{fixed} + Companyid_{fixed} + \epsilon_{it}$$

	Predicted sign	Coef.	t-Stat	p-Value
(Constant)		1.9524	0.71	0.479
CFO	-	14.5764	38.54*	0.000
DCFO	?	-0.2506	-0.16	0.871
CFO * DCFO	+	-54.4280	-11.95*	0.000
CRI	?	0.0163	1.33	0.184
CRI * CFO	?	-0.0221	-1.34	0.180
CRI * DCFO	?	0.3460	1.21	0.228
CRI * CFO * DCFO	+	0.5326	7.72*	0.000
SIZE	?	-0.5347	-1.44	0.149
LEV	?	0.0579	6.33*	0.000
GROWTH	?	-0.0538	-0.71	0.475
Year fixed effects	Yes			
Company fixed effects	Yes			
Sig. F-Statistics	185.22*			
Adj. R ²	0.8841			
N	1,934			

หมายเหตุ : 2-tailed p-value *p < 0.01

ผลที่ได้พบว่าในสมการ ค่าสัมประสิทธิ์ β_1 ของตัวแปร CFO_{it} และค่าสัมประสิทธิ์ β_3 ของเทอม $CFO_{it} * DCFO_{it}$ ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ แม้ว่าค่าที่ได้จะมีนัยสำคัญทางสถิติก็ตาม แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ไม่ได้นำหลักการรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลามาใช้ รวมถึงเมื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ Global Climate Risk Index (CRI) โดยรวมเอาตัวแปร CRI เข้าไปในสมการ ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าสมการมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับที่ดี โดยตัวแปรอิสระในสมการสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ถึงร้อยละ 88.41 และสมการโดยรวมมีค่า Sig. F หรือ p-value อยู่ที่ 0.000 ถือว่าสมการมีความเหมาะสม เพราะค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.01 แม้ว่าเมื่อใส่ตัวแปร CRI_{it} เข้าไปในสมการแล้วจะไม่พบความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (ไม่มีนัยสำคัญ) แต่พบว่าความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีอิทธิพลกับเทอม $CRI_{it} * CFO_{it} * DCFO_{it}$ และค่าสัมประสิทธิ์เป็นไปตามที่คาดการณ์คือ β_7 มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาผ่านสมการการรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลาจากรายการคงค้าง (Ball & Shivakumar, 2005) จึงอนุมานได้ว่า ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่สูงขึ้นส่งผลให้การจัดทำรายงานทางการเงินให้มีความระมัดระวังทางบัญชีน้อยลง เนื่องจากตัวเลขการจัดอันดับความเสี่ยงและระดับความระมัดระวังทางบัญชีมีทิศทางเดียวกัน (เช่น อันดับ 3 มีความเสี่ยงสูงกว่าอันดับ 6) ดังนั้นผลการวิจัยครั้งนี้จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H1: ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีผลต่อระดับความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต และประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ในบริบทของประเทศไทยนั้นนอกจากผลที่ได้จากงานวิจัยดังกล่าว อาจจะต้องพิจารณาถึงกรอบนโยบายการบัญชีที่ออกโดยผู้กำกับดูแลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โดยเฉพาะในปีที่สภาวิชาชีพบัญชีมีการออกนโยบายการบัญชีที่มีความเกี่ยวข้องกับ ความระมัดระวังทางบัญชี เช่น ในเรื่องมาตรฐานการรายงานทางการเงินกลุ่มเครื่องมือทางการเงินตามมาตรฐานรายงานทางการเงินของไทย (Thai Financial Reporting Standards: TFRS) และมาตรฐานการบัญชีไทย (Thai Accounting Standard: TAS) ได้แก่ TFRS 9 เครื่องมือทางการเงิน (2559) TFRS 7 การเปิดเผยข้อมูลเครื่องมือทางการเงิน (2559) TAS 32 การแสดงรายการเครื่องมือทางการเงิน (2559) TFRIC 16 การป้องกันความเสี่ยงของเงินลงทุนสุทธิในหน่วยงานต่างประเทศ (2560) TFRIC 19 การชำระหนี้สินทางการเงินด้วยตราสารทุน (2560) ซึ่งบริษัทต้องถือปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับนี้กับงบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มใน หรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป หรือถือปฏิบัติก่อนวันที่มีผลบังคับใช้กับงบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มวันที่ 1 มกราคม 2562 เป็นต้นไปได้ (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2561) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้อาจจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินของบริษัทในรอบระยะเวลาบัญชีที่มีผลบังคับใช้ได้ การศึกษาในขั้นต่อไปจึงมีข้อเสนอแนะให้นำปัจจัยนี้มาเป็นตัวแปรหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อไป โดยอาจกำหนดให้เป็นตัวแปรหุ่นสำหรับปีที่มีผลบังคับใช้มาตรฐานดังกล่าว

5.1.2 การศึกษาในครั้งนี้ใช้ตัวอย่างจากหลากหลายอุตสาหกรรม แต่วิธีการนี้อาจไม่ได้อธิบายเจาะจงถึงผลกระทบเฉพาะของแต่ละอุตสาหกรรมอย่างสมบูรณ์ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรพิจารณาอิทธิพลของความเสียด้านสภาพภูมิอากาศที่มีต่อภาคเศรษฐกิจต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาคการท่องเที่ยว ภาคอุตสาหกรรม และภาคเกษตรกรรม ซึ่งอาจแสดงให้เห็นถึงระดับความระมัดระวังทางบัญชีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5.1.3 ในการขยายขอบเขตการศึกษาในอนาคต ควรศึกษารวมไปถึงการแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุด้วยการลดผลกระทบที่จะก่อให้เกิดความเสียด้านสภาพภูมิอากาศ เช่น การพัฒนาและการใช้พลังงานทดแทนในประเทศไทย เพื่อช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากฟอสซิล และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตามการศึกษาของ หอมหวน ตาสาโรจน์ และคณะ(2568) ได้สรุปว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีการพึ่งพาแหล่งพลังงานฟอสซิล เช่น น้ำมันและถ่านหิน ซึ่งส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณสูง และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อสร้างความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ ประเทศไทยควรหันมาใช้พลังงานทดแทน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลม แต่เนื่องจากต้นทุนที่สูงทำให้เกิดข้อจำกัดในการนำมาใช้ ภาครัฐควรเข้ามาช่วยเหลือโดยการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมถึงส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับภูมิประเทศ เพื่อช่วยลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระยะยาว

5.1.4 การศึกษาในอนาคตสามารถนำแบบจำลองนี้ไปพัฒนาในการทดสอบผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากความเสียด้านสภาพภูมิอากาศว่ามีผลอย่างไรต่อการการใช้เครื่องมือทางการเงินในการป้องกันความเสี่ยง เนื่องจากปัจจุบันความเสียด้านสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจสูงมากขึ้น กรรณิการ์ ธรรมพานิชวงศ์ และคณะ (2564, 2566) พบว่าภาคการท่องเที่ยว ภาคอุตสาหกรรม และภาคเกษตรกรรม ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวและทำให้โครงสร้างพื้นฐานบริเวณแหล่งท่องเที่ยวได้รับความเสียหาย กระทั่งต่อกระบวนการผลิต ตลอดจนพื้นที่ที่ใช้เพื่อทำการเกษตร เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สุริยะ หาญพิชัย (2567) พบว่าความผิดปกติของสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติที่มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตทางการเกษตร กระทั่งต่อรายได้ ทำให้เกษตรกรมีรายได้ไม่มั่นคง จนนำไปสู่ปัญหาการชำระคืนหนี้ จากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศดังกล่าวมีหลากหลายงานวิจัยที่ได้เสนอแนวทางแก้ไข เช่น

Attavanich (2017) ได้เสนอการปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จำเป็นต้องใช้เครื่องมือทางการเงินต่าง ๆ มาช่วย เช่น สินเชื่อ เงินอุดหนุนให้เปล่าต่าง ๆ ซึ่งการช่วยเหลือของภาครัฐมักจะมีมุ่งเน้นไปที่การสนับสนุนกิจกรรมหรือโครงการด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทำให้ภาคเกษตรและการท่องเที่ยวไม่ได้รับผลประโยชน์จากจุดนี้มากนัก ไม่ว่าจะความเสียหายที่เกิดจะได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐหรือไม่ก็ตาม การใช้เครื่องมือทางการเงินต่าง ๆ เพื่อรองรับความเสี่ยงเหล่านี้ มีผลโดยตรงต่อมุมมองด้านการเงินของบริษัท เครื่องมือทางการเงินที่สำคัญอีกประการที่บริษัทสามารถนำมาใช้ในการบริหารความเสี่ยง และเรียกได้ว่าเป็นการพึ่งพาตนเองได้โดยไม่ต้องรอภาครัฐคือการประกันภัย การประกันภัยจะช่วยในเรื่องการถ่ายโอนความเสี่ยงไปยังบริษัทประกันหรือผู้รับประกัน ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากขึ้น Swiss Re Institute (2024) ได้แสดงรายงานเกี่ยวกับ ดัชนีความยืดหยุ่นในการประกันภัย (Insurance Resilience Index)¹⁷ ที่เป็นตัววัดช่องว่างของความคุ้มครอง (Protection Gap) ในรายงานพบว่าประเทศจีนมีการทำประกันภัยพืชผลเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสามารถลดภาวะทางการเงินจากความเสียหายต่าง ๆ ช่วยลดความจำเป็นของเกษตรกรในการกู้ยืม ช่วยรักษาเสถียรภาพการผลิตและรายได้ของเกษตรกร และช่วยให้เกษตรกรฟื้นตัวหลังจากประสบภัย อีกทั้งการประกันภัยพืชผลยังช่วยปรับปรุงความมั่นคงทางอาหารทั้งในตลาดภายในประเทศและทั่วโลก ในรายงานยังพบว่าประเทศไทยมีดัชนีความยืดหยุ่นในการประกันภัยพิบัติทางธรรมชาติสูงถึงร้อยละ 12 ซึ่งสูงเป็นลำดับที่ 31 ของโลก และมีช่องว่างในความคุ้มครองสูงถึง 2.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ จึงเห็นได้ว่ารัฐควรให้ความสำคัญในเรื่องของการประกันภัย และทำให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการถ่ายโอนความเสี่ยงด้วยการประกันภัยให้มากขึ้น แม้ว่าการสูญเสียของผู้เอาประกันภัยจากภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เพิ่มขึ้น อาจส่งผลให้ราคาความคุ้มครองประกันภัยสูงขึ้น และถ้ากำลังการผลิตในประเทศลดลงด้วยเนื่องจากภัยธรรมชาติ อาจส่งผลให้ความสามารถในการซื้อประกันภัยแอลง ซึ่งอาจนำไปสู่การขยายช่องว่างการคุ้มครอง แต่ถ้าพิจารณาในแง่ดีคือช่องว่างที่บริษัทประกันภัยสามารถเข้าไปทำธุรกิจรับประกันภัยจากช่องว่างนี้ได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาคการเกษตรภาคการท่องเที่ยว และภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในการถ่ายโอนความเสี่ยงที่เป็นตัวเงินอันเกิดจากสภาพภูมิอากาศสุดขั้ว หรือการหาโอกาสของภาคประกันภัยในประเทศไทย

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีประโยชน์ครอบคลุมทั้งเชิงทฤษฎี (การพัฒนาองค์ความรู้) และเชิงนโยบาย (การนำไปประยุกต์ใช้จริง) โดยช่วยให้ทุกภาคส่วนเข้าใจและจัดการกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถแยกประโยชน์ตามกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์ ดังนี้

5.2.1. ประโยชน์สำหรับนักวิชาการและนักวิจัย (Academic Benefits)

ได้ขยายองค์ความรู้ในสาขาการบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Accounting) และความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศ (Climate Risk) พัฒนาความรู้เชิงทฤษฎีใหม่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศและความระมัดระวังทางบัญชี เข้าใจกลไกการปรับตัวของบริษัทต่อความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศผ่านการบัญชี และมีหลักฐานเชิงประจักษ์สำหรับพัฒนาทฤษฎีต่อไป

5.2.2. ประโยชน์สำหรับนักลงทุนและตลาดทุน (Investment Benefits)

¹⁷ ดัชนีความยืดหยุ่นในการประกันภัย (Insurance Resilience Index) ที่เป็นตัววัดช่องว่างของความคุ้มครอง (Protection Gap) ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ดัชนีความยืดหยุ่นในการประกันภัยพืชผล ดัชนีความยืดหยุ่นในการประกันภัยพิบัติทางธรรมชาติ ดัชนีความยืดหยุ่นในการประกันสุขภาพ และดัชนีความยืดหยุ่นในการประกันชีวิต ซึ่งคำนวณจากความสูญเสียทางเศรษฐกิจลบด้วยความสูญเสียของผู้ประกันตน โดยพิจารณาจากเหตุการณ์จริงในแต่ละปี โดยใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) แต่ละประเทศ ความคุ้มครองประกันภัย ภัยที่เกิด และความเสี่ยงและการระงับตัวของทรัพย์สิน ช่องว่างของความคุ้มครองนี้ชี้ให้เห็นถึงภัยที่เกิดขึ้นมากกว่าความคุ้มครองที่ได้รับจากการประกันภัย

เข้าใจวิธีการประเมินความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศที่จะส่งผลกระทบต่อบริษัท สามารถกำหนดนโยบายการลงทุนที่คำนึงถึงความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศ เข้าใจถึงผลกระทบของความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศต่อคุณภาพการรายงานทางการเงิน พร้อมปรับกลยุทธ์การลงทุนให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่ใช้ประเมินความยั่งยืนขององค์กร (ESG Standard) ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)

5.2.3. ประโยชน์สำหรับผู้บริหารและบริษัท (Corporate Benefits)

ได้แนวทางในการปรับปรุงการควบคุมภายใน (Internal Control) และการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อพัฒนานโยบายการบัญชีที่เหมาะสมกับระดับความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศ และได้ทำความเข้าใจความสำคัญของความระมัดระวังทางบัญชีในการจัดการความเสี่ยง เพื่อปรับกลยุทธ์องค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

5.2.4. ประโยชน์สำหรับหน่วยงานกำกับดูแล (Regulatory Benefits)

เข้าใจผลกระทบของความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศต่อคุณภาพการรายงานทางการเงิน นำไปสู่ข้อมูลสำหรับพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลหรือมาตรฐานการบัญชีและการรายงาน ตระหนักถึงความจำเป็นในการกำกับดูแลการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่สัมพันธ์กับความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศ (Climate-related Financial Disclosure)

5.2.5. ประโยชน์สำหรับสังคมและสิ่งแวดล้อม (Societal Benefits)

เพิ่มความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศ เพื่อสนับสนุนการพัฒนานโยบายสาธารณะและการบริหารจัดการที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างความเข้าใจผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อภาคธุรกิจ

5.2.6. ประโยชน์สำหรับบริษัทประกันภัยในประเทศไทย (Insurance Benefits in Thailand)

สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับช่องว่างของการคุ้มครอง (Protection Gap) และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ตอบสนองความต้องการด้านความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศ ทั้งยังช่วยให้การประเมินความเสี่ยงและกำหนดเบี้ยประกันทำได้แม่นยำขึ้น โดยปรับโมเดลการประเมินความเสี่ยงให้รวมความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศเข้าไปด้วย และยังเป็นการสร้างความเข้าใจพฤติกรรมกรรมการจัดการความเสี่ยงของลูกค้าองค์กรที่ตระหนักถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงินที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศสุดขั้ว

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีสมมติฐานว่าความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีผลกระทบต่อระดับความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยจำนวนทั้งหมด 1,934 ตัวอย่าง จาก 371 บริษัท (รวบรวมข้อมูลเฉพาะบริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วน ระหว่างปี พ.ศ. 2557 ถึงปี 2565) ไม่รวมบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินและกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร เมื่อพิจารณาจากตัวแบบของ Ball and Shivakumar (2005) และทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณกับข้อมูลแบบ Panel Data โดยใช้เทคนิค Fixed Effect ผลการวิจัยพบว่าความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีผลเชิงลบต่อระดับความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทตัวอย่าง โดยความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศที่สูงขึ้นทำให้ระดับความระมัดระวังทางบัญชีลดลงสอดคล้องกับการศึกษาของ Khalifa et al. (2024) ที่ใช้แนวคิดของ Khan and Watts (2009) และข้อมูลจากองค์กร Germanwatch เช่นกัน ที่พบว่าบริษัทที่ดำเนินงานในประเทศที่มีความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะใช้การรายงานทางการเงินที่มีความระมัดระวังทางบัญชีน้อยกว่า เช่นเดียวกับ อนุวัฒน์ ภักดี และศิลปพร ศรีจันเพชร (2565) ที่พบว่าในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 (COVID-19) ที่ใช้แนวคิดของ Ball and Shivakumar (2005) เช่นเดียวกัน ที่พบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่มีความระมัดระวังทางบัญชี และเมื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่าในช่วงวิกฤต COVID-19 ยังส่งผลให้ความระมัดระวังทางบัญชีลดลงอีกด้วย อ้างอิงจากรายงานของ Swiss Re Institute (2021) พบว่า ประเทศไทยมีความเสี่ยงต่อภัยแล้งที่สูงมากเป็นอันดับ 6

และมีขีดความสามารถในการรับมือที่ค่อนข้างต่ำอยู่ในอันดับที่ 39 จาก 48 ประเทศ ซึ่งคาดว่าจะกระทบมากที่สุดในการท่องเที่ยว อันเนื่องมาจาก ความเครียดจากความร้อน น้ำท่วม อาจส่งผลให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจการท่องเที่ยว และ ภาคการเกษตรซึ่งเป็นภาคที่ได้รับผลกระทบจากความแปรปรวนของอากาศโดยตรง ผลกระทบที่เกิดกับภาคส่วนต่างๆของประเทศไทย ประเด็นปัญหาที่สำคัญคือการที่บริษัทไม่สามารถระบุ ประเมิน และเปิดเผยความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศได้ จนท้ายที่สุดแล้วอาจนำไปสู่ปัญหาทั้งในด้านหนี้สินและกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงเกิดเป็นความท้าทายของบริษัทในการที่ต้องตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้ได้ และขยายขีดจำกัดที่บริษัทจะสามารถดำเนินงานภายใต้ความเสี่ยงเหล่านี้ แม้ในปัจจุบันเป็นการยากที่หน่วยงานภาครัฐจะระบุได้ว่าภาคส่วนใดที่มีความอ่อนไหวต่อความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศบ้าง และยากที่จะระบุแหล่งที่มาของความเสี่ยง รวมถึงจำแนกผลกระทบโดยรวมของสถานการณ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่มีอยู่ เช่น การขาดข้อมูล การปล่อยก๊าซในเชิงลึก การขาดข้อมูลเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจกระทบต่อเศรษฐกิจ และการขาดข้อมูลที่รายงานที่สอดคล้องกันและเปรียบเทียบได้ เป็นต้น ดังนั้นการศึกษาถึงความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่ลึกกลงไปจึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยกระตุ้นให้หน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานกำหนดมาตรฐาน กำหนดให้ต้องเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้ยกระดับขึ้นกว่าที่เคย และรวมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศไว้ในระบบการจัดการความเสี่ยงขององค์กร แม้ว่ามาตรฐานการรายงานทางการเงินไม่ได้กล่าวถึงเรื่องความเสี่ยงและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศโดยตรงก็ตาม แต่เนื่องด้วยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงนั้นมีพบว่ามีสาระสำคัญต่องบการเงิน ดังนั้นการทราบถึงข้อมูลที่ชัดเจน คำนึงถึงสาระสำคัญ ข้อสมมติที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมพร้อมจัดการกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจบนความเสี่ยงที่เกิดขึ้น จึงเป็นสิ่งสำคัญในการบรรเทาผลกระทบที่เป็นอันตรายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและส่งสัญญาณให้ภาคส่วนต่างๆได้ปรับตัว เพื่อนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ ธรรมพานิชวงศ์, และสวิสา พงษ์เพชร. (2566). *การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ*. Puey Ungphakorn Institute for Economic Research. ค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.pier.or.th/abridged/2023/12/>
- กรรณิการ์ ธรรมพานิชวงศ์, วิษณุ อรรถวานิช, บัณฑิต ลิ้มมีโชคชัย และอัศมน ลิ้มสกุล. (2564). *การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในบริบทของไทย*. (aBRIDGEd No. 15/2021). Puey Ungphakorn Institute for Economic Research. ค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.pier.or.th/abridged/2021/15/>
- เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และเกียรตินิยม คุณติสุข. (2552). *การอนุรักษ์ทางบัญชี/การอนุรักษ์นิยมทางบัญชีและการควบคุมลักษณะของผู้ถือหลักทรัพย์: หลักฐานเชิงประจักษ์จากประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์พหุวิทยาการและบริหารบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และอนุวัฒน์ ภักดี. (2561). *คุณลักษณะของคณะกรรมการ ความระมัดระวังทางบัญชีและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 14(43), 27-47.
- คณะทำงานจัดทำรายงานสุขภาพคนไทย. (2566). *โลก “ร้อน” ขนาดไหน*. รายงานสุขภาพคนไทย, สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2567, จาก https://www.thaihealthreport.com/th/articles_detail.php?id=159
- จวีร์วรรณ จันทร์คง, เกศสุดา สิริธินันตีกุล, นิโรจน์ สีนธรงค์, และ กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล. (2562). *ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อผลผลิตปาล์มน้ำมันในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย*. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย*, 11(1), 54-66.

- ชาธิกา ชาญนนท์พิพัฒน์ และคณะ. (2566). *เตรียมธุรกิจไทย...ให้พร้อมสู่ยุคคาร์บอนต่ำด้วยข้อมูลก๊าซเรือนกระจก และการสนับสนุนทางการเงิน*, ทีดีอาร์ไอชวนอ่าน. TDRI_ Thailand Development Research Institute. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2567, จาก <https://tdri.or.th/2023/12/preparing-private-sector-for-low-carbon-economy/>
- เดชอนันต์ บังกิล. (2548). *ความระมัดระวังของกำไรทางบัญชี กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนที่ไม่ใช่กลุ่มบริษัททางการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์พาณิชยศาสตร์และการบัญชี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทรงศักดิ์ ภูสี่ออน. (2561). การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. มหาสารคาม : ตักสิลาการพิมพ์.
- ธัญพร กริชติทายาวุธ. (2564). การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกับบทบาทและการปรับตัวของภาคธุรกิจไทย. *วิเทศปริทัศน์, ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ (ISC)*, 10/2564, พฤศจิกายน.
- ประสาท มีแต่้ม. (2564). *ประเทศไทยถูกจัดให้มี "ความเสี่ยงด้านภูมิอากาศ" สูงเป็นอันดับ 9 ของโลก!*. ThaiPublica. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2567, จาก <https://thaipublica.org/2021/04/complex-world-prasart01/>
- พีพีทีวีออนไลน์ (PPTV Online). (2564). *ย้อนเหตุ "มหาอุทกภัยปี 54" ทำจมนบาดาล 65 จังหวัด ศก. เสียหาย ถึง 1.44 ล้านล้านบาท*. ค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1/157458>
- รัชนิยา บังเมฆ. (2562). *ความระมัดระวังทางการบัญชีและการรักษาผลประโยชน์: การเปลี่ยนแปลงประธานเจ้าหน้าที่บริหารและบริษัทครอบครัว*. รายงานผลการวิจัย. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศักดิ์ดา ศิริภทรโสภณ. (2567). การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศความท้าทายและโอกาสของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 29(2), 196-217.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2561). *คำชี้แจง เรื่อง การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน กลุ่มเครื่องมือทางการเงินมาถือปฏิบัติก่อนวันที่มีผลบังคับใช้ (Early adoption)*. ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2567, จาก <https://acpro-std.tfac.or.th/uploads/files/nEsZVdKJXf.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2564). *ก.ล.ต. ร่วมเป็นผู้สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD supporter)*. ค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://www.sec.or.th/TH/Pages/News_Detail.aspx?SECID=8745
- สมิตรา ตั้งสมวรพงษ์. (2564). *SET CEO SURVEY: CEO's Perspectives on the COVID-19 Crisis*. SET Note. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2567, จาก https://classic.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1625636948117.pdf
- สุริยะ หาญพิชัย. (2567). *แนวความคิดการจัดการหนี้สินครัวเรือนเกษตรกรภายใต้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ. วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน*. 2(3), 631-645. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2568, จาก <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd/article/view/1127>
- หอมหวน ตาสาโรจน์, ธาณินทร์ รัชโพธิ์, และสมสุข ไตรศุกิตติ. (2568). *ศักยภาพและความท้าทายในการประยุกต์ใช้พลังงานทดแทนในประเทศไทย. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*. 5(1), 1-11. ค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2568, จาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/STJS/article/view/265539>

- อนุวัฒน์ ภัคดี และศิลปพร ศรีจันเพชร. (2565). ความระมัดระวังทางบัญชีและการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย ภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 11(2), 160-181.
- อภิรักษ์ พิชโรภาสวัฒนกุล, ชนิษฐา เสถียรพีระกุล, เกศสุดา สิทธิสันติกุล, และนิโรจน์ สิ้นณรงค์. (2560). ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อผลผลิตมันสำปะหลังในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *Veridian E-Journal, Silpakorn University, ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(3), 2528-2540.
- อาทิตยา เดชสุขุม, มนทิพย์ ตั้งเอกจิต, และสุวรรณา เลาหะวิสุทธิ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 39(2), 159-186.
- Adil, L., Eckstein, D., Kuenzel, V., Schaefer, L. (2025). *Climate Risk Index 2025 – Who suffers most from extreme weather events ?*. Retrieved February 13, 2025, from <http://www.germanwatch.org/en/93013>
- Attavanich, W. (2017). *Effect of Climate Change on Thailand's Agriculture: New Results*. Research Paper. Department of Economics, Kasetsart University. Retrieved September 24, 2024, from <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/118290/1/Attavanich%20%282017%29.pdf>
- Ball, R., & Shivakumar, L. (2005). Earnings quality in UK private firms: Comparative loss recognition timeliness. *Journal of Accounting and Economics*, 39(1), 83-128.
- Basu, S. (1997). The conservatism principle and the asymmetric timeliness of earnings. *Journal of Accounting and Economics*, 24(1), 3-37.
- Beaver, W., & Ryan, R. (2005). Conditional and unconditional conservatism: concepts and modeling. *Review of Accounting Studies*, 10, 269–309.
- Ding, R., Mingzhi L., Tingting W., & Zhenyu W. (2021). The impact of climate risk on earnings management: International evidence. *Journal of Accounting and Public Policy*, 40, 106818
- Eckstein, D., Künzel, V., & Schäfer, L. (2021). *Global Climate Risk Index 2021. Who Suffers Most from Extreme Weather Events, 2000-2019?*. German Watch. Retrieved July 20, 2024, from https://www.germanwatch.org/sites/default/files/Global%20Climate%20Risk%20Index%202021_2.pdf
- Gassebner, M., Keck, A., & Teh, R. (2010). Shaken, not stirred: The impact of disasters on international trade. *Review of International Economics*, 18(2), 351–368.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). Prentice Hall.
- Huang, H. H., Kerstein, J., & Wang, C. (2018). The impact of climate risk on firm performance and financing choices: An international comparison. *Journal of International Business Studies*, 49(5), 633–656.
- Jirophat, C., Manopimoke, P., & Suwanik, S. (2022). *The Macroeconomic Effects of Climate Shocks in Thailand*. Discussion Paper. No. 188. Puey Ungphakorn Institute for Economic Research. Retrieved September 18, 2024, from https://www.pier.or.th/files/dp/pier_dp_188.pdf

- Khalifa, M., Zouaoui, H., Ben Othman, H. & Hussainey, K. (2024). The impact of climate risk on accounting conservatism: evidence from developing countries. *Journal of Applied Accounting Research*, 25(3), 570-593. Retrieved May 17, 2024, from <https://doi.org/10.1108/JAAR-01-2023-0028>
- Khan, M., & Watts, R. L. (2009). Estimation and empirical properties of a firm-year measure of accounting conservatism. *Journal of Accounting and Economics*, 48(2-3), 132-150.
- KPMG International. (2021). *KPMG 2021 CEO Outlook Pulse Survey*. Retrieved February 5, 2025, <https://kpmg.com/dp/en/home/insights/2021/04/ceo-outlook-pulse.html>
- Nordhaus, W. (1977a). Economic Growth and Climate: The Carbon Dioxide Problem. *The American Economic Review*, 67(1), 341-346. Retrieved June 13, 2024, from <https://www.jstor.org/stable/i331493>
- Nordhaus, W. (1977b). Projections and Uncertainties about Climate Change in an Era of Minimal Climate Policies. *American Economic Journal: Economic Policy* 2018, 10(3): 333-360. Retrieved June 13, 2024, from <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/pol.20170046>
- Swiss Re Institute. (2021). *Economics of climate change: no action not an option*. Retrieved August 7, 2024, from <https://www.swissre.com/dam/jcr:e73ee7c3-7f83-4c17-a2b8-8ef23a8d3312/swiss-re-institute-expertise-publication-economics-of-climate-change.pdf>
- Swiss Re Institute. (2024). *Sigma: Resilience Index 2024: encouraging resilience gains, but more is needed*. Retrieved August 7, 2024, from <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/natural-catastrophe-insurance-global-resilience-index-2024.html>
- Watts, R. L. (2003). Conservatism in accounting part I: Explanations and implications. *Accounting Horizons*, 17(3), 207-221.
- Yang, Y. J., Kweh, Q. L., & Lin, R. C. (2014). Earnings Quality of Taiwanese Group Firms. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 21(2), 134-156. Retrieved May 20, 2024, from <https://doi.org/10.1080/16081625.2013.871771>

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Causal factors affecting employee performance in businesses Surat Thani Province

ธนายุ ภูวิททยาธร^{1,*}

Tanayu Puwitthayathorn^{1,*}

Received : 9 June 2025 Revised : 5 October 2025 Accepted : 6 October 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลจากพนักงาน 364 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนตามประเภทธุรกิจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง พบว่า การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร ความผูกพันองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของพนักงาน แต่การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ส่วนการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อม พบว่า การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงานผ่านความผูกพันองค์กร ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความผูกพันองค์กรเป็นตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างการปฏิบัติ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ กับประสิทธิภาพของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น สถานประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีควรเน้นพัฒนา และปรับใช้กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งเสริมความผูกพันองค์กร เช่น การพัฒนาบุคลากรที่เหมาะสม ระบบค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในที่สุด

คำสำคัญ : การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ความผูกพันองค์กร ประสิทธิภาพของพนักงาน

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

¹ Assistant Professor, Faculty of Management Sciences Rajabhat Surattani University

* Corresponding author email : tanayumsc@gmail.com

Abstract

The purposes of this research were to study Causal factors affecting employee performance in businesses Surat Thani Province. The sample group of this study were 364 samples using a proportional stratified sampling by business type. The data were collected by questionnaires and analyzed by using Structure Equation Modeling .

The study results found that Causal factors affecting employee performance in businesses Surat Thani Province, as analyzed through direct effects, showed that: strategic human resources management practices had a positive direct effect on organizational commitment, organizational commitment had a positive direct effect on employee performance But strategic human resources management practices not had a positive direct effect on employee performance and the indirect effects analysis, it was found that strategic human resources management practices was positive indirectly by employee performance through the mediation variable organizational commitment at statistical significance level of 0.01. This research finding can be applied by recognizing organizational commitment as a crucial mediating variable linking strategic human resource management practices to employee performance. Therefore, enterprises in Surat Thani province should focus on developing and implementing HR strategies that foster organizational commitment, such as appropriate employee development, fair compensation systems, and creating a positive work environment, which will ultimately lead to increased employee performance.

Keywords : Strategic Human Resources Management Practices, Organizational Commitment, Employee Performance

1. บทนำ

การแข่งขันระหว่างองค์กรต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ นวัตกรรมของระบบสารสนเทศ ตลอดจน ด้านอื่น ๆ อีกมากมาย หลายองค์กรต้องการเพิ่มการแข่งขันระหว่างกันด้วยการลดต้นทุน การเพิ่มรายได้เพิ่ม ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการทำงานของพนักงาน (Al-Khaled and Fenn, 2020) การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้เพื่อจัดการ ทักษะ ความสามารถและความรู้ของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงาน และลดการหมุนเวียนของพนักงานจะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ การดำเนินงานและประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่องค์กรคาดหวังไว้ (Hamadamin and Atan, 2019) โดยที่การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์มีความสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพของพนักงาน โดยองค์กรจะใช้กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เช่น การสรรหาและการคัดเลือก การฝึกอบรมและการพัฒนา การจัดการผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ซึ่งกิจกรรมด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีผลกระทบอย่างมากต่อประสิทธิภาพของพนักงาน อีกทั้งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และองค์กร (Marhil et al., 2022) นอกจากนี้ Zidan and Palupi (2023) ได้อธิบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์เป็นการดำเนินกลยุทธ์ภายในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

รวมถึง Kareem and Hussein (2019) ได้อธิบายถึงกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร ผลงานของพนักงาน และความผูกพันองค์กรของพนักงาน โดยที่ Hamadamin and Atan (2019) ; Arbab (2023) ได้ค้นพบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ จะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร และช่วยยกระดับการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยทำให้พนักงานพัฒนาความรู้ที่จำเป็นสำหรับคู่แข่งในการเลียนแบบ หนึ่งในการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของพนักงานซึ่งจะทำให้พวกเขามองว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จะเพิ่มขวัญกำลังใจของพนักงาน และพนักงานจะมีความมุ่งมั่นต่อองค์กร มากขึ้น มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการปรับปรุงงาน และมีความรับผิดชอบในการทำงาน (Pahotan et al., 2023) อีกทั้งยังทุ่มเทเพื่อให้บริการลูกค้าขององค์กร นอกจากนี้การศึกษาของ Pratama et al., (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานโดยตรง และความผูกพันองค์กรนี้ยังทำหน้าที่เชื่อมโยงแนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคลเข้ากับผลลัพธ์ที่ประสบความสำเร็จขององค์กรจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเดือนสิงหาคม 2566 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีเดือนสิงหาคม 2565 ทั้งในด้านอุปทานและอุปสงค์โดยด้านอุปสงค์ขยายตัวจากดัชนีการบริโภคภาคเอกชน การใช้จ่ายภาครัฐ และการลงทุนภาคเอกชน (สำนักงานคลังจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2566) รวมถึงการจ้างงานเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของธุรกิจในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยที่สถานภาพของการทำงานแล้วนั้น พบว่า ผู้มีงานทำส่วนใหญ่ เป็นลูกจ้างเอกชน ร้อยละ 38.17 (สำนักงานแรงงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2566) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมาก

จากสาเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความปรารถนาที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี” เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุใดที่จะส่งผล และส่งผลอย่างไรต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดใกล้เคียง สามารถนำข้อค้นพบไปพัฒนาองค์กร รวมถึงเป็นฐานข้อมูลแก่นักวิชาการสำหรับการนำองค์ความรู้ไปต่อยอด

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสมมุติฐานของการวิจัย

2.1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกกับความผูกพันองค์กร

ผลการวิจัยของ Hamadamin and Atan (2019) and Arbab (2023) พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์จะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Rehman et al., (2020) ได้ศึกษา พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความมุ่งมั่นของพนักงานต่อองค์กร โดยที่กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นแนวทางที่กำหนดว่าเป้าหมายขององค์กรจะประสบความสำเร็จได้อย่างไรผ่านคนโดยใช้กลยุทธ์ และนโยบายด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์แบบบูรณาการ และเชื่อมโยงการปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคล ที่ช่วยให้องค์กรบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันในการแข่งขันอย่างยั่งยืนผ่านผู้บุคลากรในองค์กร (Kumah, 2022) ทั้งนี้ Jala and Bation, (2023) พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์พนักงานในบริษัทประกันภัยชั้นนำในเมืองคากายันเดโอโร ประเทศฟิลิปปินส์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับ ความผูกพันองค์กรของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งเสริมความผูกพันองค์กรของพนักงาน และส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาวจากทฤษฎีข้างต้นสามารถสันนิษฐานได้ว่า :

H1 : การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกกับความผูกพันองค์กรของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.2 ความผูกพันองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน

ความผูกพันองค์กรเป็นสิ่งสำคัญมากในการสนับสนุนการปฏิบัติงานในสัญญาจ้างงานฉบับแรก เมื่อเข้าสู่โลกแห่งการทำงาน และเป็นระดับความปรารถนาของพนักงานที่จะทำงานในองค์กรต่อไป ด้วยการมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้นมีประสิทธิผล และมีการปกป้องและส่งเสริมผลประโยชน์ขององค์กร (Korda and Rachmawati.,2022) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร จากความผูกพันองค์กรดังกล่าว สถานประกอบการประเมินได้ว่าพนักงานแต่ละคนต้องการความก้าวหน้าขององค์กรมากน้อยเพียงใดและบรรลุทุกเป้าหมายที่องค์กรต้องการ (Jufrizen et al., 2021) จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นความผูกพันองค์กรสามารถอธิบายถึงประสิทธิภาพของพนักงาน ซึ่งมีนักวิชาการได้สรุปผลการวิจัย พบว่าความผูกพันองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Adhan et al., 2020 ; Jufrizen et al., 2021 and Labetubun and Dewi, 2022) เพราะมีความสุข และมีแรงบันดาลใจพนักงานมีแนวโน้มที่จะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น (Eliyana and Ma'arif, 2019) จากทฤษฎีข้างต้นสามารถสันนิษฐานได้ว่า:

H2 : ความผูกพันองค์กรส่งผลเชิงบวกกับประสิทธิภาพงานของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.3 การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกกับประสิทธิภาพของพนักงาน

ผลการวิจัยของ Marhil et al., (2022) พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.335 กล่าวได้ว่ากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลมีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพของพนักงาน โดยที่การรับสมัครและการคัดเลือก การฝึกอบรมและการพัฒนา การปฏิบัติงาน การบริหารจัดการ และค่าตอบแทนและผลประโยชน์ต่าง ๆ แนวทางปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคลที่จำเป็นทั้งหมดที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของพนักงาน สอดคล้องกับ Zidan and Palupi.(2023) ที่ได้อธิบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์เป็นการดำเนินกลยุทธ์ภายในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึง Kareem and Hussein (2019) and Azzukhruf et al., (2019) ได้อธิบายถึงกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร และผลงานของพนักงาน โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน จากทฤษฎีข้างต้นสามารถสันนิษฐานได้ว่า :

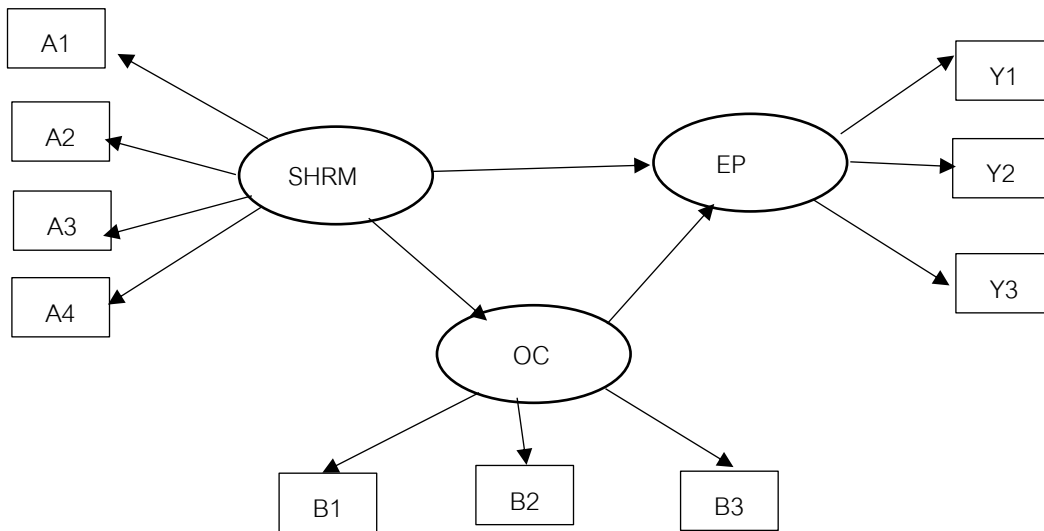
H3 : การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกกับประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.4 การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงานผ่านความผูกพันองค์กร

การศึกษาของ Pratama et al., (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานโดยตรง และความผูกพันองค์กรนี้ยังทำหน้าที่เชื่อมโยงแนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคลเข้ากับผลลัพธ์ที่ประสบความสำเร็จขององค์กร การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพในการสรรหา การฝึกอบรม และการชดเชย ช่วยเพิ่มเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ การฝึกอบรมและการสนับสนุนจากผู้นำ

ยังช่วยเสริมสร้างความผูกพันองค์กรของพนักงาน ขณะเดียวกันแนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคลเชิงบวกยังนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของความผูกพันองค์กร การศึกษาของ Labetubun and Dewi (2022) ได้นำเสนอหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นว่าความผูกพันองค์กรทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อกลางที่สำคัญ โดยจากการตรวจสอบ Variance Accounted For (VAF) พบว่าความผูกพันองค์กรมีบทบาทคิดเป็น 45.2% ของผลกระทบจากแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ต่อประสิทธิภาพของพนักงาน และ 43.8% ของผลกระทบจากจิตวิญญาณในสถานที่ทำงานต่อผลการดำเนินงานของพนักงาน จากทฤษฎีข้างต้นสามารถสันนิษฐานได้ว่า :

H4 : การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงานผ่านความผูกพันองค์กรของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

หมายเหตุ

SHRM = Strategic Human Resource Management Practices

A1 = ด้านการสรรหาและคัดเลือก

A2 = การฝึกอบรมและการพัฒนา

A3 = ค่าตอบแทนและสวัสดิการ

A3 = การประเมินผลการปฏิบัติงาน

OC = Organizational Commitment

B1 : ความผูกพันองค์กรด้านความรู้สึก

B2 : ความผูกพันองค์กรด้านบรรทัดฐาน

B3 : ความผูกพันองค์กรด้านความต่อเนื่อง

EP = Employee Performance

Y1 = ด้านคุณภาพงาน

Y2 = ด้านปริมาณงาน

Y3 = ด้านเวลา

สมมุติฐานการวิจัย

H1 : การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกกับความผูกพันองค์กรของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H2 : ความผูกพันองค์กรส่งผลเชิงบวกกับประสิทธิภาพงานของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H3 : การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกกับประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

H4 : การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงานผ่านความผูกพันองค์กรของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานในสถานประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 100 คน ขึ้นไป (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2566) จำนวน 6,820 คน โดยตารางขนาดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่าง Krejcie & Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 364 คน ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้การวิเคราะห์ซึ่งมีตัวแปรพหุ คือ จำนวน 10-20 เท่า ของตัวแปรสังเกตได้ Nunnally (1967) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 20 ตัวแปร ซึ่งเป็นด้านที่มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้มากที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 เท่าของตัวแปร จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ อย่างน้อยจำนวน 200 แต่ผู้วิจัยเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 364 คน จึงมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์ที่อยู่ในระดับดี (Comrey & Lee, 1992) โดยใช้วิธีการการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนตามประเภทธุรกิจ 9 ประเภท ได้แก่ การผลิต การก่อสร้าง การขายส่งและการขายปลีก การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์

3.2 เครื่องมือการวิจัย

โดยมีรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม ให้เลือกตอบข้อความความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์จำนวน 8 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นการวัดความคิดเห็น 5 ตัวเลือก

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ให้เลือกตอบข้อความความเห็นเกี่ยวกับด้านความผูกพันองค์กรจำนวน 6 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นการวัดความคิดเห็น 5 ตัวเลือก

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม ให้เลือกตอบข้อความความเห็นเกี่ยวกับด้านประสิทธิภาพของพนักงาน จำนวน 6 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นการวัดความคิดเห็น 5 ตัวเลือก

3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

1. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมและความถูกต้องของเนื้อหาและสำนวนภาษาแล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีค่า IOC เท่ากับ 1.00

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) คำนวณด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient of alpha) ซึ่งมีตัวแปรการปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.882 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.337-0.800 ตัวแปรความผูกพันองค์กรมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.871 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.433 – 0.858 และตัวแปรประสิทธิภาพของพนักงานมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.853 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.514- 0.719 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่า 0.7 สามารถนำมาใช้เก็บข้อมูลตัวอย่างได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานสถานประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM)

4. ผลลัพธ์การวิจัย และการอภิปรายผล

4.1 ผลการวิจัย

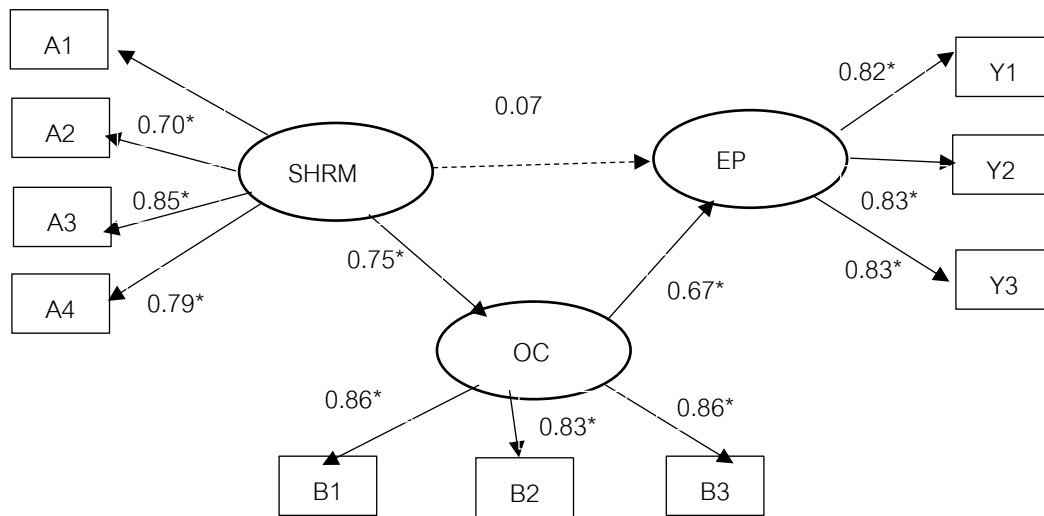
ผลการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการศึกษา พบว่า ค่าดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือ ที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square: χ^2) = 33.412 ไม่มีนัยสำคัญ (Insignificant) p-value = 0.121 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square) = 1.336 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) = 0.982 ค่าดัชนีวัดความ สอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (TLI) = 0.993 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเกณฑ์ (NFI) = 0.985 ค่าดัชนีที่ปรับปรุงมาจากดัชนี NFI (CFI) = 0.996 ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.030 ค่าดัชนีรากที่สองเฉลี่ยของเศษเหลือ (RMR) = 0.013 แสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตาราง 1 เกณฑ์การพิจารณาเกี่ยวกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าดัชนี และผลบ่งชี้โมเดลสมการการโครงการแบบจำลอง

การประเมินความสอดคล้องของโมเดล	เกณฑ์	ข้อมูลเชิงประจักษ์	
		ค่าดัชนี	ผลบ่งชี้
Chi-square: χ^2	Insignificant	33.412	สอดคล้องดี
p-value	≥ 0.05	0.121	ผ่านเกณฑ์
Relative Chi-Square	< 2.00	1.336	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.95	0.982	ผ่านเกณฑ์
TLI	> 0.95	0.993	ผ่านเกณฑ์
NFI	> 0.95	0.985	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.996	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.030	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	0.013	ผ่านเกณฑ์

ที่มา : Diamantopoulos and Siguaw (2000)



รูปภาพประกอบ 2 โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานีหลังปรับโมเดล

ตาราง 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	เส้นทาง	Estimate (β)	S.E.	C.R.	p-value	ผลการทดสอบ
H1	SHRM \rightarrow OC	0.75**	06	14.47	<.01	สนับสนุน
H2	OC \rightarrow EP	0.67**	.07	7.82	<.01	สนับสนุน
H3	SHRM \rightarrow EP	0.07	.07	0.85	0.34	ไม่สนับสนุน

หมายเหตุ ** p < .01

SHRM = Strategic Human Resource Management Practices

A1 = ด้านการสรรหาและคัดเลือก

A2 = การฝึกอบรมและการพัฒนา

A3 = ค่าตอบแทนและสวัสดิการ

A3 = การประเมินผลการปฏิบัติงาน

OC = Organizational Commitment

B1 : ความผูกพันองค์กรด้านความรู้สึก

B2 : ความผูกพันองค์กรด้านบรรทัดฐาน

B3 : ความผูกพันองค์กรด้านความต่อเนื่อง

EP = Employee Performance

Y1 = ด้านคุณภาพงาน

Y2 = ด้านปริมาณงาน

Y3 = ด้านเวลา

Estimate (β) = Standardized Regression Weight

S.E. = Standard Error

C.R. = Critical Ratio (t-value)

จากตารางที่ 2 พบว่า การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.75, p < .01$) จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 นอกจากนี้ความผูกพันขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.67, p < .01$) จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 และการปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.07, p > .05$) จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรเหตุ	ตัวแปรผล					
	ความผูกพันองค์กร			ประสิทธิภาพของพนักงาน		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ความผูกพันองค์กร	-	-	-	0.67**	-	0.67**
การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	0.75**	-	0.75**	0.07	0.50**	0.57**

หมายเหตุ ** $p < .01$

จากตาราง 3 พบว่า อิทธิพลทางตรง และทางอ้อมที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในสถานประกอบการ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางตรงต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในสถานประกอบการ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เท่ากับ 0.75 ($\beta = 0.75, p < .001$) โดยความผูกพันองค์กรในโมเดล สามารถอธิบายความแปรปรวน การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ได้ร้อยละ 55.7 ($R^2 = 0.557$) ส่วนการปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงานผ่านความผูกพันองค์กรเท่ากับ 0.57 โดยที่การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางตรงต่อประสิทธิภาพของพนักงานเท่ากับ 0.07 การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงานเท่ากับ 0.50 ดังนั้น ประสิทธิภาพของพนักงาน ในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของ การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ และความผูกพันองค์กร ได้ร้อยละ 52.10 ($R^2 = 0.521$) การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผ่านความผูกพันองค์กร จึงสนับสนุน สมมติฐานที่ 4

การอภิปรายผลการวิจัย

1. การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในสถานประกอบการ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ การที่องค์กรนำแนวทางการปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ประกอบด้านการสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและการพัฒนา ค่าตอบแทนและสวัสดิการ และการประเมินผลการปฏิบัติงานมาใช้อย่างสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรสามารถช่วยเพิ่มระดับความผูกพันองค์กรของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งนี้เกิดขึ้นเนื่องจากพนักงานรู้สึกว่าคุณค่า และเป็นส่วนหนึ่ง

ขององค์กร ซึ่งนำไปสู่ความผูกพันขององค์กรทางอารมณ์และความทุ่มเทขององค์กรมากขึ้น สอดคล้องกับหลักการที่ระบุไว้ใน ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ซึ่งระบุว่าหลักการของทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อพลวัตของแรงจูงใจของพนักงานในด้านการปฏิบัติการบริหารด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเน้นการประเมินผลรางวัลควบคู่ไปกับต้นทุนของการแลกเปลี่ยนเชิงบวกที่คนนั้นส่งเสริมความพึงพอใจ และความมุ่งมั่นของพนักงานที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดแรงจูงใจที่เพิ่มขึ้นและผลลัพธ์ขององค์กรที่เหนือกว่าผ่านการโต้ตอบซึ่งกันและกันระหว่างพนักงาน (Yamao, 2024) นอกจากนี้ Jala and Bation (2023) พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์พนักงานในบริษัทประกันภัยชั้นนำในเมืองคาทาคันเดโอโร ประเทศฟิลิปปินส์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความผูกพันขององค์กรของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งเสริมความผูกพันขององค์กรของพนักงานและส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว

2. ความผูกพันขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อของประสิทธิภาพของพนักงานในสถานประกอบการ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ พนักงานที่มีความผูกพันขององค์กรสูงมักจะแสดงถึงความมุ่งมั่น และความทุ่มเทในการทำงาน ซึ่งส่งผลให้มีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น รวมถึงมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมายขององค์กรมากขึ้น ความผูกพันขององค์กรนี้ทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจภายในที่ช่วยกระตุ้นให้พนักงานทำงานอย่างเต็มศักยภาพ สอดคล้องกับ Pahotan et al. (2023) ได้ศึกษา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันขององค์กร และประสิทธิภาพของพนักงาน มีความใกล้ชิดกันมากเพราะว่าความผูกพันขององค์กร สามารถมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ ความภาคภูมิใจ และประสิทธิภาพของพนักงาน โดยที่พนักงานที่มีความผูกพันขององค์กรในระดับสูงมักจะมีความมุ่งมั่น มีความภาคภูมิใจ และทุ่มเทเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร พนักงานกลุ่มดังกล่าวจะมีแนวโน้มที่มีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการปรับปรุงงาน และมีความรับผิดชอบในการทำงาน

3. การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของพนักงาน แม้ว่า การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์จะมีบทบาทสำคัญในการสร้างความผูกพันขององค์กร แต่ประสิทธิภาพของพนักงานอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ทักษะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมการทำงาน หรือการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา มากกว่าที่จะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากการปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์เพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับการศึกษาของ Alsafadi and Altahat (2021) พบว่า แนวทางปฏิบัติในการจัดการทรัพยากรมนุษย์พนักงานธนาคารของประเทศจอร์แดนในการเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานผ่านความพึงพอใจ และการมีส่วนร่วมในงาน ในขณะที่เดียวกันยังเรียกร้องให้มีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อขยายความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์เหล่านี้ในบริบทต่าง ๆ สอดคล้องกับ Marhil et al. (2022) พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ของ บริษัท Waha Oil & Gas ในประเทศลิเบียมีผลกระทบต่ออย่างมากเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และความพึงพอใจในการทำงานบทบาทใกล้เคียงที่สำคัญในความสัมพันธ์นี้ สรรหา บุคลากร และการคัดเลือก การฝึกอบรม และการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการและค่าตอบแทน และผลประโยชน์ คือ การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ทั้งหมดส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน โดยส่งผลผ่านความพึงพอใจในงาน

4. การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ผ่านความผูกพันขององค์กรของพนักงานในสถานประกอบการจังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อองค์กรมีการปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ดี ด้านการสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรม และการพัฒนา ค่าตอบแทนและสวัสดิการ และการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะความผูกพันขององค์กรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีความตั้งใจ ทุ่มเท และมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร นำไปสู่ประสิทธิภาพการ

ทำงานที่สูงขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Al-Aali (2021) พบว่า ความผูกพันองค์กรของพนักงานทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง ในความสัมพันธ์ระหว่างแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการทำงาน เมื่อแนวทางการจัดการทรัพยากร มนุษย์และความผูกพันองค์กรมีความแข็งแกร่งมากขึ้น พนักงานก็มีแนวโน้มที่จะทำงานได้ดีขึ้น เช่นกัน ข้อมูลนี้สามารถ ช่วยให้องค์กรโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ในบาหลีสามารถมุ่งเน้นในการปรับปรุงด้านเหล่านี้เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพพนักงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต และประโยชน์ของงานวิจัย

1. ผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีควรให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์บุคคลที่ สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร และที่เน้นการเพิ่มความผูกพันองค์กรเป็นนโยบายองค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการ ทำงานของพนักงานโดยผู้ประกอบการควรปฏิบัติการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่จะทำให้พนักงานมีความผูกพันองค์กรอัน ที่จะทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การจัดทำจัดให้มีสิ่งจูงใจและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินเพื่อรักษา ประสิทธิภาพของพนักงาน และมีการจัดการให้มีสิ่งจูงใจที่ไม่เป็นตัวเงินเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้พนักงาน โดยผู้ประกอบการเริ่มจากการวิเคราะห์ความต้องการและบริบทขององค์กร โดยการวิเคราะห์บริบทองค์กร และการ ประเมินความต้องการของพนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการออกแบบโครงสร้างค่าตอบแทน และระบบสวัสดิการ ทั้งรูปแบบที่เป็นตัวเงิน และไม่ใช่ตัวเงินที่เหมาะสม และแข่งขันได้ อีกทั้งควรจัดทำแบบแผนการสื่อสารให้พนักงานทราบ และเข้าใจประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับ และความสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรอย่างไร นอกจากนี้ต้องมีการประเมิน และติดตามผล เช่นการวัดอัตราการลาออก ระดับความผูกพันองค์กรของพนักงาน และผลทำงานของพนักงาน เป็นต้น แล้วนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

2. ผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีควรให้ความสำคัญกับความผูกพันองค์กรของพนักงาน ซึ่งจะส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน โดยผู้ประกอบการต้องมีการสำรวจความผูกพันองค์กรของพนักงานแล้วนำผลการสำรวจ จัดทำแผนพัฒนาความผูกพันองค์กรประจำปีที่รับการอนุมัติจากผู้บริหาร และควรสื่อสาร และให้พนักงาน มีส่วนร่วม เมื่อสิ้นสุดแผนดังกล่าว ต้องสำรวจความผูกพันองค์กรของพนักงาน แล้วนำผลมาเปรียบเทียบ เพื่อจะทราบถึงระดับความ ผูกพันองค์กรของพนักงานมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรหลังจากดำเนินการตามแผนประจำปี แล้วนำผลการเปรียบเทียบใช้ ในการพัฒนาแผนของปีถัดไป ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญขององค์กรควรทำเป็นประจำ และอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการพัฒนาหลักการ ของวงจรคุณภาพ (PDCA) เพื่อให้เกิดผลผลิตและบริการที่มีคุณภาพขึ้น

3. ผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีควรมีการเพาะปลูกความคิดริเริ่มการพัฒนาความเป็นผู้นำที่ส่งเสริม ความทุ่มเทของผู้บริหาร และหัวหน้างานเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มความผูกพันของพนักงานเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กร จะต้องปลูกฝังผู้นำที่มีความสามารถในการจัดการทีมที่สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดแรงจูงใจและความมุ่งมั่น ในการทำงาน โดยที่ผู้ประกอบการควรจัดโปรแกรมการฝึกอบรมภาวะผู้นำที่เน้นทักษะการสื่อสาร และการบริหารทีม การฝึกอบรมควร รวมถึงการพัฒนาทักษะการฟังอย่างตั้งใจ การให้ข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์ และการจัดการความขัดแย้งอย่างมี ประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การใช้กรณีศึกษาและการจำลองสถานการณ์จริงจะช่วยให้ผู้นำเรียนรู้วิธีสร้างความไว้วางใจ และกระตุ้นแรงจูงใจในทีม นอกจากนี้การส่งเสริมวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมผ่านการมอบหมายอำนาจ (empowerment) เป็นสิ่งสำคัญ ผู้นำควรได้รับการฝึกฝนให้มอบหมายงานที่ทำทนายและสอดคล้องกับความสามารถของพนักงาน พร้อมทั้งให้อิสระในการตัดสินใจ การกระทำนี้จะช่วยเพิ่มความรู้สึกเป็นเจ้าของงาน และความผูกพันองค์กร ตัวอย่างเช่น การจัดตั้ง ทีมงานข้ามสายงานเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะจะช่วยให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วมและมีคุณค่า การสร้างระบบการยอมรับและ

ให้รางวัลเป็นกลไกที่ช่วยเสริมสร้างความมุ่งมั่น รวมถึงผู้นำควรกำหนดเกณฑ์ การประเมินผลงานที่ชัดเจน และยุติธรรม พร้อมทั้งให้การยกย่องทั้งในรูปแบบทางการ เช่น การมอบรางวัลพนักงานดีเด่น และไม่เป็นทางการ เช่น การกล่าวชื่นชมในที่ประชุม การยอมรับผลงานจะช่วยกระตุ้นให้พนักงานรู้สึกถึงความพยายามของตนได้รับการเห็นคุณค่า สุดท้าย การประเมินและพัฒนาผู้นำอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็น องค์กรควรกำหนดตัวชี้วัดภาวะผู้นำ เช่น อัตราความพึงพอใจของพนักงานในที่ม และใช้ผลการประเมินเพื่อปรับปรุงโปรแกรมการพัฒนา การติดตามผลอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้นำสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของทีม

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาค่าการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่สนับสนุนสมมติฐาน คือ ปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ส่วนความผูกพันต่อองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 และการปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิภาพของพนักงานผ่านความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 4 ส่วนการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ไม่สนับสนุนสมมติฐาน คือ การปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สำนักงานคลังจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2566). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดสุราษฎร์ธานีประจำเดือนสิงหาคม*. ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2567, จาก https://www.cgd.go.th/cs/srt/srt/CFO_EF.html?page_locale=th_Th
- สำนักงานแรงงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2566). *รายงานสถานการณ์และดัชนีชี้วัด ภาวะแรงงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี รายปี 2566*. ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://suratthani.mol.go.th/news>
- Adhan, M., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Siswadi, Y. (2020). The mediating role of organizational commitment on the effect of job satisfaction on the performance of permanent lecturers of private university in Medan City. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1–15.
- Al-Aali, L. (2021). The effect of human resource practices and organizational commitment on employee performance. *ACDMHR*, 3(2), 11–27.
- Al-Khaled, A. A. S., & Fenn, C. J. (2020). The impact of strategic human resource management practices on organizational performance. *BERJAYA Journal of Services & Management*, 14(1), 53-60.
- Alsafadi, Y., & Altahat, S. (2021). Human Resource Management Practices and Employee Performance: The Role of Job Satisfaction. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 519–529.
- Arbab, A. M. H. (2023). Effect of strategic human resource management practices on organizational commitment. *Information Sciences Letters An International Journal*, 12(8), 2827-2837.
- Azzukhruf, R. A. A., Noermijati, & Rohman, F. (2019). Management practices on strategic human resource towards employee performance through organizational commitment. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 3(9), 21-32.

- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Erlbaum.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. London : SAGE Publications, Inc .
- Eliyana, A., & Ma'arif, S. (2019). Job satisfaction and organizational commitment effect in the transformational leadership towards employee performance. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 144–150.
- Hamadamin, H. H., & Atan, T. (2019). The Impact of Strategic Human Resource Management Practices on Competitive Advantage Sustainability: The Mediation of Human Capital Development and Employee Commitment. *Sustainability*, 11(20), 5782.
- Jala, J. V. M., & Bation, N. D. (2023). Understanding the dynamics of employee commitment in the relationship with strategic human resource management practices. *International Journal of Social Science and Human Research*, 6(12), 7586–7590.
- Jufrizen, Mukmin, Nurmala, D., & Jasin, H. (2021). Effect of moderation of work motivation on the influence of organizational culture on organizational commitment and employee performance. *International Journal of Business Economics*, 2(2), 86-98.
- Kareem, M. A. Kareem, M. A., & Hussein, I. J. (2019). The impact of human resource development on employee performance and organizational effectiveness. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(3), 307-322.
- Korda, B. B., & Rachmawati, R. (2022). The influence of organizational culture on employee performance mediated by job satisfaction and employee commitment. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 18(2), 57–73.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Sample size determination table. *Educational and psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Kumah, P. (2022). Impact of SHRM on employee commitment in tertiary educational institutions in Ghana. *International Journal of Applied Management Sciences and Engineering*, 9(1), 1-22.
- Labetubun, M. R., & Dewi, I. G. A. M. (2022). Organizational commitment: It's mediating role in the effect of human resource management practices and workplace spirituality on employee performance. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 112–123.
- Marhil, M. M. B., Masaud, K. A. R., & Majid, N. A. (2022). The mediating role of job satisfaction on the relationship between human resources management strategies and employees performance in Waha Oil & Gas Company in Libya. *American Journal of Economics and Business Innovation*, 2(1), 63-69.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Pahotan, J., & Widhianto, C. W. (2023). Analysis of leadership style, organizational culture, and organizational commitment on employee performance moderated by reward system. *Journal of World Science*, 10(2), 1610-1621.

- Pratama, S. H., Junanto, T., Suminar, A., & Milani, I. (2023). Determining relationships strategic human resources management practices and employee commitment. *Oikonomia*, 1(1), 14–20.
- Rehman, K. U., Hafeez, I., Aslam, F., Maitlo, Q., & Raza, A. (2020). The mediating role of trust and organizational commitment in the relationship between strategic human resource management and knowledge sharing. *Iranian Journal of Management Studies*, 13(4), 565-586.
- Yamao, S. (2024). *Social exchange theory*. Edward Elgar Publishing.
- Zidan, M., & Palupi, M. (2023). The effectiveness of human resource management in improving employee performance at PT. Nafac Mitra Utama. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 3(4), 771-784.

ความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร
ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร

Authentic Leadership, Organizational Ethical Culture, Organizational Commitment
Influences Organizational Effectiveness

ธาริณี อังคัยศ^{1,*} และสมทรง คันทน์²

Tharinee Aungyot^{1,*} and Somsong Khanthanatee²

Received : March 27, 2025 Revised : September 29, 2025 Accepted : September 30, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ 1) พัฒนาแบบจำลองความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร : การรับรู้ของนักบัญชี 2) วิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร : การรับรู้ของนักบัญชี เพื่อทดสอบสมมติฐานเชิงสาเหตุตามโมเดลโครงสร้าง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า แบบจำลองความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร : การรับรู้ของนักบัญชี มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถร่วมกันอธิบายประสิทธิผลขององค์กรได้ร้อยละ 58 ($R^2 = 0.58$) นอกจากนี้ การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง พบว่า วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากความเป็นผู้นำที่แท้จริง ประสิทธิผลขององค์กรได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความเป็นผู้นำที่แท้จริง และความผูกพันต่อองค์กร ในขณะที่ความผูกพันต่อองค์กรยังได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากวัฒนธรรมจริยธรรมขององค์กร ส่วนการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อม พบว่า ประสิทธิผลขององค์กรได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากความเป็นผู้นำที่แท้จริงผ่านวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร และ รับอิทธิพลทางอ้อมจากความผูกพันต่อองค์กร ภายใต้นัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร ประสิทธิผลขององค์กร

^{1,2} อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

^{1,2} Lecturer, Accounting, Faculty of Business Administration Vongchavalitkul University

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

Abstract

This research study: 1) Developing a model of authentic leadership, organizational ethical culture, and organizational commitment that influences organizational effectiveness as perceptions by accountants. 2) Analyzing the direct and indirect Influences of authentic leadership, organizational ethical culture, and organizational commitment on organizational effectiveness as perceptions by accountants, for Testing Causal Hypotheses through a Structural Equation Model. Using Structural Equation Modeling.

The research findings revealed that the model of authentic leadership, organizational ethical culture, and organizational commitment influencing organizational effectiveness as perceptions by accountants was consistent with empirical data and could jointly explain 58% of the variance in organizational effectiveness ($R^2 = 0.58$). Furthermore, direct Influence analysis revealed that the organizational ethical culture is most strongly positively influenced by authentic leadership. Organizational effectiveness is most strongly positively influenced by the organization ethical culture, authentic leadership, and organizational commitment. Meanwhile, organizational commitment is also most strongly positively influenced by the organizational ethical culture. Indirect Influence analysis found that organizational effectiveness is indirectly influenced by authentic leadership through organizational ethical culture, and also indirectly influenced by authentic leadership through organizational commitment. At the same time, it is indirectly influenced by the organizational ethical culture through organizational commitment, with statistically significant results.

Keywords : Authentic Leadership, Organizational Ethical Culture, Organizational Commitment
Organizational Effectiveness.

1. บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาการสูญเสียความเป็นมืออาชีพ คุณธรรม จริยธรรมและการปฏิบัติที่ผิดจรรยาบรรณนำไปสู่หลาย ความล้มเหลวทางธุรกิจ การทุจริต การฉ้อโกง และพฤติกรรมที่ขัดต่อจริยธรรมได้กลายเป็นอุปสรรคสำคัญต่อความก้าวหน้าทาง เศรษฐกิจ การเมือง และสังคมในระดับโลก มีผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการกำกับดูแลกิจการ โดยเฉพาะในกระบวนการแต่งตั้ง ผู้บริหาร ถือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ (La et al., 2023) “การทุจริต” กำลังกลายเป็น “วัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจ” หรือไม่? ผลกระทบของการทุจริตและการผิดจรรยาบรรณ กำลังลดทอนคุณค่าทางจริยธรรมเพียงเพื่อการแข่งขันในโลกขององค์กรที่รุนแรง มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการที่ลดลง ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ได้อย่างแท้จริง พนักงานไม่มีความจงรักภักดีต่อองค์กร สิ่งสำคัญของการควรเน้นการแต่งตั้งผู้นำที่มีคุณธรรม จริยธรรม (Nayak & Dubey, 2022)

ประเทศไทยปี 2566 มีข่าวอื้อฉาวของบริษัท สตาร์ค คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (STARK) พบว่ามีกร “ทุจริต” ร่วมกัน ตกแต่งบัญชี เป็นหุ้นใหญ่ 1 ใน 100 บริษัทที่ได้รับเลือกคำนวณดัชนี SET 100 แท้จริงแล้วหลังจบการเงินสิ้นปี 65 พบว่า ขาดทุน สะสมรวมกันกว่า 10,379 ล้านบาท โดยมีบริษัท ดีลรอยซ์ ฟูซุ โธมัทสึ ไชโยค สอบบัญชี เป็นผู้สอบบัญชียักษ์ใหญ่ที่มีชื่อเสียงด้าน ความน่าเชื่อถือเป็นผู้ตรวจสอบงบการเงิน หายนะเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย สั่นคลอนความเชื่อมั่นตลาดทุนไทยทั้งองค์ภาพพ เกิดคำถามมากมายไปถึงคณะกรรมการผู้บริหารบริษัทและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (กรุงเทพธุรกิจ, 2566) เหตุการณ์เหล่านี้ ส่งผลกระทบต่อการบริหารองค์กรหรือประเทศที่มีผู้นำผิดพลาด ประพฤติผิดทางวินัย ความบกพร่องในหน้าที่ต่าง ๆ กระทบต่อ ความเชื่อมั่นของประชาชน สร้างความเสียหายต่อสาธารณชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดความตื่นตัว ตระหนักใน ความสำคัญของคุณธรรมจริยธรรมของผู้นำในองค์กรมากขึ้น ผู้นำที่มีจริยธรรมจะมีการแสดงพฤติกรรมผ่านการกระทำส่วน บุคคลไปยังผู้ตามโดยการสื่อสารแบบสองทาง การเสริมแรง การตัดสินใจ มีคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม ความเปิดเผย และอิทธิพลในอุดมคติ นับว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้นำที่มีจริยธรรม จากคุณลักษณะเด่นตรงกับลักษณะความเป็น

ผู้นำที่แท้จริง (Authentic Leadership) ที่ตอบสนองความต้องการขององค์กรและบุคคลที่มองผู้นำของตน ซึ่งเป็นแนวทางภาวะผู้นำที่ค่อนข้างใหม่มีรากฐานมาจากจิตวิทยาเชิงบวก มีรูปแบบพฤติกรรมของผู้นำด้านจริยธรรมและคุณธรรม ส่งเสริมบรรยากาศทางจริยธรรมที่ดีก่อให้เกิดวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร (Organizational Ethical Culture) ให้เกิดขึ้นในที่ทำงาน เป็นสิ่งเชื่อมโยงผู้นำและพนักงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและพฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ (Roy et al., 2024) ทำให้พนักงานมีความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร (Kurian & Nafukho, 2022) ไม่คิดที่จะลาออกหรือโอน-ย้ายไปที่อื่น พนักงานจะมีความผูกพันและค่านิยมเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร ความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดให้เห็นถึงควมมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพขององค์กรมีความสำคัญต่อความก้าวไปสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศในอนาคต (ศรัณย์ รุ่งเรือง, 2566) ดังจะเห็นได้ว่า องค์กรใดมีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำที่แท้จริงจะมีผลต่อการสร้างวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรโดยเชื่อมโยงไปยังความผูกพันของพนักงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร อย่างไรก็ตามแม้จะมีปริมาณงานวิจัยจำนวนมากสนับสนุน แต่พบว่างานวิจัยในแต่ละด้านยังคงค่อนข้างดำเนินไปอย่างอิสระจากกัน ยังมีความขาดแคลนและการพัฒนาอย่างมั่นคง ซึ่งการวิจัยเชิงประจักษ์ในการตรวจสอบความเชื่อมโยงระหว่างความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่สำคัญทั้งสามในบริบทของนักบัญชีไทยอย่างเป็นระบบ (Widyastuti et al. (2020) ยังกล่าวไว้ว่า ความเป็นผู้นำที่แท้จริงจะนำจริยธรรมไปใช้ในองค์กรช่วยในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโดยเป็นการรับรู้ของผู้ปฏิบัติงานภายในองค์กรมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร ความสัมพันธ์นี้เป็นจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการวิจัยว่าการรับรู้ของนักบัญชีที่มีต่อความเป็นผู้นำที่แท้จริงนั้นส่งผลต่อวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร โดยมีผลที่เป็นไปได้ต่อประสิทธิผลขององค์กรอย่างไร จึงได้รับการออกแบบมาเพื่อเติมเต็มช่องว่าง (Gap) นี้ ในวรรณกรรมโดยการตรวจสอบการรับรู้ของนักบัญชีที่มีต่อผู้นำในวิชาชีพการบัญชี โดยใช้แนวความคิดพื้นฐานผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิผลขององค์กร

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเพราะเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรสำคัญที่ยังไม่เคยมีใครศึกษาอย่างเป็นระบบมาก่อน อาจเป็นจุดที่สำคัญในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ เนื่องจากสามารถนำมาเป็นแนวคิดประยุกต์ใช้กับบริบทเฉพาะ นั่นคือ กลุ่มนักบัญชีในประเทศไทยที่มีจริยธรรมและความน่าเชื่อถือเป็นหัวใจสำคัญ อย่างไรก็ตามองค์กรที่มีความเป็นผู้นำที่แท้จริง มีการเสริมสร้างวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อการลดความตั้งใจที่จะลาออกของนักบัญชี (ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่องค์กรในสายงานนี้ ต้องเผชิญ) ที่จะส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรในที่สุด ผลลัพธ์ที่ได้สามารถเป็นประโยชน์และนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างผู้นำที่แท้จริง เกิดวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ขวัญกำลังใจให้กับพนักงานเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงานให้ กับองค์กร ยังผลให้เกิดความมั่นใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย และด้านสิ่งแวดล้อม

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. พัฒนาแบบจำลองความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร : การรับรู้ของนักบัญชี
2. วิเคราะห์อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมของความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร : การรับรู้ของนักบัญชี เพื่อทดสอบสมมติฐานเชิงสาเหตุตามโมเดลโครงสร้าง

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูล และอธิบายผลการศึกษามีดังนี้

3.1 ความเป็นผู้นำที่แท้จริง (Authentic Leadership)

ทฤษฎีความเป็นผู้นำที่แท้จริงโดย Avolio et al. (2007) เป็นทฤษฎีหลายมิติที่ผู้นำเป็นมากกว่าการเป็นตัวของตัวเอง ได้รวมถึงแง่มุมของความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบโดยการยึดถือผู้นำเพื่อมาตรฐานทางจริยธรรมที่สูงขึ้น Gardner et al. (2005) เพื่อ

ว่าผู้นำที่แท้จริงนั้นได้รับการพัฒนาภายในบรรยากาศขององค์กรที่เปิดกว้าง สนับสนุน เสริมอำนาจ โดยผู้นำเหล่านี้จะรักษาและอาจเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมหรือบรรยากาศขององค์กรเพื่อให้ความน่าเชื่อถือมากขึ้น ด้วยพฤติกรรมของผู้นำที่แท้จริงจะสะท้อนให้เห็นในการกระทำของผู้ตาม ความไว้วางใจ ความยึดมั่นผูกพันในงาน ความตั้งใจที่จะอยู่ในอาชีพ และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานซึ่งเป็นการรับรู้ของผู้ปฏิบัติงานภายในองค์กร จากการค้นคว้าความคิดเชิงประจักษ์ ยังพบว่าผู้นำที่แท้จริงเป็นตัวอย่งในการส่งเสริมบรรยากาศทางจริยธรรมที่ดีมีความโปร่งใส ความไว้วางใจ ความซื่อสัตย์ และมาตรฐานทางศีลธรรม ขั้นสูง หากผู้นำที่แท้จริงมีความจริงใจต่อตนเองพร้อมนำผู้อื่นไปสู่ความถูกต้อง จะสามารถสร้างบรรยากาศจริยธรรมเชิงบวกได้

ดังนั้น ภาวะผู้นำที่แท้จริงเป็นรูปแบบภาวะผู้นำที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากทั้งนักวิชาการ Avolio and Gardner et al. (2005) และนักปฏิบัติ George (2003) โดยมีลักษณะสำคัญคือ ทัศนคติเชิงบวกทางจิตวิทยาที่ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรเชิงบวก มุ่งเน้นการพัฒนาความตระหนักรู้ในตนเอง การประเมินข้อมูลอย่างเป็นกลาง การยึดมั่นในหลักคุณธรรม และการสื่อสารอย่างโปร่งใสของผู้นำ สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้นำพัฒนาตนเอง แต่ยังส่งเสริมการพัฒนาของผู้ตามด้วย Walumbwa et al. (2008) ในเชิงวิชาการมีความเห็นว่า ภาวะผู้นำที่แท้จริงสามารถส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานได้ ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรเผชิญกับความท้าทายในการแข่งขัน คำว่าโอกาสทางธุรกิจ และปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร (Rego et al., 2012) โดยผู้นำที่แท้จริงช่วยยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านการสนับสนุนและแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานมีความเป็นเจ้าของในงานและผลลัพธ์มากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการอภิปรายเกี่ยวกับงานของตน และการตัดสินใจในประเด็นที่มีผลต่อการทำงานของพวกเขาเอง

ภาวะผู้นำที่แท้จริง (Authentic Leadership - AL) คือ “รูปแบบพฤติกรรมของผู้นำที่ดึงเอาและส่งเสริมทั้งศักยภาพเชิงจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศทางจริยธรรมเชิงบวก เพื่อส่งเสริมให้เกิดการตระหนักรู้ในตนเองที่มากขึ้น มุมมองทางศีลธรรมที่อยู่ภายใน การประมวลผลข้อมูลที่สมดุล และความโปร่งใสในความสัมพันธ์ในส่วนของผู้นำ ที่ทำงานร่วมกับผู้ตาม ซึ่งช่วยส่งเสริมการพัฒนาตนเองเชิงบวก” (Walumbwa et al., 2008) ยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ สังคม ภูมิรัฐศาสตร์ และเทคโนโลยี ได้สร้างแรงกดดันต่อผู้นำให้ต้องมีความโปร่งใสมากขึ้น Yusuf et al. (2023) กล่าวว่าปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรคือคุณภาพของผู้นำในองค์กร ภาวะผู้นำที่แท้จริง (Authentic Leadership) เป็นกรอบแนวคิดที่มีรากฐานมาจากศาสตร์ด้านภาวะผู้นำ จริยธรรม จิตวิทยาและพฤติกรรมองค์กรเชิงบวกเน้นด้านจริยธรรมและคุณธรรมในการเป็นผู้นำ (Kurian & Nafukho, 2022) รูปแบบภาวะผู้นำที่แท้จริงสร้างบรรยากาศการทำงานที่สร้างสรรค์และสนับสนุน ซึ่งสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคลได้ มีผลกระทบเชิงบวกต่ออารมณ์และความสามารถทางจิตวิทยาของผู้ได้บังคับบัญชา โดยอาจส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตามและกระบวนการที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ในเชิงบวกต่อองค์กร (Hu et al., 2021)

การเป็นผู้นำที่แท้จริงได้รับการวิเคราะห์โดย Walumbwa et al. (2008); Salcedo et al. (2024); Cao และ Dong (2024) ได้สะท้อนถึงรูปแบบพฤติกรรมของผู้นำที่ดึงการส่งเสริมทั้งศักยภาพเชิงจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศทางจริยธรรมเชิงบวก เพื่อส่งเสริมให้เกิดภาวะผู้นำที่แท้จริง มีมิติพื้นฐานของสี่โครงสร้างได้ครบถ้วน ได้แก่ การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) ที่มากขึ้น มุมมองทางศีลธรรมภายใน (Internalized Moral Perspective) การประมวลผลข้อมูลที่สมดุล (Balanced Processing) และความโปร่งใสเชิงสัมพันธ์ (Relational Transparency) ในส่วนของผู้นำที่ทำงานร่วมกับผู้ตามซึ่งช่วยส่งเสริมการพัฒนาตนเองเชิงบวก ยืนยันว่าองค์ประกอบทั้งสี่นี้แม้ว่าจะมีความเกี่ยวข้องกัน แต่ก็จำเป็นสำหรับบุคคลที่จะได้รับการพิจารณาว่าเป็นผู้นำที่แท้จริง

3.2 วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร (Organizational Ethical Culture)

Barbars (2015) อธิบายว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับวิชาชีพ ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและการแสดงออกของวิชาชีพที่แตกต่างกัน Kontoghiorghes (2016) ระบุประโยชน์ของการพัฒนาและดำเนินการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม ว่ามีแรงจูงใจสูงในการดึงดูดและรักษาพนักงาน ซึ่งมีการปฏิบัติที่เป็นธรรมต่อพนักงานในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ วัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรมถือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างและพัฒนาองค์กรที่ได้รับการ

ยอมรับ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่มีคุณภาพ วัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรมเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกลยุทธ์องค์กรในหมู่ธุรกิจทั่วโลก มีประโยชน์มากมายต่อองค์กร

วัฒนธรรมองค์กรได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อประสิทธิผลองค์กร เป็นการแสดงถึงการร่วมรับรู้และความชัดเจนถึงบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร เป็นสิ่งหล่อหลอมพฤติกรรมของบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กร ก่อให้เกิดเอกลักษณ์ที่สมาชิกรับรู้และยึดถือร่วมกัน เสริมสร้างและกระตุ้นให้เกิดการยอมรับผูกพันต่อองค์กร (วุฒิพงศ์ รงคปรานี และคณะ, 2565) วัฒนธรรมที่มีจริยธรรมจะช่วยสร้างกระบวนการที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและผู้นำ ซึ่งมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับการมีอยู่ของวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ในทางตรงกันข้ามการขาดวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรจะนำไปสู่ภาวะความเหนื่อยหน่าย (burnout) และความเครียดของผู้นำ (Huhtala et al., 2022)

วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรได้รับการวิเคราะห์โดย Forsyth (1980); O'Boyle and Forsyth (2021); Paschalidou et al. (2023) ระบุว่า ความถูกต้องเชิงทำนายของอุดมการณ์ทางจริยธรรมในแง่ของพฤติกรรมทางศีลธรรม มีการพัฒนา (Ethical Position Questionnaire: EPQ) เพื่อวัดปรัชญาทางศีลธรรมส่วนบุคคลสี่ประการ ได้แก่ ลัทธิสถานการณ์นิยม (Situationalists) ลัทธิสมบูรณาญาสิทธิราชย์ (Absolutists) ลัทธิอัตวิสัย (Subjectivists) และลัทธิการยกเว้น (Exceptionists)

3.3 ความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment)

ทฤษฎี Side-Bet ของ Becker (1960) ได้กล่าวว่า บุคคลใดที่มีความผูกพันต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เนื่องจากเขาได้ลงทุนในสิ่งนั้น ๆ ไว้ เรียกว่า "Side Bet" อาจเป็นการลงทุนในรูปของเวลา กำลังแรงกายแรงใจ สติปัญญา ตลอดจนการยอมเสียโอกาสบางอย่าง บุคคลนั้นจึงไม่มีทางเลือกอย่างอื่นนอกจากจะต้องผูกพันอยู่กับองค์กรต่อไป ฉะนั้นการที่คนเราเลือกตัดสินใจที่จะอยู่กับองค์กรนานเท่าใดก็ยิ่งเป็นการสะสม "การลงทุน" เพิ่มขึ้นเท่านั้น เพราะว่าบุคคลนั้นเป็นมนุษย์เศรษฐกิจ (อนุดิษฐ์ ฐานไชยกร, 2562) Meyer and Allen (1997) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีความเข้มแข็งขึ้นไปสู่การทำงานล่วงเวลาตามความผูกพันในระดับที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม Pittinsky and Shih (2004) ยืนยันว่า ความผูกพันของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคล่องตัวพนักงานที่ต้องการความคล่องตัวจะลดระดับความผูกพันต่อองค์กร ลดความมีประสิทธิภาพที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ขององค์กร เพราะการเคลื่อนย้ายงานเป็นโอกาสของพนักงานในการเข้าร่วมองค์กร โดยพิจารณาจากการรับรู้ของพนักงาน ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิผลขององค์กร ส่วน Mathieu and Zajac (1990) พบว่า ความผูกพันเกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคล เช่น ความสามารถที่รับรู้ได้ อายุ เมื่อพนักงานมีอายุมากขึ้นจะมีโอกาสหางานน้อยลง ส่วนพนักงานที่มีอายุน้อยมีความเป็นไปได้ที่จะมีทางเลือกในการหางานมากขึ้น เพื่อการเรียนรู้และเติบโต (Shahid, 2018) ในการส่งเสริมความรู้สึกเชื่อมโยงกับความสามารถของพนักงานผ่านกระบวนการทางจิตวิทยาที่ทำให้เกิดความผูกพัน โดยไม่ต้องกังวลการเกิดผลกระทบเชิงลบต่อตนเอง

ความผูกพันต่อองค์กร คือ ความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยส่วนหนึ่งเกิดจากองค์กร เช่น วัฒนธรรม เปิดโอกาสแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ การให้ความสำคัญ ร่วมทำกิจกรรมกับพนักงานทุกคนทำให้ รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร พนักงานจะมีความรัก ความภาคภูมิใจ ความเอาใจใส่ ความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร เต็มใจเสียสละความสุขส่วนตัวเพื่อเป้าหมาย โดยต้องการที่จะดำรงไว้ซึ่งการเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นตลอดไป หากพนักงานไม่รู้สึกเชิงบวกเกี่ยวกับงาน ความผูกพันทางอารมณ์ของพวกเขาอาจลดลงได้ (Clarence et al., 2021) ทวีนิรันดร์ พุ่มพิพัฒน์ และคณะ (2565) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติและความรู้สึกทางบวกของผู้ปฏิบัติงาน ความภาคภูมิใจในฐานะสมาชิกขององค์กรและความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรต่อไป อันเป็นผลมาจากการยอมรับและความศรัทธาในวัฒนธรรมองค์กร ทำให้มีความทุ่มเท ในการทำงานเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

Allen and Meyer (1990) Meyer and Allen (1991, 1997) นักวิชาการได้พัฒนาแบบจำลองความผูกพันต่อองค์กรแบบสามองค์ประกอบ โดยมีมติทั้งสามที่ระบุไว้ ได้แก่ ความมุ่งมั่นทางอารมณ์มุ่งเน้นไปที่ความผูกพันทางอารมณ์ (affective) ความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่อง หรือความผูกพันแบบต่อเนื่อง (continuance) มุ่งเน้นไปที่การประเมินต้นทุนผลประโยชน์ที่พนักงานทำ

โดยเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจที่จะลาออกหรืออยู่กับองค์กรความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน (normative) หรือความมุ่งมั่นเชิงบรรทัดฐาน มุ่งไปที่ศีลธรรมสะท้อนถึงพนักงานที่มีแนวโน้มที่จะพัฒนาความรู้สึกผูกพันอย่างแท้จริงต่อองค์กร เพราะพนักงานเชื่อมั่นว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องเพื่อประโยชน์ขององค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรได้รับการวิเคราะห์โดย Allen and Meyer (1990); Meyer and Allen (1991, 1997); Efthymiopoulos and Goula (2024); Stark et al. (2025) ได้รับพัฒนาการกำหนดกรอบแนวคิดและวัดผลในรูปแบบความผูกพันสามองค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่อง (Continuance Commitment) ด้านความผูกพันทางอารมณ์ (Affective Commitment) และด้านความมุ่งมั่นเชิงบรรทัดฐาน (Normative Commitment)

3.4 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์กร

3.4.1 การรับรู้ประสิทธิผลขององค์กร (Perception of Organizational Effectiveness)

การรับรู้ประสิทธิผลขององค์กร สะท้อนถึงการปฏิบัติการจัดการบุคลากรที่ประสบความสำเร็จ Berberoglu and Secim (2015) ได้อธิบายว่า วิธีที่พนักงานมององค์กรของตนในเรื่องความก้าวหน้า การสนับสนุน และการพัฒนา ทุกองค์กรต่างพยายามอย่างหนักเพื่อให้พนักงานพึงพอใจ ยังผลให้องค์กรจะได้พัฒนาไปข้างหน้าในขณะที่ยังคงรักษาประสิทธิภาพขององค์กรโดยรวม Khan and Haji-Othman (2025) ยังกล่าวว่า บทบาทของการรับรู้ถึงผลการดำเนินงานขององค์กรมีความสำคัญต่อทุกประเภทขององค์กร เนื่องจากการรับรู้ของพนักงานถือเป็นการประเมินภาพรวมที่แท้จริงของผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพได้อย่างทันท่วงที เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร ทุกองค์กรพยายามอย่างหนักที่จะทำให้พนักงานของตนพึงพอใจเพื่อให้สามารถพัฒนาได้ ในขณะที่เดียวกันก็รักษาผลการดำเนินงานขององค์กร พนักงานจึงเป็นทรัพยากรที่มีค่าสำหรับองค์กรเพื่อผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น (Kniffin et al., 2021)

3.4.2 ประสิทธิภาพขององค์กร (Organization effectiveness)

แนวคิดประสิทธิผลขององค์กร (Organizational Effectiveness) นักทฤษฎีองค์กรให้ความสำคัญ ซึ่งเป็นความสามารถขององค์กรที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทำให้เกิดผลผลิตที่บรรลุเป้าหมายขององค์กร สามารถคงอยู่ได้ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง องค์กรที่มีประสิทธิผลสูงจึงเป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการทำงานตามเป้าหมาย (ณัฐวัชร จันทโรจธน์ และพงษ์ศักดิ์ พัวพรพงษ์, 2563) ประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อองค์กรเพราะเป็นตัววัดผลงานขององค์กรว่าประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้มากน้อยเพียงใด และก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ต่อองค์กร มยุรี วรรณสกุลเจริญ และชาญณรงค์ รัตนพนากุล (2563) กล่าวว่า ประสิทธิภาพเป็นผลลัพธ์หรือความสำเร็จขององค์กรในการดำเนินการใด ๆ โดยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ และที่สำคัญเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร (จณิสตา อินทรวรรณโณ, 2565)

ต่อมาแนวคิดการประเมินประสิทธิผลขององค์กรเชิงบูรณาการได้รับการวิเคราะห์โดย Quinn and Rohrbaugh (1983); ครรชิต ทรรคนะวิเทศ และคณะ (2565); ไพจิตร สการ์รันต์ และอุษณี มงคลพิทักษ์สุข (2566) มีฐานคิดว่าประสิทธิผลขององค์กรไม่ได้ขึ้นอยู่กับสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือเกณฑ์วัดใดเพียงเกณฑ์วัดเดียวโดยเฉพาะแต่เป็นสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นตามค่านิยม จึงได้พยายามนำเกณฑ์ที่ใช้ชี้วัดประสิทธิผลขององค์กรหลายๆ เกณฑ์มาบูรณาการรวมกันโดยการจัดระบบเกณฑ์วัดประสิทธิผลขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรมจนได้ตัวแบบเชิงบูรณาการที่เข้มแข็ง เรียกว่า แนวคิดการแข่งขันของค่านิยม (The Competing Values Approach) ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ ตัวแบบมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations Model) ตัวแบบระบบเปิด (Open System Model) ตัวแบบเหตุผลและเป้าหมาย (Rational Goal Model) ตัวแบบกระบวนการภายใน (Internal Process Model) ได้รวมจุดเด่นของการศึกษาประสิทธิผลขององค์กรกับตัวแบบการประเมินประสิทธิผลขององค์กรมาจัดเป็นกลุ่มตัวแปรในแต่ละมิติของประสิทธิผลขององค์กรสามารถวัดประสิทธิผลขององค์กร ครอบคลุมมิติต่าง ๆ ได้มากกว่าตัวแบบอื่น ๆ

3.5 การพัฒนาสมมติฐานและกรอบแนวความคิดของการวิจัย

การพัฒนาสมมติฐาน กรอบแนวความคิดการวิจัยมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การศึกษาวิจัยของ Ribeiro et al. (2020) พบว่า ภาวะความเป็นผู้นำที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีความสอดคล้องกับ Baquero (2023); Riyanto et al. (2021) พบว่า ภาวะผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วม ความพึงพอใจในงาน ความผูกพันและประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร นอกจากนี้ Nair et al. (2022) พบว่าภาวะผู้นำที่แท้จริงสามารถทำนายความผูกพันในงานของพนักงานการเงินในอินเดียได้อย่างมีนัยสำคัญ จึงได้พัฒนาสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

จากการศึกษาวิจัยของ Yang (2024); Mahmoud et al. (2024) พบว่าภาวะผู้นำที่แท้จริงมีความสัมพันธ์กับความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ Alkhadra et al. (2022) พบว่า ภาวะผู้นำที่มีจริยธรรมไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร แต่ยังส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม ในขณะที่เดียวกันยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากวัฒนธรรมจริยธรรมขององค์กรผ่านความผูกพันต่อองค์กร Herminingsih (2024) พบว่า ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรและพฤติกรรมจริยธรรม จึงได้พัฒนาสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 : ผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร

การศึกษาวิจัยของ Zhang and Li (2023) พบว่า ผู้นำที่แท้จริงมีผลบวกต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำงานและนวัตกรรม การเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานที่จะช่วยให้บริษัทประสบความสำเร็จในระยะยาวปกครองอุดมธนะสารสกุล (2567) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกต่อการดำเนินงานของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ Singh (2024) พบว่า ภาวะผู้นำที่แท้จริงเมื่อรวมเข้ากับแนวทางการจัดการข้ามวัฒนธรรมจะช่วยเสริมสร้างประสิทธิผลขององค์กร จึงได้พัฒนาสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 : ผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับประสิทธิผลขององค์กร

การศึกษาวิจัยของ Tyll et al. (2025) พบว่า วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรส่งผลต่อความผูกพันในงานและการตอบสนองต่องานของพนักงาน ส่วนสุมาลี เฮงยศมาก และ สรรฤดี ดีปู้ (2567) ยังพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ศักดิ์ชัย จันทะแสง (2566) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน จึงได้พัฒนาสมมติฐานที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 : วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร

การศึกษาวิจัยของ Lamsam และ Charoensukmongkol (2023) พบว่า วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรคำนึงถึงผลกระทบของความเป็นผู้นำมีต่อการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ผู้นำองค์กรมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ผลการปฏิบัติงานขององค์กรสร้างวัฒนธรรมหรือบรรยากาศที่ส่งเสริมความพึงพอใจในงานของพนักงาน ความผูกพัน และการรับรู้ประสิทธิผลขององค์กรส่วนภูมิพิงศ์ รงคปราณี และคณะ (2565) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลองค์การของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย Zeb et al. (2021) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประสิทธิผลขององค์กรในภาคการศึกษา Sybesma (2022) พบว่า ลักษณะวัฒนธรรมมีความเชื่อมโยงกับประสิทธิผลในแวดวงวิชาการอย่างชัดเจน จึงได้พัฒนาสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

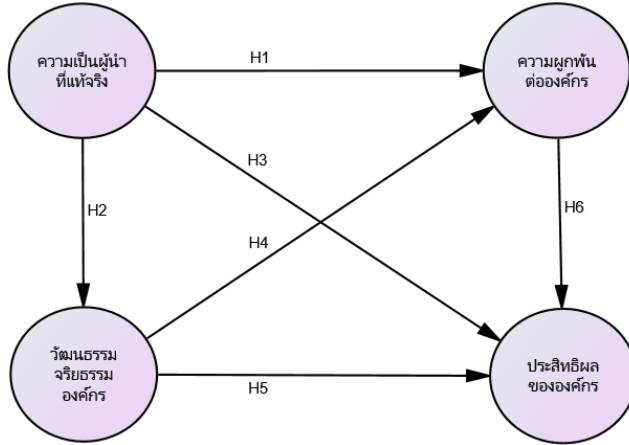
สมมติฐานที่ 5 : วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับประสิทธิผลขององค์กร

การศึกษาวิจัยของ สุวรรณมา วงศ์สุไร (2568) พบว่า ความผูกพันขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกับ Chen and Peng (2021) พบว่า ความผูกพันของพนักงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริการ และปริญทร์ฉัตร พงศ์นาคศิริ (2565) พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจะแสดงออกด้วยความสมัครใจและทำงานกับองค์กรเป็นระยะเวลานาน ความตั้งใจทุ่มเทในการปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมายส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจและส่งผลที่ดีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จึงได้พัฒนาสมมติฐานที่ 6 ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 : ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับประสิทธิผลขององค์กร

3.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดของการวิจัย ดังรูปภาพประกอบ 1



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

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

4.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีของธุรกิจ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีสถานะคงอยู่ประจำปี 2567 จำนวน 11,479 ราย ณ วันที่ 21 ธันวาคม 2567 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567)

การพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 15 ตัวแปร จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2567) และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอและ เป็นตัวแทนที่ดี จึงได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 30 (Hair et al., 2019) จึงได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 390 ตัวอย่าง และเพื่อเป็นการเพิ่มความเที่ยงตรงของข้อสรุปที่จะได้รับจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage-Sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยนำจังหวัดที่มีผู้ทำบัญชีมีสถานะคงอยู่ มาเรียงลำดับจากจำนวนมากที่สุดไปหาน้อย ได้กลุ่มตัวอย่างเลือก 2 จังหวัด ใน 20 จังหวัด คือ จังหวัดนครราชสีมา (2,021 ราย) และจังหวัดขอนแก่น (1,369 ราย) เพราะมีจำนวนผู้ทำบัญชีที่มีสถานะคงอยู่ในอัตราส่วนปริมาณสูงกว่าอีก 18 จังหวัดที่กระจายตัวอยู่ จากนั้นสุ่มตัวอย่างใช้วิธีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยเทคนิคการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จำแนกออกเป็นกลุ่มอาชีพบัญชี สุ่มตัวอย่างนักบัญชีตามสัดส่วน (Proportional Allocation) ได้กลุ่มตัวอย่างจังหวัดนครราชสีมา 238 ตัวอย่าง ขอนแก่น 162 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบตัวเลือก ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินระดับการปฏิบัติเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีแบบมาตราวัด ดังนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์การทำงานด้านบัญชี ประเภทสถานที่ทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด มีจำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 2 – 5 เป็น

แบบสอบถามแบบมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวความคิดของ Likert (1961) วัดตัวแปรแบบมาตรอันตรภาค (Interval Scale) เพื่ออธิบายแบบจำลอง ประกอบด้วย ความเป็นผู้นำที่แท้จริง จำนวน 16 ข้อ วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร จำนวน 20 ข้อ ความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 24 ข้อ มีเกณฑ์การให้ระดับการปฏิบัติ 1 = ไม่เลย 2 = นาน ๆ ครั้ง 3 = บางครั้ง 4 = ค่อนข้างบ่อย 5 = บ่อยมาก ส่วนประสิทธิผลขององค์กร มีเกณฑ์การให้ระดับการรับรู้ 1 = การรับรู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = การรับรู้ที่ไม่เห็นด้วย 3 = กลาง 4 = การรับรู้ที่เห็นด้วย 5 = การรับรู้ที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง วิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling : SEM) แสดงตามตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 สรุปลักษณะตัวแปร และแหล่งข้อมูลการพัฒนาข้อคำถามของผู้วิจัย

ตัวแปร	องค์ประกอบของตัวแปร	Rating Scale 5 ระดับ/จำนวนข้อ	แหล่งอ้างอิงของเครื่องมือ
ความเป็นผู้นำที่แท้จริง (Authentic Leadership)	การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) มุมมองทางศีลธรรมภายใน (Internalized Moral Perspective) การประมวลผลข้อมูลที่สมดุล (Balanced Processing) และ ความโปร่งใสเชิงสัมพันธ์ (Relational Transparency)	16	Walumbwa et al. (2008); Salcedo et al. (2024); Cao และ Dong (2024)
วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร (Organizational Ethical Culture)	ลัทธิสถานการณ์นิยม (Situationalists) ลัทธิสมบูรณาญาสิทธิราชย์ (Absolutists) ลัทธิอัตวิสัย (Subjectivists) และ ลัทธิการยกเว้น (Exceptionists)	20	Forsyth (1980); O'Boyle และ Forsyth (2021); Paschalidou et al. (2023)
ความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 24 ข้อ	ด้านความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่อง (Continuance Commitment) ด้านความผูกพันทางอารมณ์ (Affective Commitment) และ ด้านความมุ่งมั่นเชิงบรรทัดฐาน (Normative Commitment)	24	Allen และ Meyer (1990); Efthymiopoulos และ Goula (2024); Stark et al. (2025)
ประสิทธิผลขององค์กร จำนวน 14 ข้อ	ตัวแบบมนุษย์สัมพันธ์ (Human Relations Model) ตัวแบบระบบเปิด (Open System Model) ตัวแบบเหตุผลและเป้าหมาย (Rational Goal Model) ตัวแบบกระบวนการภายใน (Internal Process Model)	14	Quinn และ Rohrbaugh (1983); วรรชิต ทรรคนะวิเทศ และคณะ (2565); ไพจิตร สกา รันต์ และอุษณี มงคลพิทักษ์สุข (2023)

4.3 ความเชื่อมั่นของคุณภาพเครื่องมือวัด

นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อวัดความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item-Objective Congruence: IOC) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.50 (IOC > 0.50) แสดงว่า ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามผ่านเกณฑ์ มีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ต้องการวัด มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มีความเหมาะสม (Rovinelli & Hambleton, 1977) จากนั้นตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ชุด (Try out) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงจะถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ ด้วยวิธีการของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach, 1990) ได้ค่าอำนาจจำแนกภาพรวมรายด้านอยู่ในช่วง 0.788-0.954 ซึ่งสรุปได้ว่า ผ่านเกณฑ์การทดสอบคุณภาพ

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลและจริยธรรมในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้ Google Forms จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ช่วงเดือน พฤษภาคม – ตุลาคม 2567 ได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งมีการขอหนังสือรับรองจริยธรรม

การวิจัยในมนุษย์ มว.จ 008 เลขที่ 062/2567 เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2567 ในการสมัครใจเข้าร่วม การรักษาความลับ และนำเสนอ ในภาพรวม โดยเอกสารตัวอย่างจะทำลายทั้งหมดไม่สามารถสืบค้นถึงตัวอาสาสมัครได้

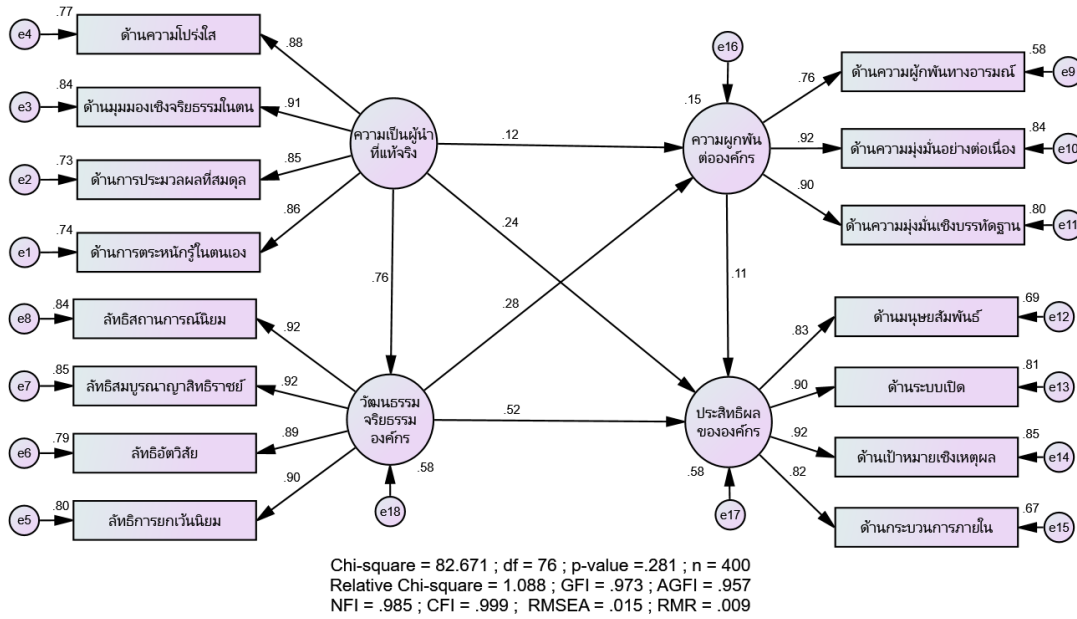
5. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

5.1 ผลการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร

ผลการศึกษา พบว่า ค่าดัชนีทั้ง 9 ตัว ที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือ ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square: χ^2) = 82.671 ไม่มีนัยสำคัญ (Insignificant) p-value = 0.281 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square) = 1.088 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) = 0.973 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.957 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเกณฑ์ (NFI) = 0.985 ค่าดัชนีที่ปรับปรุงมาจากดัชนี NFI (CFI) = 0.999 ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.015 ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (RMR) = 0.009 แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรสามารถร่วมกันอธิบายประสิทธิผลขององค์กรได้ร้อยละ 58 ($R^2 = 0.58$) ดังแสดงตามตาราง 2 และรูปภาพประกอบ 2

ตาราง 2 ค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องและกลมกลืนของแบบจำลองของความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรม องค์กร ความผูกพันต่อองค์กรส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร

การประเมินความสอดคล้องของโมเดล	เกณฑ์การพิจารณา	แหล่งอ้างอิง	ข้อมูลเชิงประจักษ์	
			ค่าดัชนี	ผลบ่งชี้
Chi-square (χ^2)	Insignificant		82.671	สอดคล้องดี
p-value	≥ 0.05	Diamantopoulos & Siguaw (2000), Schumacker & Lomax (2010), Hox (2010)	0.281	ผ่านเกณฑ์
Relative Chi-Square (82.671/76)	< 2.00	Diamantopoulos & Siguaw (2000), Schumacker & Lomax (2010), Hox (2010)	1.088	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.95	Diamantopoulos & Siguaw (2000), Schumacker & Lomax (2010),	0.973	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.95	Diamantopoulos & Siguaw (2000), Schumacker & Lomax (2010)	0.957	ผ่านเกณฑ์
NFI	> 0.95	Diamantopoulos & Siguaw (2000), Schumacker & Lomax (2010)	0.985	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	Diamantopoulos & Siguaw (2000), Hox (2010)	0.999	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	Diamantopoulos & Siguaw (2000), Schumacker & Lomax (2010), Hox (2010)	0.015	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	Diamantopoulos & Siguaw (2000), Schumacker & Lomax (2010), Hox (2010)	0.009	ผ่านเกณฑ์



รูปภาพประกอบ 2 โมเดลสมการโครงสร้างความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร หลังปรับโมเดล

5.2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร

ผลการทดสอบอิทธิพลทางตรง พบว่า วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากความเป็นผู้นำที่แท้จริง ($\beta=0.76$) ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ ($R^2 = 0.58$) ส่วนประสิทธิผลขององค์กรได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรมีค่าอิทธิพลทางตรง ($\beta=0.52$) รองลงมาความเป็นผู้นำที่แท้จริงมีค่าอิทธิพลทางตรง ($\beta=0.24$) และความผูกพันต่อองค์กรมีค่าอิทธิพลทางตรง ($\beta=0.11$) ในขณะที่ความผูกพันต่อองค์กรยังได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ($\beta=0.28$) รองลงมาได้รับอิทธิพลทางตรงจากความเป็นผู้นำที่แท้จริง ($\beta=0.12$) ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ ($R^2 = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

ส่วนผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อม พบว่า ประสิทธิผลขององค์กรได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากความเป็นผู้นำที่แท้จริงผ่านวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.39 และยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจาก ความเป็นผู้นำที่แท้จริงผ่านความผูกพันต่อองค์กรมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.01 ในขณะที่เดียวกันยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรผ่านความผูกพันต่อองค์กรมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.03 ค่าอิทธิพลทางอ้อมรวมเท่ากับ 0.43 ตามตาราง 3

ดังนั้น อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ ($R^2 = 0.58$) สามารถรวมกันอธิบายประสิทธิผลขององค์กรได้ร้อยละ 58

ตาราง 3 สรุป อิทธิพลรวมของแต่ละตัวแปรต่อประสิทธิผลขององค์กร

ตัวแปรต้น/ตัวแปรส่งผ่าน	ประสิทธิผลขององค์กร		
	อิทธิพลโดยตรง (Direct Effect)	อิทธิพลโดยอ้อม (Indirect Effect)	อิทธิพลรวม (Total Effect)
ความเป็นผู้นำที่แท้จริง	$\beta = 0.24$	ผ่าน วัฒนธรรมจริยธรรม = 0.39 ผ่าน ความผูกพันต่อองค์กร = 0.01 รวมอิทธิพลทางอ้อม = 0.40	0.64
วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร	$\beta = 0.52$	ผ่าน ความผูกพันต่อองค์กร = 0.03	0.55
ความผูกพันต่อองค์กร	$\beta = 0.11$	-	0.11

5.3 ผลการทดสอบสมมติฐานโมเดลสมการโครงสร้างความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร จากตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 4 ค่า Standardized Regression Weights และผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	เส้นทาง (Path Analysis)	สัมประสิทธิ์ เส้นทาง	Standard Error (S.E.)	C.R. (t-value)	p- value	ผลการ ทดสอบ
H1	ความเป็นผู้นำที่แท้จริง --> ความผูกพันต่อองค์กร	0.121	0.090	1.448	0.148	ปฏิเสธ
H2	ความเป็นผู้นำที่แท้จริง --> วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร	0.760**	0.041	17.362	0.00**	ยอมรับ
H3	ความเป็นผู้นำที่แท้จริง --> ประสิทธิผลขององค์กร	0.239**	0.059	3.763	0.00**	ยอมรับ
H4	วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร --> ความผูกพันต่อองค์กร	0.282**	0.095	3.436	0.00**	ยอมรับ
H5	วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร --> ประสิทธิผลขององค์กร	0.519**	0.063	8.185	0.00**	ยอมรับ
H6	ความผูกพันต่อองค์กร --> ประสิทธิผลขององค์กร	0.105*	0.035	2.545	0.011*	ยอมรับ

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1: ผลการวิจัย พบว่า ความเป็นผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.121 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.090 ค่า t-value เท่ากับ 1.448 ค่า p-value เท่ากับ 0.148 > 0.05 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2: ผลการวิจัย พบว่า ความเป็นผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อวัฒนธรรมจริยธรรมขององค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.760 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.041 ค่า t-value เท่ากับ 17.362 ค่า p-value เท่ากับ 0.00 < 0.01 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3: ผลการวิจัย พบว่า ความเป็นผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.239 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.059 ค่า t-value เท่ากับ 3.763 ค่า p-value เท่ากับ $0.00 < 0.01$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4: ผลการวิจัย พบว่า วัฒนธรรมจริยธรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.282 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.095 ค่า t-value เท่ากับ 3.436 ค่า p-value เท่ากับ $0.00 < 0.01$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5: ผลการวิจัย พบว่า วัฒนธรรมจริยธรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.519 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.063 ค่า t-value เท่ากับ 8.185 ค่า p-value เท่ากับ $0.00 < 0.01$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 6: ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.105 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.035 ค่า t-value เท่ากับ 2.545 ค่า p-value เท่ากับ $0.011 < 0.05$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยนี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6

5.4 สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล (Model Fit) กับข้อมูลประจักษ์ของการปรับแก้โมเดล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ผลดี โดยมีค่าดัชนีทั้ง 9 ตัว ที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยความเป็นผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรสามารถร่วมกันอธิบายประสิทธิผลขององค์กรได้ร้อยละ 58 ($R^2 = 0.58$) หากพิจารณาจะพบว่า ความเป็นผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างไม่มีความสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05 ไม่สอดคล้องกับ Ribeiro et al. (2020); Baquero (2023); Riyanto et al. (2021); Nair et al. (2022) ที่พบว่าภาวะผู้นำที่แท้จริงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อาจเนื่องจากพนักงานเป็นกลุ่มคนเจนเนอรัชั่น Y มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองอย่างไร ความเป็นไปได้ที่จะเลือกในการหางานมากขึ้นเพื่อการเรียนรู้และเติบโต ให้ความสำคัญกับ Work-Life Balance และมีความต้องการความคล่องตัวสูงจะลดระดับความผูกพันต่อองค์กร มีความสอดคล้องกับทฤษฎี Generation Y แนวคิดของ Howe & Strauss (1991)

ส่วนผู้นำที่แท้จริงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร มีความสอดคล้องกับ Yang (2024); Mahmoud et al. (2024); Alkhadra et al. (2022); Herminingsih (2024) และผู้นำที่แท้จริงยังมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับประสิทธิผลขององค์กรมีความสอดคล้องกับ Zhang และ Li (2023); ปกรณ์ อุดมธนะสารสกุล (2567); Singh (2024) ส่วนในด้านวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรมีความสอดคล้องกับ Tyll et al. (2025); สุมาลี เฮงยศมาก, และ สรรฤดี ดีปู้. (2567); ศักดิ์ชัย จันทะแสง (2566) และวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับประสิทธิผลขององค์กรมีความสอดคล้องกับ Lamsam และ Charoensukmongkol (2023); วุฒิพงศ์ รงคปราณี และคณะ (2565); Zeb et al. (2021); Sybesma (2022) อย่างไรก็ตามความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับประสิทธิผลขององค์กรมีความสอดคล้องกับ สุวรรณ วรงค์สุไร (2568); Chen และ Peng (2021); ปรินทร์ฉัตร พงศ์นาคศิริ (2565)

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของวัฒนธรรมจริยธรรมขององค์กรได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากความเป็นผู้นำที่แท้จริง มีความสอดคล้องกับ Yang (2024); Mahmoud et al. (2024); Alkhadra et al. (2022); Herminingsih (2024) ส่วนประสิทธิผลขององค์กรได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวก สูงสุดจากวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร มีความสอดคล้องกับ Lamsam and Charoensukmongkol (2023); วุฒิพงศ์ รงคปราณี และคณะ (2565); Zeb et al. (2021); Sybesma (2022) รองลงมาได้รับอิทธิพลทางตรงจากความเป็นผู้นำที่แท้จริง มีความสอดคล้องกับ Zhang and Li (2023); ปกรณ์ อุดมธนะสารสกุล (2567); Singh

(2024) และยังได้รับอิทธิพลทางตรงจากความผูกพันต่อองค์กร มีความสอดคล้องกับ สุวรรณมา วงศ์สุรไกร (2568); Chen และ Peng (2021); ปริพันธ์ฉัตร พงศ์นาคศิริ (2565) ในขณะที่ความผูกพันต่อองค์กรยังได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดจากวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรมีความสอดคล้องกับ Tyll et al. (2025); สุมาลี เสงยศมาก, และ สรรฤดี ตีปู้. (2567); ศักดิ์ชัย จันทะแสง (2566) รองลงมาได้รับอิทธิพลทางตรงจากความเป็นผู้นำที่แท้จริงแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติไม่มีความสอดคล้องกับ Ribeiro et al. (2020); Baquero (2023); Riyanto et al. (2021); Nair et al. (2022) แต่มีความสอดคล้องกับทฤษฎี Generation Y แนวคิดของ Howe & Strauss (1991) อาจเนื่องจากพนักงานมีความสามารถที่รับรู้ได้ มีอายุน้อย และมีความต้องการความคล่องตัวสูง

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของประสิทธิผลขององค์กรได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากความเป็นผู้นำ ที่แท้จริงผ่านวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร มีความสอดคล้องกับ Lamsam and Charoensukmongkol (2023) พบว่า ผู้นำองค์กรมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ผลการปฏิบัติงานขององค์กร สร้างวัฒนธรรมหรือบรรยากาศที่ส่งเสริมความพึงพอใจในงานของพนักงาน ความผูกพัน และการรับรู้ประสิทธิผลขององค์กร Alkhadra et al. (2022) พบว่า ภาวะผู้นำที่มีจริยธรรมไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร แต่ยังส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมองค์กรทั้งยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากวัฒนธรรมจริยธรรมขององค์กรผ่านความผูกพันต่อองค์กร ปกรณณ์ อุดมธนะสารสกุล (2567) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกต่อการดำเนินงานของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ความเป็นผู้นำที่แท้จริง และวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร มีความสำคัญที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อประสิทธิผลขององค์กร โดยเฉพาะด้านเป้าหมายเชิงสาเหตุที่มีการวางแผน มีเป้าหมายที่ชัดเจน มุ่งงาน มีศักยภาพ และมีประสิทธิผลต่อองค์กร กล่าวคือ ผลการดำเนินงาน ความสำเร็จ และประสิทธิผลขององค์กรนั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติทางจริยธรรมของผู้นำที่สร้างวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร บรรยากาศการทำงานที่เป็นธรรมต่อการรับรู้ของพนักงาน เพื่อสร้างความผูกพันขององค์กรที่แท้จริงซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร ผู้บริหารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจประยุกต์ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย เช่น มีการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมภาวะผู้นำที่เน้นการพัฒนาคุณสมบัติสำคัญ เช่น ความโปร่งใส ความจริงใจ และความสามารถในการสะท้อนตนเอง ซึ่งจำเป็นสำหรับนักบัญชีในยุคดิจิทัล เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของวัฒนธรรมจริยธรรมในองค์กรของตน และนำไปสู่การจัดทำนโยบายที่ตรงจุด มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ไว้วางใจได้ซึ่งผู้นำควรเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นให้ทีมทราบอย่างตรงไปตรงมา จัดให้มีการพูดคุยแบบตัวต่อตัวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับฟังและทำความเข้าใจความต้องการส่วนบุคคลของพนักงานแต่ละคน มีการปรับปรุงระบบการทำงานให้ทันสมัย มุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างทักษะใหม่ๆ (Upskilling) จัดโปรแกรมฝึกอบรมเสริมโอกาสในการเรียนรู้ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น Big Data Analytics หรือเทคโนโลยี Blockchain สำหรับงานบัญชี มีการสร้างอาชีพที่น่าสนใจมากขึ้นสำหรับบุคลากรด้านบัญชี ทำให้พนักงานรู้สึกว่าการให้ความสำคัญกับการเติบโตของพวกเขา ยังผลให้รักษาพนักงานที่มีความสามารถสูงไว้ในองค์กร อีกทั้งควรมีการปรับเปลี่ยนของผู้บริหารจากผู้สั่งการมาเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้คำปรึกษา อีกทั้งให้ความสำคัญกับปัจจัยสุขอนามัย (เช่น ค่าตอบแทนที่ยุติธรรม) และปัจจัยจูงใจ (เช่น ความก้าวหน้าในอาชีพ) ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงานที่ยั่งยืนขององค์กร

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.1.1 ควรมีการเพิ่มเติมตัวแปรภาวะผู้นำโดยธรรมชาติ หรือผู้นำด้านอื่น ๆ ว่าผู้นำแบบใดที่เหมาะสมกับวิชาชีพทางการบัญชี และเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร หรือศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำตามทฤษฎีคุณลักษณะ (Trait Theory) ของหัวหน้าแผนกบัญชีกับความผูกพันต่อองค์กรและความซื่อสัตย์ในการทำงานของทีม

6.1.2 ศึกษาว่าการนำระบบอัตโนมัติ (Robotic Process Automation: RPA) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) มาใช้ในงานบัญชีซ้ำๆ จะช่วยให้นักบัญชีมีเวลาไปทำงานที่ทำหายมากขึ้น ซึ่งเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันหรือไม่

6.1.3 ควรเพิ่มตัวแปร ความไว้วางใจ วัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ โครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี และความคล่องตัว ในองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร โดยต้องพิจารณาถึงช่องว่างระหว่างเจนเนอเรชัน (Generation) ที่แตกต่างกัน และ ผลกระทบที่มีต่อการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร โดยศึกษาพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่ขับเคลื่อนวัฒนธรรมจริยธรรมในองค์กรบัญชี และความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน

6.1.4 ควรมีการศึกษาเจนเนอเรชัน (Generation) ที่แตกต่างกัน ด้านผลตอบแทน สวัสดิการ การเรียนรู้และเติบโต โดยข้อเสนอตรงตามความต้องการของคนในเจนเนอเรชันที่ต่างกันเพื่อดูผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรที่เหมาะสมกับยุค เทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือศึกษาการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance) เสริมสร้างวัฒนธรรมแห่ง การเรียนรู้ในองค์กร

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

6.2.1 การพัฒนาผู้นำที่มีจริยธรรมอย่างแท้จริงสามารถทำให้เกิดวัฒนธรรมจริยธรรมขององค์กรให้ดีขึ้น ผ่านการ รับรู้ของพนักงานซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร และพัฒนาองค์กรให้เกิดประสิทธิผลส่วนการพัฒนามาตรฐาน จริยธรรมขององค์กรให้มากขึ้น จะมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมและการกระทำของพนักงานในที่ทำงาน ดังนั้นหากต้องการให้ พนักงานมีความผูกพันมากขึ้น ความเป็นผู้นำที่แท้จริงควรกระตุ้นความสามารถในการทำสิ่งที่ถูกต้องและยุติธรรมสำหรับผู้ตาม มีความมุ่งมั่นการสร้างวัฒนธรรมจริยธรรมองค์กร ที่มีการสนับสนุนทั้งการพัฒนาผู้ตามและประสิทธิผลขององค์กร

6.2.2 การพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานให้ดีขึ้น ผู้นำที่แท้จริงควรสร้างเป้าหมายที่ชัดเจนให้ตรงกับ ความต้องการของพนักงาน เช่น ความคล่องตัว การเรียนรู้ การเติบโต ผ่านการปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความยุติธรรม การสนับสนุน พนักงานในด้านต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมในการทำงานที่ดี และพนักงานรู้สึกมั่นใจและพร้อมจะ ทำงานอย่างเต็มที่ด้วยความสมัครใจ อีกทั้งสร้างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความเชื่อมั่น เชื่อใจว่าสามารถนำไปสู่เป้าหมายของ องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะยังผลให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญจะช่วยในการตัดสินใจในการที่จะ คงอยู่กับองค์กร พร้อมทุ่มเทความสามารถมากยิ่งขึ้น

6.2.3 ผลจากการศึกษา ชี้ให้เห็นความสำคัญของผู้นำที่แท้จริง วัฒนธรรมจริยธรรมองค์กรและความผูกพันต่อ องค์กร สามารถเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่หน่วยงานของภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำมา ประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้กับธุรกิจ สร้างขวัญกำลังใจให้กับ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความมั่นใจกับ ผู้บริโภค สังคม ชุมชนและด้านสิ่งแวดล้อม

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุลที่สนับสนุนทุนวิจัยเพื่อส่งเสริมให้คณาจารย์ได้รับการพัฒนา และ ผลงานวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์กรสืบไป

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). จำนวนผู้ทำบัญชีที่มีสถานะคงอยู่. ค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2567. https://opendata.dbd.go.th/my_MM/dataset/dataset_32_01/resource/a5e48055-77b7-4778-a46f-a21673d0572f

กรุงเทพธุรกิจ. (2566, 1 กรกฎาคม). *ครั้งแรกปี 66 'ตลาดหุ้นไทย' สุดปั่น! วิฤติ STARK-แบงก์วัน-การเมืองถล่ม*. การเงิน- การลงทุน. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/finance/1076235>

- ครรรชิต ทรรคนะวิเทศ, อุทัย เลาหวิเชียร, และสุวรรณี แสงมหาชัย. (2565). ความเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผล: กรอบการแข่งขัน
ค่านิยมของผู้ปฏิบัติงานในองค์การภาครัฐ. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร*, 17(1), 19-35.
- จณิสตา อินทรสุวรรณโณ. (2565). *ประสิทธิผลการทำงานของคณะกรรมการหมู่บ้าน (กม.) ที่ทำการปกครองอำเภอจอมบึง
จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. Chulalongkorn
University Theses and Dissertations. ค้นเมื่อ 11 เมษายน 2568, จาก <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/10608>
- ณัฐวัชร จันทโรภรณ์ และพงษ์ศักดิ์ พัวพรพงษ์. (2563). ประสิทธิภาพขององค์การ (Organization Effectiveness). *วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ*, 9(2). 1-12.
- ทวิณานันท์ พุ่มพิพัฒน์, ประยงค์ มีใจซื่อ, และ นรพล จินันท์เดช. (2565). ผลกระทบของความผูกพันขององค์การและบุปปัจจัยต่อ
การคงอยู่ของแรงงานชาวเมียนมาในจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(47). 141-158.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2567). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. (พิมพ์ครั้งที่ 20 ปรับปรุงใหม่ล่าสุด).
กรุงเทพฯ : เอส. อาร์. ฟรินดิง แมสโปรดักส์.
- ปกรณ อุดมธนะสารสกุล. (2567). อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อ
การมุ่งเน้นการเรียนรู้กับผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 16(1), 135- 153.
- ปริญทร์ฉัตร พงศ์นาคศิริ. (2565). *ปัจจัยแนวปฏิบัติการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานองค์กร/
ธุรกิจสตาร์ทอัพ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล). ค้นเมื่อ 2
เมษายน 2568, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4340/1/TP%20HOM.006%202565.pdf>
- ไพจิตร สกาวรัตน์ และ อุษณี มงคลพิทักษ์สุข. (2566). ทูมมนุษย์ ทูมทางสังคม กับประสิทธิผลองค์กรของสถานีตำรวจ
กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 1-9. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 15(2). 20-39.
- มยุรี วรณสกุลเจริญ และชาญณรงค์ รัตนพนากุล. (2563). ประสิทธิภาพขององค์การ (Organizational Effectiveness).
วารสารศิลปการจัดการ, 4(1), 193-204.
- วุฒิพงศ์ รงคปราณี, ชิษณุพงศ์ ทองพวง, และไพศาล จันทรังษี. (2565). โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
วัฒนธรรมองค์กรและประสิทธิผลองค์กรของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*,
11(5), 260-275.
- ศักดิ์ชัย จันทะแสง. (2566). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความ
ผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. *Journal of Management
Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 10(1). 92-106.
- ศรัณย์ รุ่งเรือง. (2566). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการธุรการสังกัดสำนักงานอัยการสูงสุด.
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 9(1), 254-269.
- สุมาลี เฮงยศมาก และ สรรฤดี ดีป. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของครูโรงเรียนเอกชน
สังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*, 17(2), 92-108.
ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2568, จาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/edjour_stou/article/view/271314/184446
- สุวรรณา วงศ์สุโร (2568). แรงจูงใจในการทำงาน และความผูกพันของสมาชิกองค์กรในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงภาวะ
ผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรให้บริการภาคประชาสังคมที่ไม่แสวงหาผลกำไร (สโมสรโรตารี
ในกรุงเทพมหานคร). *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน*, 7(1), 291-308.
- อนุดิษฐ์ ฐานไชยกร (2562). ความผูกพันในองค์การ. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 4(1), 32-45.

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1–18.
- Alkhadra, W. A., Khawaldeh, S., & Aldehayyat, J. (2022). Relationship of ethical leadership, organizational culture, corporate social responsibility, and organizational performance: A test of two mediation models. *International Journal of Ethics and Systems*, 39(4), 737-760.
- Avolio, B. J., Gardner, W., & Walumbwa, F. O. (2007). *Authentic Leadership Questionnaire for Researchers (ALQ)* [Database record]. APA PsycTests. Retrieved on June 2, 2024, from <https://doi.org/10.1037/t06442-000>
- Baquero, A. (2023). Authentic Leadership, Employee Work Engagement, Trust in the Leader, and Workplace Well-Being: A Moderated Mediation Model. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 1403–1424.
- Barbars, A. (2015). Interaction between organizational culture and work engagement in an IT department within financial institution. *Journal of Business Management*, 10, 106–123.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the Commitment. *American Journal of Sociology*, 66(1), 32-40. Retrieved on June 21, 2024, from <https://www.jstor.org/stable/2773219>
- Berberoglu, A., & Secim, H. (2015). Organizational commitment and perceived organizational performance among health care professionals: Empirical evidence from a private hospital in Northern Cyprus. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 7(1), 64–71.
- Cao, V. Q., & Dong, C. N. T. (2024). The mediating role of work engagement in the impact of authentic leadership and organizational justice on employee mental health. *Cogent Psychology*, 11(1), 1-12.
- Chen, S.-W., & Peng, J.-C. (2021). Determinants of frontline employee engagement and their influence on service performance. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(5), 1062–1085.
- Clarence, M., Devassy, V. P., Jena, L. K., & George, T. S. (2021). The effect of servant leadership on ad hoc schoolteachers' affective commitment and psychological well-being: The mediating role of psychological capital. *International Review of Education*, 67(3), 305–331.
- Cronbarch, L. J. (1990). *Essential of Psychology Testing*. 5th ed. New York: Harper and Row Publishers Inc.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, J. A. (2000). *Introduction to LISREL: A guide for the uninitiated*. London: Sage Publications, Inc.
- Efthymiopoulos, A., & Goula, A. (2024). Measuring the reliability and validity of Allen and Meyer's organizational commitment scale in the public sector. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 8(2), 113–123.
- Forsyth, D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), 175–184.
- Gardner, W. L., Avolio, B. J., Luthans, F., May, D. R., & Walumbwa, F. O. (2005). Can you see the real me? A self-based model of authentic leader and follower development. *Leadership Quarterly*, 16, 343-372.
- George B. (2003). *Authentic Leadership: Rediscovering the Secrets to Create Lasting Value*. San Francisco, CA: Jossey Bass.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

- Hermingsih, A. (2024). The influence of ethical leadership and ethical culture on ethical behavior in higher education institutions. *Journal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 10(4), 853-859.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. William Morrow & Co., New York, 1991.
- Hox, J. J. (2010). *Multilevel analysis: Techniques and applications (2nd ed.)*. Routledge/Taylor and Francis Group.
- Huhtala, M., Kaptein, M., Muotka, J., & Feldt, T. (2022). Longitudinal patterns of ethical organizational culture as a context for leaders' well-being: Cumulative effects over 6 years. *Journal of Business Ethics*, 177(2), 421–442.
- Hu, X., Zhao, R., Gao, J., Li, J., Yan, P., Yan, X., et al. (2021). Relationship Between Proactive Personality and Job Performance of Chinese Nurses: the Mediating Role of Competency and Work Engagement. *Front. Psychol*, 12:533293.
- Khan, K. Z., & Haji-Othman, J. (2025). Factors affecting perceived organizational performance with mediation of job satisfaction. *Journal of Economics and Management*, 47, 59-89.
- Kniffin, K. M., Narayanan, J., Anseel, F., Antonakis, J., Ashford, S. P., Bakker, A. B., Bamberger, P., Bapuji, H., Bhave, D. P., Choi, V. K., Creary, S. J., Demerouti, E., Flynn, F. J., Gelfand, M. J., Greer, L. L., Johns, G., Kesebir, S., Klein, P. G., Lee, S. Y., ..., & Vugt, M. V. (2021). COVID-19 and the workplace: Implications, issues, and insights for future research and action. *American Psychologist*, 76(1), 63-77.
- Kontoghiorghes, C. (2016). Linking high performance organizational culture and talent management: Satisfaction/motivation and organizational commitment as mediators. *International Journal of Human Resource Management*, 27, 1833–1853.
- Kurian, D., & Nafukho, F. M. (2022). Can authentic leadership influence the employees' organizational justice perceptions? – A study in the hotel context. *International Hospitality Review*, 36(1), 45-64.
- La Rocca, M., La Rocca, T., Fasano, F., & Sanchez-Vidal, J. (2023). From the top down: Does corruption affect performance?. *Papers 2310.20028*, arXiv.org.
- Lamsam, N., Charoensukmongkol, P. (2023). Effect of CEO transformational leadership on organizational ethical culture and firm performance: the moderating effect of competitive intensity. *Journal of Asia business studies*, 17(3), 539 – 558.
- Likert, F., Rensis. (1961). *New Pattern of Management*. NY: McGraw-Hill.
- Mahmoud, R., Kamil, S. A., Mohammed, M., & Madhi, Z. J. (2024). Cross-Cultural Leadership Approaches for Managing Diverse Workforces Globally. *Journal of Ecohumanism*, 3(5), 682–699.
- Mathieu, J.E., & Zajac, D.M. (1990). A Review and Meta-Analysis of the Antecedents, Correlates, and Consequences of Organizational Commitment. *Psychological Bulletin* 1990, 108(2), 171-194.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(12), 16-23.
- Meyer, J.P., & Allen, N.J. (1997). *Commitment in the workplace*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Nair, B. P., Prasad, T., & Nair, S. K. (2022). Role of leader and followers' well-being, engagement and the moderating role of psychological capital. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(8), 3293–3308.
- Nayak, S., & Dubey, S. R. (2022). The collapse of corporates: A case study on understanding the managerial perspectives of business ethics (With special reference to selected industrial & commercial business centers in eastern India). *International Journal of Research in Management*, 4(1), 1–9.
- O'Boyle, E.H., & Forsyth, D.R. (2021). Individual differences in ethics positions: The EPQ-5. *PLoS one* 16(6), e0251989.
- Paschalidou, K., Tsitskari, E., Alexandris, K., & Filippou, D. (2023). Conceptualizing ethics positions of health and fitness managers; an empirical investigation in Greece. *Retos*, 51, 398-407.
- Pittinsky, T. L. & Shih, M. J. (2004). Knowledge nomads: Organizational commitment and worker mobility in positive perspective. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 791- 807.
- Quinn, R. E. & Rohrbaugh, J. (1983). A Spatial Model of Effectiveness Criteria: Toward a Competing Values Approach to Organizational Analysis. *Management Science*, 29, 363-377.
- Rego R, Sousa F, Marques C, Pina e Cunha M. (2012). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of Business Research*. 65. 429-437.
- Ribeiro, N., Duarte, P., & Fidalgo, J. (2020). Authentic leadership's effect on customer orientation and turnover intention among Portuguese hospitality employees: the mediating role of affective commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(6), 2097– 2116.
- Riyanto, S., et al. (2021). Effect of Work Motivation and Job Satisfaction on Employee Performance: Mediating Role of Employee Engagement. *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 162-174.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2(2), 49-60.
- Roy, A., Newman, A., Round, H., & Bhattacharya S. (2024). Ethical culture in organizations: A review and agenda for future research. *Business Ethics Quarterly*, 34(1), 97-138.
- Salcedo, J., Gandolfi, F., & Garza, A. (2024). Authentic leadership: A quantitative study of the effect of authentic leadership on group cohesion and work engagement in student organizations in Mexico. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(1), 01-29.
- Schumacher, R. E. & Lomax, R. G., (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling: SEM. (3rd ed.)*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Shahid, A. (2018). Employee Intention to Stay: An Environment Based on Trust and Motivation. *Journal of Management Research*, 10, 57-71.
- Singh, S. (2024). Cross-Cultural Management Practices in Multinational Corporations: Enhancing Organizational Effectiveness. *Universal Research Reports*, 11(4), 159–164.
- Stark, H. P., Smith, R. W., & Carter, N. T. (2025). Organizational commitment profiles and employee well-being: Exploratory and confirmatory latent profile analyses. *Occupational Health Science*. Advance online publication.

- Sybesma, T. A. (2022). *A study of organizational culture in a business college using the Competing Values Framework* [Doctoral dissertation]. Montana State University. Retrieved on April 14, 2024, from <https://scholarworks.montana.edu/items/6ce55475-860a-4954-b51c-6a5cdade1c94>
- Tyll, L., Srivastava, M., & Bruder Badie, N. (2025). The industry specific effect of ethical organizational culture on job response and job commitment: A case of Czech firms. *Journal of East-West Business*, 31(1), 21–44.
- Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., & Peterson, S. J. (2008). Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure. *Journal of Management*, 34(1), 89-126.
- Widyastuti, K., Hayati, K. & Ahadiat, A. (2020), Effect of ethical leadership on performance: validation of task performance measurement in banking context, *Test Engineering and Management*, 83, 8485-8497.
- Yang, Y.-K. (2024). A conceptual model of authentic leadership in cross-cultural context. *International Journal of Cross Cultural Management*, 24(3), 609-629.
- Yusuf, M., Bernardianto, R., Riban, H., Nurhasanah, N., Irwani, I., Setyoko, P. & Saputra, A. (2023). Investigating the role of transformational leadership, innovative work behavior, and team member exchange on public service organization performance. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(6), 1-21.
- Zeb, A., Akbar, F., Hussain, K., Safi, A., Rabnawaz, M. and Zeb, F. (2021). The competing value framework model of organizational culture, innovation and performance. *Business Process Management Journal*, 27(2), 658-683.
- Zhang, H. , Li, X. and Li, Y. (2023) The Impact of Authentic Leadership on Employee Innovation Behavior and Work Engagement in Specialized, Fined, Peculiar and Innovative SMEs. *Open Journal of Business and Management*, 11(1), 238-259.

Factors Influencing Purchase Behavior and Loyalty Among Showrooming and Webrooming Online Shoppers

Wanlee Putsom¹ and Sorawit Ngamsutti^{2,*}

Received : 12 June 2025 Revised : 2 September 2025 Accepted : 6 October 2025

Abstract

The objective of this research is to study the two shopping behaviors that influence the purchase of products, which are showrooming and webrooming, on the purchasing behavior and loyalty of showrooming and webrooming online shoppers. This is cross-sectional research collecting data via online channels from 549 people who have experience in online shopping. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, correlation analysis, confirmatory factor analysis (CFA), and structural equation analysis (SEM). The results of hypothesis testing show that showrooming purchases are positively influenced by product quality perception, excitement of price comparison, product complexity perception, and geographic accessibility. Consequently, showrooming purchasing behavior has a positive influence on showrooming purchasing loyalty. Although, online security concerns were found to have no significant effect on showrooming purchasing behavior.

For webrooming purchase, it shows a significant positive influence between the factors that influence the purchase of webrooming products in terms of product quality perception, product complexity perception, and online security concerns. Geographic access has a positive influence on webrooming purchasing behavior, and webrooming purchasing behavior has a positive influence on showrooming purchasing loyalty. However, it was found that the factor that influences webrooming purchasing behavior, the excitement of price comparison, has no influence on webrooming purchasing behavior. The results show that understanding of showrooming and webrooming purchasing behaviors provide insights for businesses to enhance consumer loyalty in the online retail context.

Keywords: Showrooming, Webrooming, Purchase Behavior, Purchase Loyalty, Purchase Intention, Online Shopper

¹Associate Professor, Faculty of Business Administration, Asia-Pacific International University

²Lecturer, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhonphanom University

* Corresponding author: sorawit_oat@hotmail.com

1. Introduction

In the digital age where information technology plays an important role in daily life, consumer shopping behavior has changed significantly, especially in the context of omni-channel retailing, where consumers can conveniently access product and service information via both online and offline channels (Sharma et al., 2024). Showrooming and webrooming are behaviors that reflect the structural changes in consumer shopping behavior in the digital age. Consumers want a "Seamless Shopping Experience" both online and offline (Jiao & Hu, 2022). Stores must adjust their strategies to meet the needs for convenience, price, and experience to maintain a competitive advantage. Showrooming is a behavior in which consumers go to see or try products in a physical store to touch or evaluate the product first, and then go back to buy the same product online because it is cheaper or more convenient. Digital consumer behavior shows that shoppers value price comparisons and real-time reviews through smartphones, even while visiting offline stores. This behavior influences retailers' strategies by urging them to adapt through approaches such as price matching or enhancing the in-store experience to connect the gap between offline and online channels (Offline to Online: O2O). This change encourages retailers to create a seamless shopping journey (Seamless Experience) that connects physical and online sales (Wong & Lee, 2022), while simultaneously creating price pressure that intensifies competition for traditional retailers against online platforms. As for the importance of webrooming, it is the behavior of consumers studying product information through online channels, such as websites, reviews, or social media, and then going to buy the actual product at an offline store (Flavián et al., 2020). Currently, this type of purchasing behavior will increase consumer confidence because consumers will take the time to study information in advance, making it easier to make a purchase decision and reducing risk. It helps create opportunities for traditional retailers. Even though consumers start their shopping online, they still value the in-store experience, such as touching, trying, and receiving advice from staff, as well as helping to stimulate the creation of omni-channel experience (Ewim et al., 2024) because stores must adjust their marketing strategies to connect all channels together, such as displaying product information at the store that matches the online advertisement or providing Click & Collect services and helping to stimulate personalization. Stores can use consumer search data to offer promotions or special deals when consumers walk into their stores.

The study of showrooming and webrooming purchasing behavior is important because it directly affects both customer loyalty and purchase intention, particularly in the context of omni-channel retailing where consumers enjoy greater flexibility in selecting shopping channels. De Carvalho (2024) emphasized that the perceived risks and benefits of omnichannel strategies influence consumer behavior, noting that when perceived risks are more than perceived benefits, consumers may become unwilling to engage with such strategies. Similarly, Theocharis et al. (2025) examined Gen Z's online shopping behavior and found that perceived risk and product complexity were key factors affecting their purchasing decisions. Moreover, prior research has noted that perceived product quality (PPQ) (Wang et al., 2023), price comparison excitement (PCE) (Lin et al., 2022), perceived product complexity (PPC) (Ali et al., 2021), online security concerns (OSC) (Sharma et al., 2021), and geographic accessibility (GA) (Wang et al., 2023) all play crucial factors in shaping consumer purchasing behavior.

Building on these findings, previous research investigating the factors of showrooming and webrooming behavior identified several influencing factors, including performance expectancy, price value, social influence, and

hedonic motivation, all of which significantly impact consumers' intentions to participate in both behaviors (Kang, 2018; Aw et al., 2021). Moreover, the perception of personal control in the purchasing process (Personal Attribution) has been shown to enhance a sense of being a smart shopper (Smart Shopping Feelings), a factor particularly significant in webrooming behavior (Flavián et al., 2020). Nevertheless, the investigation into the relationship between showrooming and webrooming behaviors and customer loyalty remains limited, particularly regarding purchase intention, which may function as a critical mediating variable connecting purchasing behavior with customer loyalty (Wang et al., 2023; Liu & Liu, 2024).

A review of the existing literature shows that research comparing the effects of showrooming and webrooming on consumer loyalty in the context of Thailand or Southeast Asia remains scarce, particularly among online consumers who are inclined to undertake both behaviors. This emphasizes the importance of the present study, which seeks to address this knowledge gap and provide practical implications for entrepreneurs in developing marketing strategies that align with the purchasing patterns of digital consumers (Kang, 2018; Flavián et al., 2020). Much of the previous research has focused on Western markets such as the United States and Europe, which differ from the Thai context where consumers frequently use diverse e-commerce platforms and rely heavily on social media for product information prior to making purchases, thus creating more complex patterns of channel selection. Accordingly, the purpose of this research is to examine the causal relationships among showrooming and webrooming purchasing behaviors, purchase intention, and both brand and store loyalty. The findings are expected to contribute to the development of e-commerce and online retail platforms that can effortlessly integrate consumer experiences across offline and online channels (Omni-channel experience). Beyond practical contributions, the study also carries academic value and may inform the conception of policies or initiatives designed to strengthen the competitiveness of Thai entrepreneurs, enabling them to achieve sustainable growth in the digital economy.

2. Research Objectives

1. To determine the direct influence of perceived product quality (PPQ), price comparison excitement (PCE), perceived product complexity (PPC), online security concerns (OSC), and geographic accessibility (GA) on showrooming purchasing behavior.

2. To investigate the direct influence of showrooming purchasing behavior on showrooming purchase loyalty.

3. To assess the direct influence of perceived product quality (PPQ), price comparison excitement (PCE), perceived product complexity (PPC), online security concerns (OSC), and geographic accessibility (GA) on webrooming purchasing behavior.

4. To explore the direct influence of webrooming purchasing behavior on showrooming purchase loyalty.

2. Literature Review

2.1 Purchasing Product Loyalty

Product loyalty refers to the intention and behavior of customers who continuously choose to buy products or services from the same brand, even though there are other similar options in the market. This loyalty is often caused by satisfaction with the user experience, confidence in the quality of the product, or a sense of attachment to the brand. This definition shows that loyalty arises from the relationship between positive attitudes toward the brand and repeat

purchasing behavior, which must occur together (Damaschi et al., 2025). Prior studies indicate that promoting a good experience from multiple channels (e.g., online and offline) through both showrooming and webrooming behaviors increases brand satisfaction and trust, which in turn affects loyalty. For example, Ewim et al., (2024) stated that the concept of om-nichannel customer experience leads to the creation of an experience that combines online and offline channels. As a consequence, in customer satisfaction and leads to long-term loyalty. In addition, Flavián et al., (2020) found that webrooming helps strengthen customer relationships because searching for information online before purchasing makes consumers feel confident in their decision. Moreover, when retailers can deliver consistent purchasing experiences both online and offline, it helps stimulate brand loyalty.

1) Showrooming loyalty (SL)

Carvalho de Mesquita et al., (2024) refers that showrooming is the extent to which consumers who engage in showrooming remain loyal to a brand or retailer, despite using both offline and online channels (and sometimes different retailers) in their purchase journey. In addition, showrooming loyalty refers to the degree to which consumers who examine or experience products in offline stores continue to purchase from the same retailer or brand online, demonstrating repeat purchase behavior and sustained commitment despite the cross-channel shopping behavior (Sharma et al., 2025). As Carvalho de Mesquita et al., (2024) found that intention behavior is the crucial factor that keeps showrooming from reducing loyalty: if customers intend to buy from the same retailer after showrooming, they remain loyal to the brand or retailer, making loyalty more sustainable.

2) Webrooming loyalty (WL)

Webrooming loyalty refers to the tendency of consumers who take part in webrooming (searching for product information online but completing the purchase in an offline store) to remain committed to a specific brand or retailer (Yaqub et al., 2022). Moreover, Kleinlercher et al., (2020) stated that webrooming loyalty refers to the extent to which consumers who engage in webrooming remain committed to a specific retailer or brand across online and offline touchpoints within an omni-channel environment. From Yaqub et al., (2022) found that intention behavior is the key factor that links online searching and offline purchasing. When consumers plan to buy from a brand after researching online, their intention leads them to remain loyal to that brand, especially when supported by online marketing and consumer engagement.

Thus, showrooming loyalty refers to consumers who inspect products in physical stores but continue purchasing from the same brand or retailer online, maintaining loyalty despite using multiple channels; this loyalty is sustained when consumers intend to buy from the same retailer after showrooming. Similarly, webrooming loyalty describes consumers who research products online but complete purchases in physical stores, remaining committed to a brand across online and offline touchpoints; this loyalty is also driven by purchase intention, especially when supported by effective online marketing and engagement. Therefore, this research used loyalty in purchasing products from both showrooming and webrooming as dependent variables to study the influencing factors and purchase behavior in showrooming and webrooming.

2.2 Product Intention Behavior

Factors intention product purchase refers to events or characteristics that influence consumer decisions to purchase products and services, whether in terms of satisfaction, purchase intention, or purchasing behavior that

changes according to the context. It can be divided into internal and external factors, which help understand which channels consumers decide to purchase products through and why they choose that type of product. Important factors affecting purchase decisions in the digital age include PPQ, PCE, PPC, OSC, and GA (Ali et al., 2021; Sharma et al., 2021; Lin et al., 2022; Wang et al., 2023). These ideas are consistent with the Prospect Theory by Kahneman & Amos (1979), which explains that consumers tend to make decisions under uncertainty and use psychological shortcuts (heuristics) and biases towards various information, especially in the context of online and offline shopping. From the literature review, it was found that each sub-factor plays a specific role in consumer decision-making, including perceived product quality, which affects purchase intention because products that consumers perceive as having high quality are more likely to be selected (Rosillo-Díaz et al., 2020). In terms of price comparison excitement, it helps consumers feel value for money and influences their purchase decision (Krasnikolakis et al., 2018). In terms of perceived product complexity, such as multiple uses or complex descriptions, it can make consumers hesitate (Fürst et al., 2024). In terms of online security concerns, consumers who are afraid of personal data leakage or insecure payments tend to avoid online shopping (Nguyen et al., 2024). Meanwhile, geographic accessibility, such as convenience of delivery or access to stores, affects purchase decisions in channels that meet time and distance requirements (Shao et al., 2022). Therefore, product intention behavior refers to the internal and external factors that impact a consumer's decision to buy a product or service. These factors help explain why consumers choose certain products and shopping channels. Key influences include five factors: PPQ, PCE, PPC, OSC, and GA, which all affect showrooming and webrooming purchasing behavior, as well as consumer loyalty.

2.3 Showrooming Behavior

Showrooming behavior is the behavior of consumers who visit or try products in physical stores (offline) before deciding to buy products through online channels. They are often motivated by price comparison, convenience of purchase, or the need for more information about the product. This behavior reflects the change of consumers in the digital age who prefer to use multiple channels to buy products (Rodríguez-Torrico et al., 2024). The concept of showrooming is consistent with the Consumer Decision-Making Theory of Howard & Sheth (1969, p. 81–105), which explains that consumers use information from multiple sources to make decisions, especially using experiences from stores to consider before buying online. According to research by Carvalho de Mesquita et al., (2024) found that showrooming behavior positively influences customer loyalty, particularly when mediated by satisfaction with the showrooming experience, and the results from Frassetto and Miquel-Romero (2021) shown that strong customer-retailer relationships, trust, and satisfaction reduce competitive showrooming and promote loyalty. At the same time, Kang (2018) found that showrooming and webrooming behaviors affect consumers' intention to create user-generated content on social media. Which is influenced by the SoLoMo (Social-Local-Mobile) experience, such experience plays a role in strengthening the connection between purchasing channels. Figure 1 shows the conceptual framework of the research for showrooming purchasing behavior. Therefore, the following assumptions are made:

H1a-1e: Influencing factors; Perceived Product Quality (PPQ), Price Comparison Excitement (PCE), Perceived Product Complexity (PPC), Online Security Concerns (OSC), and Geographic Accessibility (GA) have a direct influence on showrooming purchasing behavior.

H2: Showrooming purchasing behavior has a direct influence on showrooming purchase loyalty.

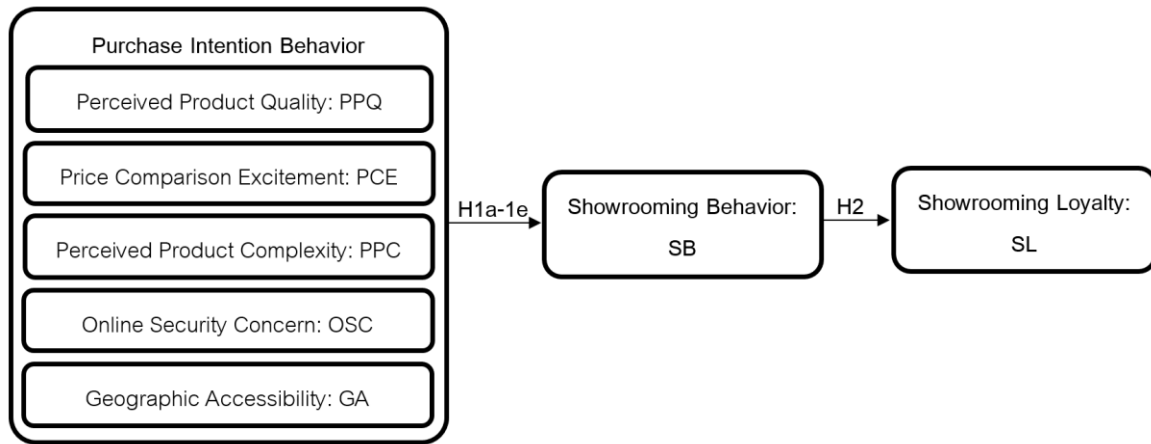


Figure 1 Research framework of showrooming purchasing behavior

2.4 Webrooming Behavior

Webrooming behavior refers to consumer behavior that searches for product information online, such as reading reviews, comparing prices, or studying product features, before actually purchasing the product in a physical store. As Kang (2018) explains, webrooming is part of Omni-channel shopping behavior in which consumers take advantage of the advantages of both online and offline channels. The theory that explains this behavior is Ajzen's (1991) Theory of Planned Behavior, which states that a person's behavior can be predicted from intention, which is influenced by attitude, subjective norms, and perceived behavioral control. A review of research related to webrooming found that factors that influence webrooming intentions, focusing on purchase motivations, such as saving time and effort, bargain hunting, and the desire to possess the product immediately (Aw, 2019), and interest curiosity influence webrooming through market mavenism (Kim & Huh, 2019). Factors such as product type and purchase context influence search and purchase channel decisions, which in turn influence both webrooming and showrooming behaviors (Mukherjee & Chatterjee, 2021), and the perception of a good channel mix can increase webrooming intention and loyalty to the original store (Schiessl et al., 2023). Zafar et al., (2023) found that positive attitudes toward webrooming—driven by satisfying and practical values—lead to stronger webrooming intentions, which in turn support customer retention and loyalty in omnichannel settings. Webrooming enhances consumer satisfaction more than showrooming, especially when consumers feel confident and perceive themselves as smart shoppers, this satisfaction significantly contributes to customer loyalty, making webrooming a valuable strategy for long-term brand relationships (Flavián et al., 2019). Figure 2 shows the conceptual framework of the research for webrooming purchasing behavior. Therefore, the research hypotheses are as follows:

H3a-3e: The influencing factors (Perceived Product Quality (PPQ), Price Comparison Excitement (PCE), Perceived Product Complexity (PPC), Online Security Concerns (OSC), and Geographic Accessibility (GA) have a direct influence on webrooming purchasing behavior.

H4: Webrooming purchasing behavior has a direct influence on loyalty for showrooming purchasing.

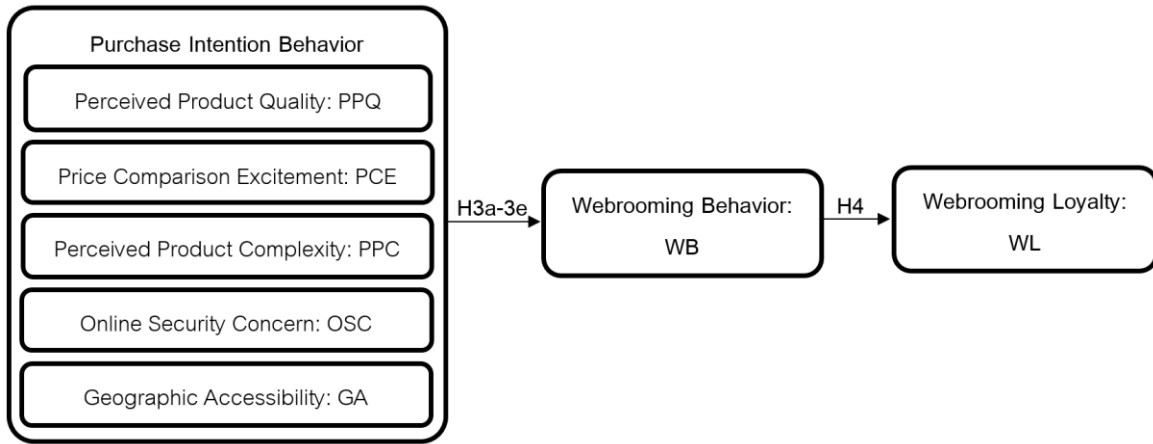


Figure 2 Research framework of webrooming purchasing behavior

3. Research Methodology

3.1 Population and Sample

The population is consumers who have showrooming and webrooming shopping behavior, which has an unknown population. Therefore, Cochran's (1953) sample size determination method was used at a confidence level of 0.05. The possible sample size was 385 people. The researcher intended to use Structural Equation Modeling (SEM). As a result, the number of samples was used according to the concept of Hair et al. (2014), which stated that the sample size should be 5-20 times the sample size of the question. This research has 50 questions. The sample size should be between 250-1,000 samples. Then, the sample size or the number of samples to collect data for this research is 549 samples. The data collection method used in this research is Purposive Sampling, selected for its effectiveness in targeting participants who are directly relevant to the study. This technique improves efficiency by excluding individuals who do not exhibit the behavior of interest, provides deeper insights from respondents with actual experience, and is particularly practical when the population is unknown or difficult to define. Participants were chosen based on specific criteria aligned with the research objectives. However, while purposive sampling is suitable for identifying specific participants, it has limitations, such as reduced generalizability and potential researcher bias. To mitigate these issues, the researchers clearly defined the selection criteria, provided detailed descriptions of the sample characteristics, and ensured transparency throughout the sampling process.

3.2 Research Instrument

This research is a survey research. Thus, the instrument used is a questionnaire, which is developed and created from past research. The questionnaire consists of 4 parts: Part 1 is a closed-ended and multiple-choice question (checklist), measuring nominal scale data and ordinal scale data. Part 2 is about factors influencing online shopper purchases, consists of 4 sub-parts: product quality perception, 5 items, developed and improved from past research by Wang et al., (2023), price comparison excitement, 5 items, developed and improved from past questions by Lin et al., (2022), product complexity perception, developed and improved from past research by Ali et al., (2021), online safety concerns, developed and improved from past research by Sharma et al., (2021), and geographic access, developed and improved from past research by Wang et al., (2023). There are a total of 25 items. Part 3 is about showrooming and webrooming purchasing behavior, developed and improved from past research by Tang-am (2021), 10 items; and Part 4 is about showrooming and webrooming purchasing loyalty, developed and improved from past

research by Chinomona and Dubihlela (2021), 10 items. Parts 2 to 4 of the questionnaires are 5-point Likert Scale estimation questions, namely, 5 means the most, 4 means a lot, 3 means moderate, 2 means little, and 1 means the least.

3.3 Validity and Reliability Testing

The research team of 3 experts examined the content validity of the questionnaire to measure the index of consistency (IOC) between the questionnaire and the objective. After calculating the index of consistency, it was found to be between .67 and 1.00. Rovinelli and Hambleton (1977) stated that the IOC value should be equal to or greater than .50, which is considered an acceptable criterion. The questionnaire was tested to collect data on 30 sets with the specified sample group of 549 people. The results of the analysis of the reliability of the questionnaire found the reliability of each variable as shown in Table 1.

Table 1 Results of reliability testing from sample sizes of 30 and 549 samples

Variable	α (n = 30)	α (n = 549)
Perceived Product Quality (PPQ)	.93	.88
Price Comparison Excitement (PCE)	.91	.89
Perceived Product Complexity (PPC)	.86	.79
Online Security Concern (OSC)	.87	.83
Geographic Accessibility (GA)	.78	.78
Showrooming Behavior (SB)	.86	.85
Webrooming Behavior (WB)	.90	.86
Showrooming Loyalty (SL)	.87	.89
Webrooming Loyalty (WL)	.92	.89
All variables	.97	.96

From Table 1, the reliability value of each variable from the experimental data collection of 30 sets is between .78 and .93 and all variables have a reliability value of .97. For the data collection from the sample group of 549 sets, each variable has a reliability value between .78 and .89 and all variables have a reliability value of .96. Cho and Kim (2015) stated that the acceptable Cronbach Alpha Coefficient (α) should be more than .70. Therefore, each variable has a sufficient reliability value for data analysis in the next step.

3.4 Data Analysis

Data analysis for this research used a statistical software package, consisting of descriptive statistics to describe the characteristics of the sample, including Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, Correlation Coefficient Analysis, Confirmatory Factor Analysis (CFA), and analysis of the influence between variables using Path Analysis of the Structural Equation Model (SEM) using the testing criteria.

4. Results

4.1 General Data Analysis of Respondents

General information of the 549 respondents found that most were female, 359 people, or 65.4 percent; under 20 years old, 325 people, or 59.2 percent; graduated below a bachelor's degree, 202 people, or 36.8 percent; and

had a monthly income of less than or equal to 15,000 baht, 478 people, or 87.1 percent. The major online platform used to search for information or order products was TikTok, 281 people, or 51.2 percent; and the number of times products were ordered online was less than once a week, 337 people, or 61.4 percent.

4.2 Factor Loading Analysis

Table 2 shows the factor loading analysis to find the relationship between the indicators (Item) with the components (Factor) by assessing the acceptable factor loading value of .40 or higher (Hair et al., 2014). However, no questions were cut off because the factor loading value of all questions was at an acceptable level, which was between .62 and .86, and the composite reliability (CR) of the latent variable was greater than .70 (Hair et al., 2006). It was found that the value met the conditions (CR > .70) and the Average Variance Extracted (AVE) should be greater than .50 (Hair et al., 2014). Therefore, the component values of all variables met the specified criteria.

Table 2 Analysis of Loading weights, Mean, AVE and CR values.

Variable	Loading Weight	AVE	CR
Perceived Product Quality (PPQ)	.81, .85, .78, .84, .82	.67	.91
Price Comparison Excitement (PCE)	.83, .80, .82, .86, .85	.69	.92
Perceived Product Complexity (PPC)	.81, .77, .56, .79, .75	.55	.86
Online Security Concern (OSC)	.83, .82, .62, .84, .72	.60	.88
Geographic Accessibility (GA)	.76, .63, .71, .80, .75	.54	.85
Showrooming Behavior (SB)	.80, .80, .84, .79, .74	.63	.90
Webrooming Behavior (WB)	.76, .83, .84, .79, .77	.64	.90
Showrooming Loyalty (SL)	.84, .85, .84, .82, .82	.65	.93
Webrooming Loyalty (WL)	.82, .84, .85, .82, .83	.69	.92

4.3 Correlation Analysis and Discriminant Validity

The analysis of the correlation coefficient found that all variables had a positive relationship with statistical significance at the .01 level. Table 3 shows that the correlation coefficient between the variables was between .37 and .68, with no correlation higher than .80, indicating that there would be no problem of self-correlation between independent variables (Multicollinearity). In addition, the mean was found to be between 3.28 and 3.79, and all variables had a mean value of more than 3.00, indicating that the respondents had an opinion on each variable question at the level of "agree". The square root of the AVE (Average Variance Extracted) was used to assess discriminant validity, as it provides a simple and widely accepted method for confirming that each construct is distinct. This is done by comparing the square root of AVE values with inter-construct correlations. Table 3 presents the discriminant validity values in bold and italic, showing that all values meet the required conditions: each square root of AVE is greater than the corresponding correlation coefficients (Fornell & Larcker, 1981) and all values are less than 1.00 (Henseler et al., 2016).

Table 3 Analysis of correlation values and discriminant validity values between variables

Variable	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. PPQ	3.51	.72	.82								
2. PCE	3.79	.80	.64**	.83							
3. PPC	3.58	.70	.68**	.65**	.74						
4. OSC	3.67	.76	.53**	.58**	.58**	.77					
5. GA	3.45	.72	.56**	.56**	.61**	.60**	.73				
6. SB	3.42	.90	.52**	.51**	.50**	.39**	.48**	.79			
7. WB	3.28	.85	.51**	.41**	.48**	.42**	.49**	.44**	.80		
8. SL	3.46	.80	.57**	.54**	.58**	.50**	.54**	.57**	.37**	.81	
9. WL	3.49	.78	.51**	.47**	.57**	.50**	.60**	.44**	.59**	.55**	.83

** $p \leq .01$

4.4 Confirmatory Factor Analysis of Variables

The results of the confirmatory factor analysis showed that the observed variables were consistent with the theoretical data and the empirical data. It consisted of the main variables: 1) factors influencing the purchase, consisting of 5 sub-variables: perceived product quality (PPQ), price comparison excitement (PCE), perceived product complexity (PPC), online security concerns (OSC), geographic accessibility (GA), 2) showrooming purchase behavior, 3) webrooming purchase behavior, 4) loyalty to showrooming purchases, and 5) loyalty to webrooming purchases. It was found that all values of the index of consistency were in accordance with the conditions. Details are shown in Table 4.

Table 4 Results of Confirmatory Factor Analysis (CFA) of the variables

Variable	χ^2/df	p-value	GFI	AGFI	CFI	RMR	TLI	RMSEA
Threshold	<4.00	>.05	>.90	>.90	>.97	<.05	>.95	<.05
PPQ	.10	.90	1.00	1.00	1.00	.00	1.01	.00
PCE	2.25	.06	.99	.98	1.00	.01	.99	.04
PPC	.45	.72	1.00	1.00	1.00	.01	1.01	.00
OSC	.37	.78	1.00	1.00	1.00	.01	1.01	.00
GA	1.51	.21	1.00	.98	1.00	.01	.99	.03
SB	.61	.55	1.00	.99	1.00	.01	1.00	.03
WB	1.31	.27	1.00	.99	1.00	.01	1.00	.02
SL	.26	.61	1.00	1.00	1.00	.00	1.01	.00
WL	1.36	.24	1.00	.99	1.00	.00	1.00	.03

4.5 Structural Equation Model Analysis of Variables

1. Showrooming Behavior and Loyalty

The test of the goodness of fit of the variables in the model, consisting of factors influencing the purchase of products, showrooming purchasing behavior and showrooming purchasing loyalty of online shoppers, found that the

empirical data showed the goodness of fit index values as follows: chi-square value (χ^2) equals 2.32, Degrees of Freedom value (df) equals 3, χ^2/df value equals .77, p -value equals .51, GFI value equals 1.00, AGFI value equals .99, NFI value equals 1.00, IFI value equals 1.00, CFI value equals 1.00, and RMSEA value equals .00. Therefore, all values are appropriate according to the conditions of the fit index analysis of the variables with the research model. Figure 3 shows the results from the data analysis using Structural Equation Modeling (SEM).

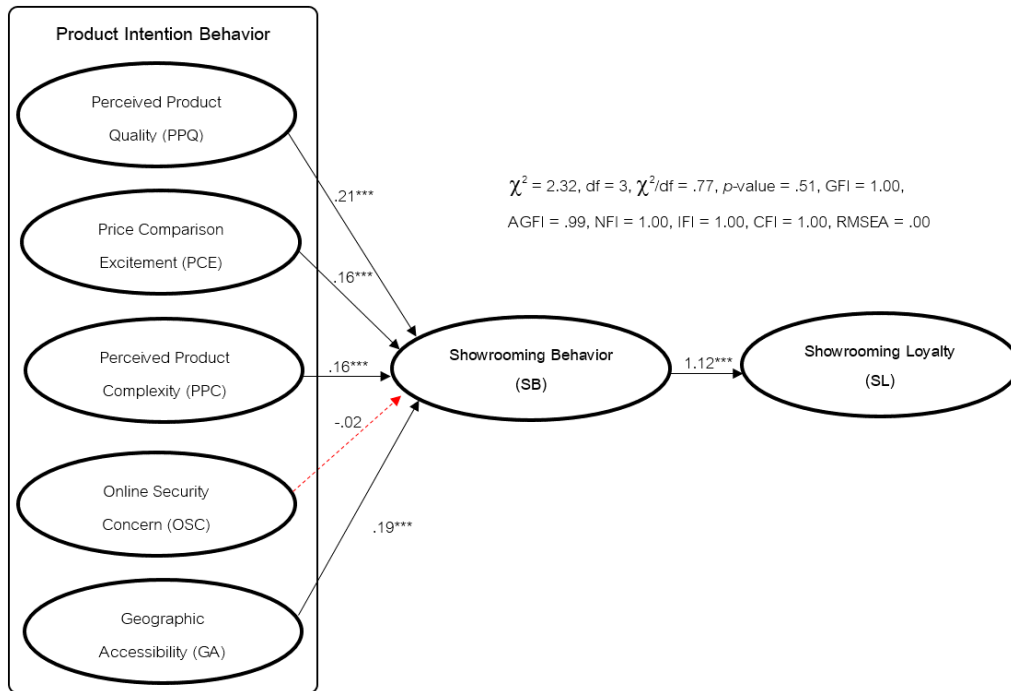


Figure 3 Structural Equation Modeling of the empirical data of showrooming

Results of the test and empirical data of the study of the factors influencing purchase loyalty in showrooming purchases through the showrooming purchase behavior of online shoppers: The findings from the hypothesis testing are as follows; Hypothesis 1 (H1) consists of H1a – 1e: H1a is that perceived product quality (PPQ) influences showrooming purchase behavior. It was found that perceived product quality has a positive influence on showrooming purchase behavior ($\gamma = .21, p < .01$). Therefore, hypothesis **H1a is accepted**. The next one is H1b. It states that price comparison excitement (PCE) influences showrooming purchase behavior. It was found that price comparison excitement has a positive influence on showrooming purchase behavior ($\gamma = .16, p < .01$). Therefore, hypothesis **H1b is accepted**. The next one is H1c, which states that perceived product complexity (PPC) influences showrooming purchase behavior. It was found that perceived product complexity has a positive influence on showrooming purchase behavior ($\gamma = .16, p < .01$). Therefore, hypothesis **H1c is accepted**. The H1e hypothesis states that geographic access (GA) influences showrooming purchasing behavior. It was found that geographic access has a positive influence on showrooming purchasing behavior ($\gamma = .19, p < .01$). Therefore, the hypothesis **H1e is accepted**. Hypothesis 2 (H2) is that showrooming purchasing behavior (SB) influences showrooming purchasing loyalty. It was found that showrooming purchasing behavior has a positive influence on showrooming purchasing loyalty ($\beta = 1.12, p < .01$). Therefore, the hypothesis **H2 is accepted**. However, H1d states that online safety concerns (OSC) influence

showrooming purchase behavior. It was found that online safety concerns have no influence on showrooming purchase behavior. Therefore, the hypothesis H1d is rejected ($\gamma = -.02, p > .05$). See details in Table 5.

Table 5 Hypothesis, Path Analysis, Path Coefficient, and Result

Hypothesis	Path Analysis	Path Coefficient	Result
H1a	PPQ → SB	.21***	Accepted
H1b	PCE → SB	.16***	Accepted
H1c	PPC → SB	.16***	Accepted
H1d	OSC → SB	-.02	Rejected
H1e	GA → SB	.19***	Accepted
H2	SB → SL	1.12***	Accepted

2. Webrooming Behavior and Loyalty

The test of the goodness of fit of the variables in the model, consisting of factors influencing the purchase of products, webrooming purchasing behavior and webrooming purchasing loyalty of online shoppers, found that the empirical data showed the goodness of fit index values as follows: chi-square value (χ^2) equals 1.09, Degrees of Freedom value (df) equals 1, χ^2/df value equals .11, p -value equals 0.74, GFI value equals 1.00, AGFI value equals .99, NFI value equals 1.00, IFI value equals 1.00, CFI value equals 1.00, and RMSEA value equals .00. Therefore, all values are appropriate according to the conditions of the analysis of the Index of the Consistency of the variables with the research model. Figure 4 shows the results from the analysis of the effect values between the variables studied by analyzing the Structural Equation Modeling (SEM) to test the consistency between the research model and the empirical data.

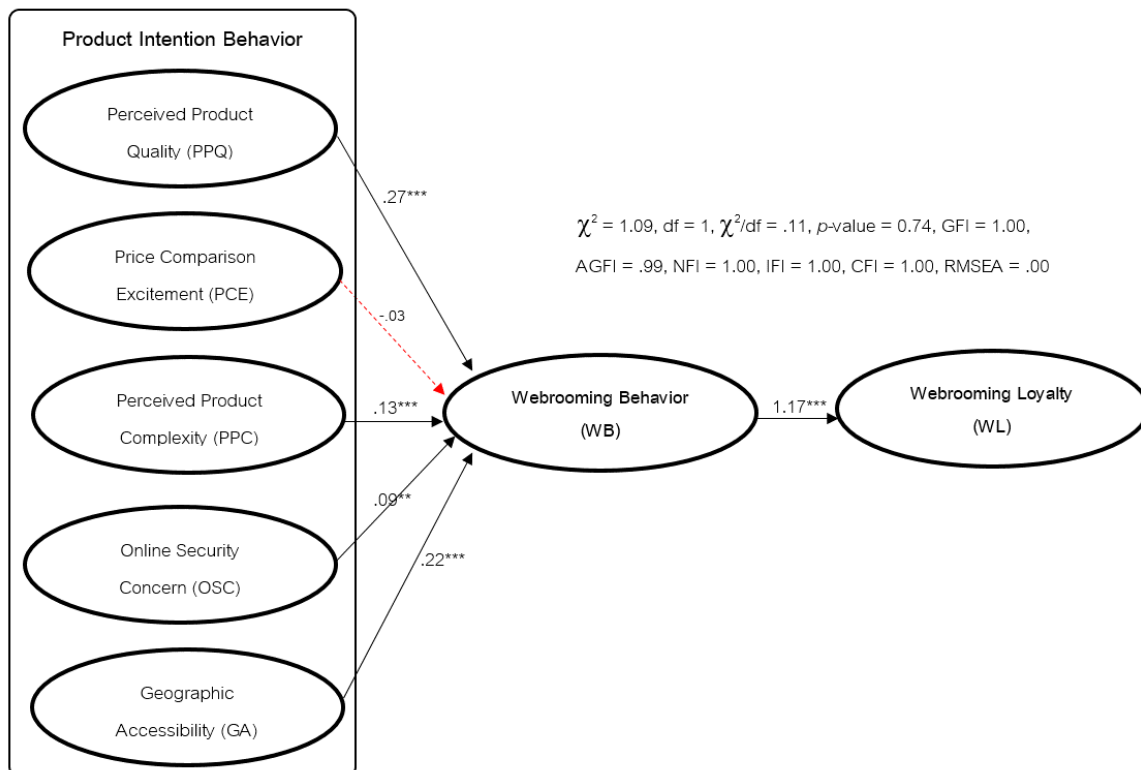


Figure 4 Structural Equation Modeling of the empirical data of Webrooming

Results of the test and empirical data of the study of the factors influencing purchase loyalty in webrooming through the webrooming purchase behavior of online shoppers: The findings from the hypothesis testing are as follows. Hypothesis 3 (H3) consists of H3a – 3e: H3a is that perceived product quality (PPQ) influences webrooming purchase behavior. It was found that perceived product quality has a positive influence on webrooming purchase behavior ($\gamma = .27, p < .01$). Therefore, hypothesis **H3a is accepted**. Then, hypothesis H3c states that perceived product complexity (PPC) influences webrooming purchase behavior. It was found that perceived product complexity has a positive influence on webrooming purchase behavior ($\gamma = .13, p < .01$). Therefore, hypothesis **H3c is accepted**. Then, H3d states that online safety concerns (OSC) influence webrooming purchase behavior. It was found that online safety concerns influence webrooming purchase behavior ($\gamma = .09, p < .05$). Therefore, hypothesis **H3d is accepted**. As for hypothesis H3e, it states that geographic access (GA) influences webrooming purchasing behavior. It was found that Geographic Access has a positive influence on showrooming purchasing behavior ($\gamma = .22, p < .01$). Thus, hypothesis **H3e is accepted**. As for hypothesis 4 (H4), that is, webrooming purchasing behavior (WB) influences webrooming purchasing loyalty. It was found that webrooming purchasing behavior has a positive influence on webrooming purchasing loyalty ($\beta = 1.17, p < .01$). Thus, hypothesis **H4 is accepted**. Furthermore, the H3b states that price comparison excitement (PCE) influences webrooming purchase behavior. It was found that price comparison excitement has no influence on webrooming purchase behavior ($\gamma = -.03, p > .05$). Therefore, hypothesis **H3b is rejected**. See details in Table 6.

Table 6 Hypothesis, Path Analysis, Path Coefficient, and Result

Hypothesis	Path Analysis	Path Coefficient	Result
H3a	PPQ → WB	0.27***	Accepted
H3b	PCE → WB	-.03	Rejected
H3c	PPC → WB	0.13***	Accepted
H3d	OSC → WB	0.09**	Accepted
H3e	GA → WB	0.22***	Accepted
H4	SB → WL	1.17***	Accepted

5. Results Discussion

The findings from this research, based on the hypothesis testing of factors affecting purchasing behaviors in showrooming and webrooming that affect loyalty, are as follows:

5.1 Purchase Intention Behavior, Showrooming and Webrooming Behavior

1) Showrooming

The results of the data analysis, based on the research objectives and the specified hypotheses regarding showrooming purchases, indicate that the findings support the following hypotheses:

First, perceived product quality (PPQ) affects showrooming purchase behavior. This shows that when consumers perceive that the product is of high quality, reliable and meets their needs, they tend to visit or try the product in a physical store before buying it online, which may be cheaper or have better conditions. This action helps

consumers have sufficient information and understand the product deeply before deciding to buy it. Especially for high-quality products, consumers want to touch or try them before buying online (Flavián et al., 2020). In addition, the perception of product quality in e-commerce also influences purchase intention and encourages consumers to search for information in multiple channels, such as trying the product offline first (Rosillo-Díaz et al., 2020), which is consistent with Aw et al., (2021) who pointed out that showrooming is not only due to cheaper prices but also confidence in the quality of the product after actually touching it.

Second, price comparison excitement (PCE) affects showrooming purchase behavior, indicating that consumers enjoy searching and comparing prices online before deciding to buy in a physical store. This behavior reflects digital consumers who like to seek information to increase their confidence in buying the product, especially in an omnichannel context (Lin et al., 2022). The study found that the enjoyment of price comparisons led consumers to participate in more information search activities, leading to showrooming decisions, where consumers visit stores to experience products before returning to purchase through the channel with the best deals. Aw et al. (2021) also emphasized that showrooming is not driven by "price" alone, but also includes psychological motivations, such as the satisfaction of finding the best deal.

Third, perceived perception of product complexity affects showrooming purchase behavior, showing that when products are highly complex, such as having many technical features or requiring trial, consumers tend to inspect or try products in stores before deciding to buy online to reduce uncertainty and risk, especially when online information is insufficient (Tang-am, 2021). Therefore, consumers want advice from staff or to touch the products themselves. This is often found in electronic or technology products. Fernández et al. (2024) stated that product complexity encourages consumers to evaluate the product in more detail, and showrooming is one way to help consumers feel more confident before purchasing.

Finally, geographic accessibility affects showrooming purchase behavior, indicating that consumers are more likely to showroom when stores are located near their home, workplace, or in areas they frequently travel through, such as shopping malls, making it easy to stop by and try on the products before going back to purchase the product online (Wang et al., 2015), especially for products that require physical contact. Geographic conditions, such as parking availability or store opening hours, make showrooming more frequent, even if consumers are already planning to buy online (Li et al., 2021).

2) Webrooming

The results of the data analysis, based on the research objectives and the specified hypotheses regarding webrooming purchases, revealed that the findings support the following hypotheses:

First, perceived product quality (PPQ) affects webrooming purchase behavior, indicating that consumers who perceive the products to be of good quality tend to start searching for information from online channels first, such as comparing product features, prices, brands, and user reviews, and then go to physical stores to view or purchase the products, reflecting decisions based on quality. Flavián et al. (2020) stated that people who use webrooming tend to use online information to build confidence before deciding to buy the product in a physical store. Rosillo-Díaz et al. (2020) pointed out that when consumers believe that the products are of good quality, they will hesitate less and are

more likely to go to the store for a final inspection before purchasing them, showing that PPQ directly influences brand confidence and purchase decisions.

Second, perceived product complexity affects webrooming purchase behavior. The results of this research show that when products are complex, such as electrical appliances, technology or luxury products, consumers tend to choose webrooming by starting to research online and then visiting the actual product to touch or ask for advice before purchasing, because they want to reduce the risk. Flavián et al., (2020) stated that consumers want to reduce uncertainty when making complicated purchases by choosing to inspect the actual product first, and Ewim et al., (2024) added that consumers often take advantage of the benefits of each channel, such as checking online information first and then seeing the actual product to build confidence. This is especially true for “complex” products.

Third, online security concerns influence webrooming behavior, showing that online security concerns, such as the risk of payment, fraud or identity breach, lead consumers to search for information online but go to a physical store (showrooming) to avoid the risks. Flavián et al. (2020) stated that security concerns reduce trust in online channels, causing consumers to avoid buying products online. Aw et al., (2021) added that some consumers use webrooming as a way to reduce uncertainty, especially when the product is expensive or complex, and they want to inspect the actual item before buying it.

Fourth, geographic accessibility has a positive influence on webrooming behavior, showing that easy access to a store, such as being close to home or convenient to travel, stimulates showrooming behavior. Consumers will view or try on the product in the store first, and then come back to buy it online, which may be cheaper. Aw et al., (2021) found that many consumers use stores as a touchpoint to gain information and experience before buying the product online. This is especially true for electronic products, clothing or furniture. Li et al., (2015) added that stores in good locations, such as shopping malls or community areas, stimulate more showrooming. Heitz-Spahn et al. (2024) also stated that consumers who are good at technology and compare prices quickly tend to do showrooming when stores are easily accessible.

However, the results of the data analysis indicate that one hypothesis was not supported in the online security concerns that do not significantly influence showrooming purchase behavior. This suggests that consumers are usually confident in online shopping systems, likely due to advancements in e-commerce platforms, including secure payment systems, reliable shipping services, and robust data protection measures (Alzahrani et al., 2017). The findings indicate that showrooming behavior is primarily driven by positive motivations—such as the enjoyment of comparing prices and thoroughly evaluating products—rather than by concerns over online security. Holkkola et al. (2024) also noted that security concerns tend to affect only the initial stages of online shopping. As consumers gain more experience, their trust in the system increases, and their anxiety about security decreases. In addition, the price comparison excitement (PCE) does not affect webrooming purchase behavior. This suggests that the excitement of price comparison does not significantly affect webrooming behavior. Consumers who like to compare prices are more likely to turn to showrooming because they are looking for the “best deal” or price. Aw et al., (2017) found that price-focused consumers tend to choose showrooming, and Verhoef et al., (2015) indicated that trust in the store and offline experience affect purchase decisions even when starting online. This reflects that price-conscious consumers may still choose to buy in-store if

they feel confident in the brand or service, but not because of the fun of finding promotions. Therefore, excitement is not the main motivation for webrooming.

5.2 Showrooming and Webrooming Behavior and Loyalty

The research results indicate that showrooming behavior positively influences showrooming purchase loyalty. This suggests that when consumers repeatedly engage in showrooming, the behavior evolves into a deliberate purchasing strategy. Consumers perceive this approach as beneficial because it allows them to experience the advantages of both offline and online channels—physically interacting with products in-store and securing better prices online. This shows that showrooming is not a temporary behavior from promotions or technology, but a permanent trend that reflects the behavior of digital consumers (Li et al., 2021), especially millennials and smartphone users who search for information while in the store. Heitz-Spahn et al. (2024) stated that showrooming involves learning complex buying behaviors and when consumers see that using multiple channels helps them get good quality products at a reasonable price, they will be more loyal to showrooming behavior than to any single brand.

The research results show that webrooming shopping behavior has a positive impact on webrooming purchase loyalty. Consumers who engage in webrooming tend to be more satisfied and loyal to this purchasing channel. Flavián et al. (2020) highlighted that webrooming enhances the shopping experience by providing confidence through viewing real products and saving time in the information search process. Similarly, Heitz-Spahn et al. (2024) emphasized that webrooming increases trust in physical stores and empowers consumers in their decision-making, thereby reducing perceived risk. Fernández et al. (2024) also noted that webrooming has become a core behavior among certain consumer groups, as it combines the strengths of both online and offline channels. This integration encourages repeat purchases and fosters long-term loyalty.

The research findings demonstrate that both showrooming and webrooming behaviors significantly influenced purchase loyalty. Showrooming has evolved into a strategic behavior among digital consumers, particularly millennials and smartphone users, who value the ability to physically evaluate products in-store while securing better deals online. This behavior reflects a long-term trend driven by informed decision-making rather than temporary influences like promotions or technology. Similarly, webrooming fosters consumer satisfaction and loyalty by combining the convenience of online research with the confidence gained from in-store purchases. It enhances trust, reduces perceived risk, and strengthens consumers, making it a core behavior for many. Together, these insights highlight the importance of integrating online and offline channels to support consumer preferences and build lasting loyalty.

6. Conclusion

Showrooming behavior is when consumers visit or try products in a physical store before deciding to buy them online, usually from a cheaper store. Factors affecting the showrooming behavior include belief in product quality, as consumers who believe that products are of good quality tend to want to inspect or try them in a physical store first, and then excitement in comparing prices, which makes consumers enjoy finding the best deals from multiple channels. In addition, the complexity of products with specific functions also influences this behavior, as consumers tend to try products first to understand them better before deciding to buy them online to reduce costs or the risk of making the wrong choice. Concerns about online security were not found to have a significant impact on this behavior, as

consumers who engage in showrooming behavior are usually familiar with online shopping and prioritize price and quality over security concerns. In addition, the geographic accessibility of stores also has an effect. If a store is far away or inconvenient, consumers may choose to buy online instead. However, if a store is nearby and convenient to travel to, the buying things online may reduce the chances of showrooming behavior. Behavioral brand loyalty also influences showrooming behavior, as some brand-loyal consumers may choose to buy directly from the store, while others may choose to buy online if they get a better price.

Webrooming behavior is when consumers search for information or compare products online before deciding to buy at a physical store. The study found that factors that affect this behavior include perceived product quality, which has a positive influence. Consumers who perceive that products are of good quality tend to want to touch the actual product before buying it for confidence's sake. The excitement of comparing prices, although influential, in the context of webrooming, consumers use online price comparisons to confirm that a physical store offers a reasonable price before deciding to buy it. Product complexity is another factor that drives consumers to understand products through online information before going to touch and buy the real thing at the store. Concerns about online security influence webrooming because some consumers are not confident in the payment system or are afraid of being cheated, so they choose to buy products at the store for safety concern. While geographic accessibility is influenced by the convenience of travel, if the store is easy to access, consumers are more likely to buy the product at the store. Finally, behavioral brand loyalty influences webrooming. Consumers who are loyal to a brand are more willing to go to the brand's physical store to buy products, even if they have searched for information from online channels before.

7. Recommendations

7.1 Recommendations for the Implementation of Research Results

The research on showrooming and webrooming behaviors provides valuable insights that entrepreneurs and retailers can apply to improve customer experience and purchasing decisions. The following are practical steps for implementing these findings:

1) To address showrooming behavior and enhance product quality perception, stores should design physical spaces that allow customers to interact directly with products. For example, technology retailers can create demo zones where customers can test devices such as smartphones, tablets, or smart home gadgets. Staff should be trained to provide informative and engaging product demonstrations. At the same time, the store's online platform must offer detailed product specifications, high-resolution images, and customer reviews to reinforce confidence in product quality. This dual-channel approach encourages customers to purchase online after experiencing the product in-store.

2) For consumers who enjoy comparing prices, businesses should implement dynamic pricing strategies and offer exclusive online discounts. After customers visit the store and explore products, they could receive personalized discount codes via email or app notifications, encouraging them to complete their purchase online. Additionally, retailers should monitor competitor pricing and adjust their offers accordingly to remain competitive. This strategy not only supports price-sensitive consumers but also strengthens the link between offline exploration and online conversion.

3) When dealing with complex products, such as electronics or specialized equipment, the retailers must provide comprehensive support across both channels. In-store staff should be equipped to explain product features clearly, while online platforms should include tutorial videos, FAQs, and live chat support. Offering virtual consultations or augmented reality tools that simulate product usage can help customers understand the product better before making a decision. These services reduce uncertainty and increase the likelihood of purchase.

4) To mitigate concerns about online security, retailers must invest in robust e-commerce infrastructure. This includes implementing SSL encryption, secure payment gateways, and multi-factor authentication. Clearly communicating these security measures on the website and during checkout reassures customers that their personal and financial information is protected. Providing customer service support for online transactions also builds trust and encourages repeat purchases.

5) Improving geographic accessibility is another key factor. Retailers should consider opening stores in locations that are convenient for target customers, such as near residential areas or business districts. Additionally, offering “Click and Collect” services allows customers to order online and pick up products at a nearby store, combining the convenience of online shopping with the immediacy of physical access. This strategy reduces delivery wait times and enhances customer satisfaction.

6) To build loyalty among showrooming and webrooming customers, businesses should develop integrated loyalty programs that reward engagement across both online and offline channels. For instance, customers who browse in-store and purchase online could earn points that can be redeemed for future discounts or gifts. Promotions that encourage cross-channel behavior, such as bonus points for using both platforms, help create a seamless shopping experience and foster long-term customer relationships.

By implementing these strategies, retailers can effectively respond to evolving consumer behaviors, enhance customer satisfaction, and increase sales through a well-integrated Omni-channel approach.

7.2 Suggestions for Future Research

This research collected data from a broad sample without specifying a specific study area, which may not fully reflect consumer behavior in areas with different social or economic characteristics. Therefore, future research should expand the study area to other regions of the country, specifically by specifying the target areas or groups, such as the North, Northeast, and South, to increase the diversity of the sample and increase the ability to explain the research results at the national level.

In addition, the research used an online questionnaire as the main tool, which may limit the sample to only those who have internet skills and access to digital devices. As a result, some sample groups, such as the elderly or low-income people, may have been overlooked. Thus, future research should use a variety of research tools, such as in-depth interviews or paper questionnaires, to cover a wider range of populations and reduce bias in sample selection.

Although the research used statistical methods for analysis, using only questionnaires may not be able to deeply explore the reasons or motivations behind consumer behavior. Therefore, future research should consider using mixed methods research by combining quantitative and qualitative research, such as interviews or focus groups, to obtain more in-depth and comprehensive data.

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ali, T., Rehman, S. U., & Iqbal, J. (2021). The role of perceived product complexity and ease of use in the adoption of technology products: Evidence from emerging markets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102759.
- Alzahrani, A. I., Mahmud, I., Ramayah, T., Alfarraj, O., & Alalwan, N. (2017). Extending the theory of planned behavior (TPB) to explain online game playing among Malaysian undergraduate students. *Telematics and Informatics*, 34(4), 239-251.
- Aw, E. C. X. (2019). Understanding the webrooming phenomenon: shopping motivation, channel-related benefits and costs. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 47(10), 1074-1092.
- Aw, E. C. X., Basha, N. K., Ng, S. I., & Ho, J. A. (2021). Searching online and buying offline: Understanding the role of channel-, consumer-, and product-related factors in determining webrooming intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102328.
- Carvalho de Mesquita, J. M., Shin, H., Longuinho, J. P., & Moura, L. R. C. (2024). The consequences of showrooming behaviour on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 52(12), 1125-1141.
- Chinomona, R., & Dubihlela, J. (2021). Brand loyalty and its influence on consumer purchase behavior: Evidence from a developing market. *Journal of Brand Management*, 28(3), 245-260.
- Cho, E., & Kim, S. (2015). Cronbach's coefficient alpha: Well-known but poorly understood. *Organizational Research Methods*, 18(2), 207-230.
- Cochran, W. G., & Carroll, S. P. (1953). A sampling investigation of the efficiency of weighting inversely as the estimated variance. *Biometrics*, 9(4), 447-459.
- Damaschi, G., Aboueldahab, A., & D'Addario, M. (2025). Decomposing brand loyalty: an examination of loyalty subcomponents, product price range, consumer personality, and willingness to pay. *Behavioral Sciences*, 15(2), 189.
- de Carvalho, G. J., Machado, M. C., & Correa, V. S. (2024). Omnichannel and consumer and retailer perceived risks and benefits: a review. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 52(3), 295-311.
- Ewim, C. P. M., Alabi, O. A., Okeke, N. I., Igwe, A. N., & Ofodile, O. C. (2024). Omni-channel customer experience framework: Enhancing service delivery in SMEs. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 24(2), 655-670.
- Fernandez-Lores, S., Crespo-Tejero, N., Fernández-Hernández, R., & García-Muiña, F. E. (2024). Online product returns: The role of perceived environmental efficacy and post-purchase entrepreneurial cognitive dissonance. *Journal of Business Research*, 174, 114462.
- Flavián, C., Gurrea, R., & Orús, C. (2020). Combining channels to make smart purchases: The role of webrooming and showrooming. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101923.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Frasquet, M., & Miquel-Romero, M. J. (2021). Competitive (versus loyal) showrooming: An application of the push-pull-mooring framework. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102639.
- Fürst, A., Pecornik, N., & Hoyer, W. D. (2024). How product complexity affects consumer adoption of new products: The role of feature heterogeneity and interrelatedness. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 52(2), 329-348.
- Hair, Jr. F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. (2006), *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Limited.
- Hair Jr, F., Gabriel, M. L., & Patel, V. K. (2014). AMOS covariance-based structural equation modeling (CB-SEM): Guidelines on its application as a marketing research tool. *REMark: Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 44-55.
- Heitz-Spahn, S., Belaud, L., & Ferrandi, J. M. (2024). A regulatory focus theory approach to understanding cross-channel free-riding behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78, 103749.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Holkkola, M., Tyrväinen, O., Makkonen, M., Karjaluoto, H., Kemppainen, T., Paananen, T., & Frank, L. (2024). The drivers of showrooming behavior: A meta-analysis. In *Bled eConference* (pp. 597-614). University of Maribor. <https://researchportal.tuni.fi/en/publications/the-drivers-of-showrooming-behavior-a-meta-analysis>
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *Marketing: Critical Perspectives on Business and Management*. New York: Taylor & Francis.
- Jiao, C., & Hu, B. (2022). Showrooming, webrooming, and operational strategies for competitiveness. *Production and Operations Management*, 31(8), 3217-3232.
- Lin, C., Huang, X., & Hsu, Y. (2022). Exploring the role of consumer enjoyment in online price comparison behaviors: Implications for retail strategies. *Journal of Consumer Behavior*, 21(4), 523–537.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2013). Prospect theory: An analysis of decision under risk. In *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I* (pp. 99-127).
- Kang, J. Y. M. (2018). Showrooming, webrooming, and user-generated content creation in the omnichannel era. *Journal of Internet Commerce*, 17(2), 145-169.
- Kim, H. Y., & Huh, J. (2019, December). The Role of Curiosity on Showrooming and Webrooming. In *International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings*, 76(1). Iowa State University Digital Press. <https://www.iastatedigitalpress.com/itaa/article/id/8287/>
- Kim, L., Jindabot, T., & Yeo, S. F. (2024). Understanding customer loyalty in banking industry: A systematic review and meta analysis. *Heliyon*, 10(17).
- Kleinlercher, K., Linzmajer, M., Verhoef, P. C., & Rudolph, T. (2020). Antecedents of webrooming in omnichannel retailing. *Frontiers in Psychology*, 11, 606798.

- Krasonikolakis, I., Vrechopoulos, A., Pouloudi, A., & Dimitriadis, S. (2018). Store layout effects on consumer behavior in 3D online stores. *European Journal of Marketing*, 52(5/6), 1223-1256.
- Li, X., Dahana, W. D., Ye, Q., Peng, L., & Zhou, J. (2021). How does shopping duration evolve and influence buying behavior? The role of marketing and shopping environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102607.
- Liu, T., & Liu, M. (2024). Does cross-channel consistency always create brand loyalty in omni-channel retailing? *International Journal of Retail & Distribution Management*, 52(1), 125-145.
- Mukherjee, S., & Chatterjee, S. (2021). Webrooming and showrooming: a multi-stage consumer decision process. *Marketing Intelligence & Planning*, 39(5), 649-669.
- Nguyen, T. T., Tran, T. N. H., Do, T. H. M., Dinh, T. K. L., Nguyen, T. U. N., & Dang, T. M. K. (2024). Digital literacy, online security behaviors and E-payment intention. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100292.
- Rodríguez-Torrico, P., San-Martín, S., & San José Cabezudo, R. (2024). Navigating the digital era: exploring consumer behavior across multiple channels: a review and research agenda. *The Impact of Digitalization on Current Marketing Strategies*, 211-229.
- Rosillo-Díaz, E., Blanco-Encomienda, F. J., & Crespo-Almendros, E. (2020). A cross-cultural analysis of perceived product quality, perceived risk and purchase intention in e-commerce platforms. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(1), 139-160.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Schiessl, D., Korelo, J., & Dias, H. B. A. (2023). How online shopping experiences shape consumer webrooming behavior. *Marketing Intelligence & Planning*, 41(1), 16-30.
- Sharma, A. P., Starčević, S., & Saha, R. (2024). Determinants of customer buying behaviour in omnichannel retailing: a systematic literature review and future research directions. *Journal of Service Theory and Practice*, 34(6), 822-863.
- Sharma, A., Priya, P., Dutta, N., & Sharma, N. (2025). Identifying the drivers of 'loyal showrooming': a systematic literature review. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 35(3), 237-259.
- Sharma, G., Sharma, S., & Dwivedi, Y. K. (2021). Investigating the role of perceived security, trust, and privacy concerns in the adoption of electronic payment systems. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102606.
- Shao, R., Derudder, B., & Witlox, F. (2022). The geography of e-shopping in China: On the role of physical and virtual accessibility. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102753.
- Tang-am, O. (2021). *The study of factors affecting fashion product purchase intention through Omni-channel of Generation Y*. Retrieved 3 April, 2025, from https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2021/ TU_2021_6433140339_14839_18634.pdf

- Theocharis, D., Tsekouropoulos, G., Chatzigeorgiou, C., & Kokkinis, G. (2025). Empirical Categorization of Factors Affecting Online Consumer Behavior of Gen Z Regarding Newly Launched Technological Products and Moderating Impact of Perceived Risk. *Behavioral Sciences*, 15(3), 371.
- Wang, C., Liu, T., Zhu, Y., Wang, H., Wang, X., & Zhao, S. (2023). The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border E-commerce platforms. *Heliyon*, 9(11), 1-21.
- Wang, R. J. H., Malthouse, E. C., & Krishnamurthi, L. (2015). On the go: How mobile shopping affects customer purchase behavior. *Journal of Retailing*, 91(2), 217-234.
- Wong, A., & Lee, M. (2022). Building engagement in online brand communities: The effects of socially beneficial initiatives on collective social capital. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102866.
- Yaqub, R. M. S., Gillani, S. F., Murad, M., & Ali, N. S. (2022). Search Online and Purchase Offline: The Role of Instagram Marketing, Consumer Behavior and Webrooming in Building Brand Loyalty. *Review of Applied Management and Social Sciences*, 5(3), 291-308.
- Zafar, S., Badghish, S., Yaqub, R. M. S., & Yaqub, M. Z. (2023). The agency of consumer value and behavioral reasoning patterns in shaping webrooming behaviors in omnichannel retail environments. *Sustainability*, 15(20), 14852.

ปัจจัยภายในสหกรณ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานสหกรณ์ในประเทศไทย

Internal factors of cooperatives affecting cooperative operations in Thailand

ธิดารัตน์ คุ้มกิจ^{1*} บวร ตันรัตนพงษ์² และสุวรรณา สายรวมญาติ³

Tidarat Kumkit^{1*} Borworn Tanrattanaphong² and Suwanna Sayruamyat³

Received : April 11, 2025 Revised : August 1, 2025 Accepted : September 19, 2025

บทคัดย่อ

ปัจจัยภายในสหกรณ์ส่งผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ที่แตกต่างกัน เช่น อายุสหกรณ์ ประเภทสหกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับการศึกษาของผู้จัดการสหกรณ์ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทยและวิเคราะห์ปัจจัยภายในของสหกรณ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทย โดยตัวชี้วัดที่สะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงานที่ดีของสหกรณ์ คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ที่สามารถแสดงประสิทธิภาพการบริหารเงินได้ และ Debt ratio ที่สามารถแสดงการบริหารความเสี่ยงของสหกรณ์ การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิของสหกรณ์จำนวน 372 แห่งระหว่างปี 2559-2563 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ สถิติเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์ส่วนใหญ่ในประเทศไทยมีอายุมากกว่า 20 ปี และเติบโตอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปี 2561 ผลการดำเนินงานสหกรณ์ในภาพรวมลดลงจากปี 2560 อย่างเห็นได้ชัด อาจเพราะความเชื่อมั่นที่สมาชิกมีต่อระบบการสหกรณ์ลดลงจากคดีของสหกรณ์เครดิตยูเนียนคลองจั่น จำกัด ที่มีการบริหารธรรมาภิบาลที่บกพร่อง จึงทำให้สมาชิกได้รับความเดือดร้อนจากปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน และผลการศึกษาจากแบบจำลองเชิงประจักษ์ พบว่า ROA มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อจำนวนสมาชิก อายุของสหกรณ์ และผลประกอบการ (กำไร/ขาดทุน) ของสหกรณ์ ในขณะที่ทุนสหกรณ์และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีของผู้จัดการมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อ ROA และ Debt Ratio จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ปัจจัยภายในที่ควรพิจารณาให้ความสำคัญ และมีบทบาทต่อผลการดำเนินงานของสหกรณ์ คือ ผู้จัดการสหกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพิจารณาถึงระดับการศึกษาของผู้จัดการสหกรณ์ เป็นคุณสมบัติที่สหกรณ์ควรให้ความสนใจ

คำสำคัญ : สหกรณ์ ธรรมาภิบาล ROA Debt Ratio

¹ อาจารย์, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Lecturer, Faculty of Economics, Kasetsart University

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

^{2,3} Assistant Professor, Faculty of Economics, Kasetsart University

* Corresponding author e-mail: fecotrku@ku.ac.th

Abstract

This study investigates the internal factors influencing the performance of cooperatives in Thailand, with a particular focus on cooperative age, type, and especially the educational level of cooperative managers. The objective is to analyze the relationship between these internal characteristics and cooperative performance, using Return on Assets (ROA) and Debt Ratio as key performance indicators. ROA reflects the efficiency of financial management, while the Debt Ratio indicates the level of risk management within cooperatives. Secondary data were collected from 372 cooperatives across Thailand over the period 2016–2020. Both descriptive and inferential statistical methods were employed in the analysis.

The findings reveal that most cooperatives have been established for over 20 years and have shown steady growth. However, a notable decline in overall performance was observed in 2018, potentially linked to a major governance failure and corruption scandal within a credit union cooperative, which reduced public trust in the cooperative system. Empirical results demonstrate that ROA is positively associated with the number of members, the age of the cooperative, and its financial outcomes (profit/loss). Conversely, cooperative capital and managers with education beyond a bachelor's degree are negatively associated with both ROA and the Debt Ratio. These findings highlight the importance of internal, controllable factors especially the role and educational background of cooperative managers in shaping cooperative performance. The study suggests that cooperatives should give careful consideration to the qualifications of their managers, particularly educational attainment, when seeking to improve performance and resilience.

Keywords : Cooperatives, Managers, Governance, ROA, Debt ratio

1. บทนำ

สหกรณ์ คือ องค์การรูปแบบหนึ่งที่ไม่แสวงหากำไร โดยมีจุดเริ่มต้นจากการรวมตัวด้วยความสมัครใจของสมาชิก เพื่อเป้าหมายร่วมกัน คือ ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิก ในการบริหารงานสหกรณ์จะยึดหลักประชาธิปไตย เพื่อให้สมาชิกทุกคนได้มีสิทธิร่วมกันในการบริหารงานสหกรณ์ผ่านระบบตัวแทนของสมาชิกที่สมาชิกลงคะแนนเสียงในวันประชุมใหญ่ประจำปีเพื่อเลือกตัวแทนสมาชิกที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าไปทำหน้าที่คณะกรรมการสหกรณ์เพื่อบริหารและดำเนินงานร่วมกับฝ่ายจัดการสหกรณ์ซึ่งได้มีการจัดจ้างเป็นเจ้าหน้าที่ประจำสหกรณ์ สำหรับดูแลงานสหกรณ์ด้านต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ได้รับจากมติที่ประชุมใหญ่ของสหกรณ์ ด้วยเหตุนี้ สมาชิกสหกรณ์แต่ละคนจึงมีหลายสถานะ ได้แก่ ในฐานะเจ้าของสหกรณ์ ผู้ใช้บริการสหกรณ์ และผู้ควบคุมกำกับดูแลสหกรณ์ ซึ่งแตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ

ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ได้แบ่งสหกรณ์ออกเป็น 7 ประเภท คือ 1) สหกรณ์การเกษตร 2) สหกรณ์นิคม 3) สหกรณ์ประมง 4) สหกรณ์ร้านค้า 5) สหกรณ์ออมทรัพย์ 6) สหกรณ์เครดิตยูเนียน และ 7) สหกรณ์บริการ โดยมีเป้าหมายในการช่วยเหลือสมาชิกและให้บริการแก่สมาชิกให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสหกรณ์ที่ได้กำหนดไว้ในข้อบังคับสหกรณ์

ประเทศไทยได้สนับสนุนขบวนการสหกรณ์มาตั้งแต่ปี 2459 จากการตั้งสหกรณ์วัดจันทร์ไม่จำกัดสินใช้ เพื่อเป็นแหล่งเงินเชื่อให้แก่สมาชิก นับสิริรวมการเติบโตและพัฒนาการของขบวนการสหกรณ์ไทยยาวนานกว่า 100 ปี ปัจจุบันมีจำนวนสหกรณ์ทั้งสิ้น 6,329 แห่ง (สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย, 2567) มีการปรับปรุงกฎหมายเรื่อยมา เพื่อให้การบริหารงานสหกรณ์มีความเหมาะสมตามยุคสมัย ปัจจุบันกฎหมายสหกรณ์เปิดช่องให้สามารถตั้งสหกรณ์ตามกฎหมายกระทรวงได้ แต่ปัจจุบันยังไม่มีจดทะเบียนสหกรณ์ในประเภทนี้

การบริหารงานสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพเกิดจากปัจจัยสำคัญทั้งภายในและภายนอกสหกรณ์ และจำเป็นต้องนำหลักธรรมาภิบาลมาเป็นแนวทางในการบริหารงานและกำกับดูแลสหกรณ์โดยยึดหลักความซื่อสัตย์สุจริต คณะกรรมการสหกรณ์และเจ้าหน้าที่สหกรณ์ต้องรับผิดชอบต่อนหน้าที่บริหารงานด้วยความยุติธรรม และความโปร่งใส อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภายใต้การมีอยู่ของทรัพยากรให้เกิดประโยชน์และเกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่สมาชิก อันนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์รวมถึงการใช้หลักธรรมาภิบาลเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือที่ดีให้แก่สหกรณ์

อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานของสหกรณ์แต่ละแห่งมีผลลัพธ์ที่แตกต่างกันไปตามเหตุปัจจัย โดยบางสหกรณ์ประสบความสำเร็จในการบริหารงาน สามารถให้บริการสมาชิกได้ต่อเนื่อง มีกำไรในการขยายงานสหกรณ์ มีการปันผลกำไรคืนแก่สมาชิกตามสัดส่วนหุ้นสหกรณ์ที่ถืออยู่ เช่น สหกรณ์การเกษตรในหลายจังหวัด เช่น เพชรบุรี, ชลบุรี, จันทบุรี เป็นต้น (นิติธร มะโนวัง, 2559) ขณะที่บางสหกรณ์ไม่ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องหยุดดำเนินงาน เช่น สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนคลองจั่น ถือเป็นกรณีศึกษาสำคัญเกี่ยวกับความล้มเหลวด้านธรรมาภิบาลในสหกรณ์ไทย โดยมีการทุจริตการยกยอกเงินรวมกว่า 12,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นทรัพย์สินของสมาชิก ทำให้สมาชิกกว่า 50,000 ราย ได้รับความเสียหาย บางรายสูญเสียเงินทั้งชีวิต ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนต่อระบบสหกรณ์ไทยในภาพรวม (Kumkit, 2020; National Reform Steering Assembly, 2016) ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสหกรณ์ตามโครงสร้างการบริหารงาน คือ สมาชิก คณะกรรมการสหกรณ์ และฝ่ายจัดการสหกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้จัดการสหกรณ์และทีมเจ้าหน้าที่สหกรณ์ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนงานสหกรณ์เพื่อให้บริการแก่สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพ (จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และ จุฑาทิพย์ พหลภาคย์, 2557)

ผลสำเร็จของการบริหารงานสหกรณ์จะสะท้อนผ่านงบการเงิน (Kumkit, 2020) ที่แสดงสุขภาพทางการเงินของสหกรณ์ หากสหกรณ์บริหารงานและให้บริการสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลกำไรส่วนเกินเพียงพอจัดสรรเป็นเงินปันผลและเงินเฉลี่ยคืนให้กับสมาชิกได้เป็นที่พอใจ ช่วยเสริมคุณภาพชีวิตของสมาชิกได้ดีขึ้นหลังจากเข้ามา มีส่วนร่วมกับสหกรณ์ สหกรณ์จัดว่าเป็นสหกรณ์ที่เกิดขึ้นตามหลักการและอุดมการณ์สหกรณ์

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การศึกษาผลกระทบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน นอกจากสถานะการดำเนินงานและฐานะทางการเงินสหกรณ์ อีกปัจจัยที่สำคัญ คือ ฝ่ายจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้จัดการสหกรณ์ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทย ยังมีค่อนข้างจำกัด หลักฐานเชิงประจักษ์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดการสหกรณ์กับผลการดำเนินงานสหกรณ์ยังมีอยู่น้อย ประเด็นดังกล่าวจึงเป็นช่องว่างทางวิชาการที่สำคัญ งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาผลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานะ ฐานะทางการเงิน และผู้จัดการสหกรณ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือทางเศรษฐมิติเพื่อประมาณการผลกระทบของปัจจัยดังกล่าว โดยผลการศึกษาของการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อกรมส่งเสริมสหกรณ์ในการนำไปใช้พิจารณากำหนดนโยบายเงื่อนไขและคุณสมบัติผู้จัดการสหกรณ์ที่เหมาะสมกับสหกรณ์แต่ละประเภทได้

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1.1 เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทย
- 1.1.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในของสหกรณ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

2.1 การวัดผลการดำเนินงานสหกรณ์

การวัดผลการดำเนินงานสหกรณ์นำแนวคิดการวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยอัตราส่วนทางการเงินมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ผลสำเร็จของการดำเนินงานสหกรณ์ โดยวัดปริมาณทรัพยากรที่สหกรณ์ใช้ไปเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับ จาก การดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์แต่ละด้าน เช่น การให้บริการทางการเงินแก่สมาชิก ทั้งการรับฝากเงินและ

การให้สินเชื่อกายใต้ทุนที่สหกรณ์มี แล้วกำหนดอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมเพียงพอที่จะเชิญชวนหรือจูงใจให้สมาชิกมาใช้บริการ แทนการไปใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่น เป็นต้น

อัตราส่วนทางการเงินที่ได้รับความนิยมใช้เป็นตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานคือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) แสดงอัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิกับสินทรัพย์รวม ตัวชี้วัดนี้สามารถสะท้อนความสามารถของสหกรณ์ในการนำสินทรัพย์ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ได้มีประสิทธิภาพหรือไม่ โดยสหกรณ์ที่มีค่า ROA สูง แสดงว่าสหกรณ์นั้นมีความสามารถในการทำกำไรสูงเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าสินทรัพย์ (รัชฎาธิปไตย อุปลักษณ์ประชา, 2558) โดยมีหลายงานวิจัยสหกรณ์ที่สนับสนุนว่า ROA เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการวัดผลการดำเนินงานของสหกรณ์ที่เหมาะสม (สุทธิรักษ์ แซ่ช่วย และประไพพิมพ์ สุวีลินนนท์, 2568; พรรณวร จันทโรโต และศศิภา พจนวาทิ, 2564) และอีกตัวชี้วัดที่นิยมใช้คือ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (Debt ratio) แสดงอัตราส่วนจำนวนเงินทุนจากการกู้ยืมแหล่งเงินทุนภายนอกสหกรณ์ต่อสินทรัพย์รวมของสหกรณ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด ค่า Debt ratio ยิ่งน้อยยิ่งดี แสดงว่า เงินที่สหกรณ์นำมาลงทุนในสินทรัพย์ส่วนมากเป็นเงินส่วนทุนของสหกรณ์ สหกรณ์มีความเสี่ยงทางการเงินน้อย มีเครดิตทางการเงินดีหากต้องกู้ยืมเงินในอนาคตสามารถทำได้ง่าย (ฮานีฟ อุซง และพงษ์พิช เพชรสกุลวงศ์, 2560; รัชฎาธิปไตย และ ธนกร สังขระมัยย์ 2565; สุทธิรักษ์ แซ่ช่วย และประไพพิมพ์ สุวีลินนนท์, 2568)

สินทรัพย์ของสหกรณ์แบ่งออกเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน โดยสินทรัพย์หมุนเวียน เช่น สินค้าคงคลัง ลูกหนี้ค้างชำระ และเงินสด ขณะที่สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน เช่น อาคารสำนักงาน อุปกรณ์ และรถยนต์ ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่เปลี่ยนแปลงเป็นเงินได้ยากกว่าสินทรัพย์หมุนเวียน

หนี้สินของสหกรณ์ คือ สิทธิหนี้ของสหกรณ์ต่อบุคคลหรือองค์กรอื่นๆ ซึ่งสหกรณ์ต้องชำระให้เสร็จสิ้นในอนาคต แบ่งออกเป็นหนี้สินระยะสั้นและหนี้สินระยะยาว ซึ่งสหกรณ์จะใช้หนี้สินในการเสริมทุนเพื่อดำเนินธุรกิจของสหกรณ์

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานสหกรณ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานสหกรณ์ประกอบไปด้วยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของสหกรณ์ ปัจจัยภายในของสหกรณ์ เช่น ทรัพยากรมนุษย์ หากแบ่งตามโครงสร้างสหกรณ์ จะประกอบไปด้วย 1) สมาชิก 2) คณะกรรมการดำเนินงานสหกรณ์ 3) ผู้จัดการสหกรณ์ และ 4) เจ้าหน้าที่สหกรณ์ โดย “ผู้จัดการ” คือ หัวหน้าฝ่ายปฏิบัติงานในสหกรณ์ โดยปฏิบัติงานภายใต้การควบคุมดูแลของคณะกรรมการดำเนินงานสหกรณ์ที่สมาชิกได้เลือกให้เป็นตัวแทนในการบริหารงาน ผลการศึกษาของ ชูติกาญจน์ มาศเสมอ และคณะ (2563) และประสพชัย พสุนนท์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2556) เสนอว่า ศักยภาพของผู้จัดการสหกรณ์มีผลต่อการดำเนินงานสหกรณ์ โดยเฉพาะปัจจัยระดับการศึกษาของผู้จัดการ สามารถเป็นตัวชี้วัดในการนำมาพิจารณาต่อทักษะของการพัฒนาและการเรียนรู้ในการดำเนินงานในสหกรณ์ได้

ปัจจัยต่อมาคือ ทรัพยากรด้านการเงิน เช่น ทุนเรือนหุ้น สินทรัพย์ และหนี้สิน เป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกนำมาบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจสหกรณ์สำหรับบริการสมาชิก สร้างความมั่นคงด้านสภาพคล่อง และการทำกำไรของสหกรณ์ โดยทุนของสหกรณ์ที่สำคัญคือ เงินทุนของสหกรณ์ ซึ่งเป็นเงินของสมาชิกที่นำมาลงทุนในสหกรณ์ เพื่อให้สหกรณ์ดำเนินธุรกิจได้ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในส่วนของสินทรัพย์และหนี้สินของสหกรณ์ เป็นสิ่งที่แสดงสถานะทางการเงินของสหกรณ์ที่ใช้ในการประเมินความเสี่ยงและความเป็นไปได้ในการดำเนินงานของสหกรณ์ (Kumkit, 2020)

ปัจจัยภายในอื่น เช่น ประเภทของสหกรณ์ ขนาดของสหกรณ์ และอายุของสหกรณ์ ก็มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์เช่นกัน ตัวอย่างเช่น สหกรณ์ขนาดใหญ่มักมีประสบการณ์และความสามารถของฝ่ายจัดการที่มีความเป็นมืออาชีพมากกว่าสหกรณ์ขนาดเล็ก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชูติกาญจน์ มาศเสมอ และคณะ (2563) และ ประภัสสร วาริศรี และสุบรรณ เอี่ยมวิจารย์ (2561) อย่างไรก็ตาม สหกรณ์ที่มีอายุมาก หรือ จัดตั้งมานานมักประสบปัญหาด้านความสามารถในการปรับตัวให้ทันกับสภาพการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของตลาดหรือระบบเศรษฐกิจ ต่างจากสหกรณ์ที่มีอายุการดำเนินงานไม่มากที่ปรับตัวได้เร็วกว่า แต่สหกรณ์ที่มีอายุน้อยมักประสบปัญหาด้านเงินทุนในการดำเนินธุรกิจสหกรณ์ที่อาจไม่เพียงพอใน

การสนองตอบต่อสมาชิก ซึ่งต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้สนใจที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกเพิ่มเติม อันเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มทุนให้แก่สหกรณ์ที่มีอายุน้อยได้ (เจนจิรา บุญเกิด, 2557)

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 เครื่องมือวิจัย

3.1.1 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายภาพรวมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในภาพรวมของสหกรณ์ที่มีการจดทะเบียนในประเทศไทยประจำปี 2563 โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง เผยแพร่โดยกรมส่งเสริมสหกรณ์ ทั้งสหกรณ์ที่มีผู้จัดการและไม่มีผู้จัดการ รวมถึงข้อมูลด้าน สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนทุน กำไร อัตราผลตอบแทนทางการเงิน ROA และ Debt-ratio ของสหกรณ์ 7 ประเภท ได้แก่ สหกรณ์เครดิตยูเนียน สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์นิคม สหกรณ์บริการ สหกรณ์ประมง สหกรณ์ร้านค้า และสหกรณ์ออมทรัพย์ ยิ่งไปกว่านั้นเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสหกรณ์ที่มีการจดทะเบียนในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการทดสอบผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างสองประชากร (Two-sample T-test) เพื่อชี้ให้เห็นว่า การมีผู้จัดการและการไม่มีผู้จัดการสหกรณ์มีผลต่อการดำเนินกิจการสหกรณ์อย่างไร โดยกำหนดสมมติฐานหลัก คือ การมีผู้จัดการสหกรณ์มีผลทำให้ค่าอัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนทุน กำไร ROA และ Debt-ratio มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับการไม่มีผู้จัดการสหกรณ์ ขณะที่สมมติฐานทางเลือก คือ การมีผู้จัดการสหกรณ์มีผลทำให้ค่าอัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนทุน กำไร ROA และ Debt-ratio มีค่ามากกว่าการไม่มีผู้จัดการสหกรณ์

3.1.2 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาครั้งนี้ใช้พัฒนาแบบจำลองเชิงประจักษ์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในของสหกรณ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิข้อมูลรายงานฐานะทางการเงินของสหกรณ์ทั่วประเทศ เผยแพร่โดยกรมส่งเสริมสหกรณ์ ครอบคลุมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – 2563 (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2564) การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ครอบคลุมรายงานฐานะทางการเงินช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (ระหว่างปี 2564 – 2566) เพื่อป้องกันความผันผวนและความผิดปกติของรายงานฐานะทางการเงินอันเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคดังกล่าว นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นและจัดการปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพข้อมูล อันเนื่องมาจากปัญหา ค่าผิดปกติ (Outliers) ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.2 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยภายในที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทย งานวิจัยนี้ได้พัฒนาแบบจำลอง สมการที่ 1 และสมการที่ 2 โดยประยุกต์มาจาก Almazari (2014), Eric and Claude (2020), Vo and Nguyen (2014), Zakaria et al. (2020) คำอธิบายตัวแปรของสมการที่ 1 และ 2 ดังตารางที่ 1

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1X_{1it} + \beta_2X_{2it} + \beta_3X_{3i} + \beta_4X_{4i} + \beta_5X_{5it} + \beta_6X_{6i} + \beta_7X_7 + \alpha_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$Debt-ratio_{it} = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \alpha_i + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

ตาราง 1 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในสมการที่ 1 และ 2

ตัวแปร	คำอธิบายตัวแปร
ตัวแปรตาม	
ROA_{it}	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของสหกรณ์ที่ i ในปีที่ t
$Debt-ratio_{it}$	อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของสหกรณ์ที่ i ในปีที่ t
ตัวแปรอิสระ	
X_1	อายุของสหกรณ์ที่ i ในปีที่ t
X_2	จำนวนสมาชิกของสหกรณ์ที่ i ในปีที่ t
X_3	ระดับการศึกษาของผู้จัดการสหกรณ์ที่ i
X_4	เพศของผู้จัดการสหกรณ์ที่ i
X_5	ทุนของสหกรณ์ที่ i ในปีที่ t
X_6	ประเภทของสหกรณ์ที่ i
X_7	ขนาดของสหกรณ์ที่ i
α_i	ลักษณะเฉพาะที่สังเกตไม่ได้ (Unobserved characteristics) ของสหกรณ์ที่ i
ϵ_{it}	ค่าความคลาดเคลื่อน

3.3 การจัดการข้อมูลและตัวแปร

จากสมการที่ 1 และสมการที่ 2 ตัวแปรตามของการศึกษาคั้งนี้ คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของสหกรณ์ (ROA_{it}) และ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของสหกรณ์ ($Debt-ratio_{it}$) ของแต่ละสหกรณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยที่อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของสหกรณ์ถูกคำนวณจากสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวมทั้งหมดของสหกรณ์ ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของสหกรณ์ถูกคำนวณจากสัดส่วนหนี้สินทั้งหมดของสหกรณ์ต่อสินทรัพย์รวมทั้งหมดของสหกรณ์ ในขณะที่ตัวแปรอิสระประกอบไปด้วย ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ ได้แก่ อายุของสหกรณ์ i ในปีที่ t (X_{1it}) (มีหน่วยเป็น ปี), จำนวนสมาชิกของสหกรณ์ i ในปีที่ t (X_{2it}) (มีหน่วยเป็นจำนวนคน), ระดับการศึกษาของผู้จัดการของสหกรณ์ i (X_{3i}) (แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี, ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี), เพศของผู้จัดการสหกรณ์ i (X_{4i}) (เพศชาย หรือ เพศหญิง), และทุนของสหกรณ์ i ในปีที่ t (X_{5it}) (มีหน่วยเป็นล้านบาท) และตัวแปรควบคุม (Control variable) อื่นๆ ได้แก่ ประเภทของสหกรณ์ i (X_{6i}) ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ สหกรณ์เครดิตยูเนียน, สหกรณ์การเกษตร, สหกรณ์นิคม, สหกรณ์บริการ, สหกรณ์ประมง, สหกรณ์ร้านค้า และ สหกรณ์ออมทรัพย์ และ ขนาดของสหกรณ์ i (X_{7i}) ประกอบไปด้วย 2 ขนาด ได้แก่ ขนาดใหญ่ และ ขนาดเล็ก โดยที่กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้กำหนดการแบ่งขนาดของสหกรณ์ คือ ถ้าหากสหกรณ์ใดมีขนาดสินทรัพย์สูงกว่า 5,000 ล้านบาทขึ้นไป จะถูกกำหนดเป็นสหกรณ์ขนาดใหญ่ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2564) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ได้มาจาก การทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา (Kumkit et al, 2022)

นอกจากนี้ จากขั้นตอนการตรวจสอบและจัดการปัญหาคุณภาพข้อมูล พบว่า จากขั้นตอนการตรวจสอบและจัดการ ปัญหาคุณภาพข้อมูล พบว่า บางสหกรณ์มีข้อมูลรายงานฐานะทางการเงินที่ขาดหายไป ทำให้ลักษณะ ของข้อมูล มีช่องว่างเกิดขึ้น และนำไปสู่การเป็น Unbalanced panel data จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่า การกะประมาณ แบบจำลองที่มีการใช้ข้อมูลลักษณะดังกล่าวสามารถใช้วิธีการกะประมาณถดถอยแบบ Fixed effect หรือ Random effect ได้ทั้งสองแบบ (Wooldridge, 2002)

อย่างไรก็ตาม ถ้าตัวแปรลักษณะเฉพาะที่สังเกตไม่ได้ของแต่ละสหกรณ์ (Individual unobserved characteristics) มีความสัมพันธ์กับค่าคลาดเคลื่อนของสมการ (Error term) วิธีการประมาณแบบ Random effect จะนำไปสู่ผลการประมาณที่มีคุณสมบัติไม่คงเส้นคงวาและเอนเอียง (Inconsistent and biased estimates) ดังนั้น เพื่อประมาณการแบบจำลองสมการที่ 1 และ 2 คณะผู้วิจัยใช้วิธีการประมาณถดถอยแบบ Fixed effect

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถทำการทดสอบความเหมาะสมระหว่างการนำวิธีการประมาณแบบ Fixed effect และวิธีการประมาณแบบ Random effect ด้วย Hausman Test ได้ เนื่องจากแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีแนวโน้มที่จะละเมิดข้อสมมติฐานที่สำคัญของ Hausman Test ได้แก่ Strict exogeneity และ Homoskedasticity

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ลักษณะข้อมูลสถิติพรรณนาของผลการดำเนินงานสหกรณ์ไทย

ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ปี 2563 (ตารางที่ 2) พบว่า มีจำนวนสหกรณ์ทั้งสิ้น 6,653 แห่ง เป็นสหกรณ์ที่กำลังดำเนินการ 6,568 แห่ง หยุดดำเนินการ 166 แห่ง โดยประเภทสหกรณ์ที่มีการดำเนินงานอยู่มากที่สุดคือ สหกรณ์การเกษตร 3,278 แห่ง มีจำนวนสมาชิกรวม 6,197,329 ราย รองลงมาคือ สหกรณ์ออมทรัพย์ 1,401 แห่ง มีจำนวนสมาชิกรวม 3,103,488 ราย และสหกรณ์บริการ 1,029 แห่ง มีจำนวนสมาชิกรวม 481,993 ราย สหกรณ์ที่กำลังดำเนินงานอยู่มีอายุเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 27.22 ปี ประเภทสหกรณ์ที่อายุเฉลี่ยสูงสุดคือ สหกรณ์นิคม อายุเฉลี่ย 40.85 ปี รองลงมาคือ สหกรณ์ร้านค้า อายุเฉลี่ย 33.33 ปี

เมื่อพิจารณา การจ้างผู้จัดการสหกรณ์เฉพาะสหกรณ์ที่ดำเนินงานอยู่ พบว่า มีสัดส่วนการจ้างผู้จัดการสหกรณ์ร้อยละ 50.65 โดยสหกรณ์ร้านค้ามีสัดส่วนการจ้างผู้จัดการสหกรณ์สูงที่สุดที่ร้อยละ 85.60 รองลงมาคือ สหกรณ์ออมทรัพย์ ร้อยละ 83.08 และสหกรณ์นิคม ร้อยละ 76.47 โดยสหกรณ์ที่มีสัดส่วนการจ้างผู้จัดการสหกรณ์น้อยที่สุดคือ สหกรณ์ประมง ร้อยละ 28.77 รองลงมาคือ สหกรณ์บริการ ร้อยละ 29.83 และสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 41.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยข้อมูลด้านการเงินของสหกรณ์ทั่วประเทศไทย ในปี 2563 เช่น สหกรณ์ทั่วประเทศไทยมีสินทรัพย์และหนี้สินเฉลี่ยประมาณ 690.71 และ 380.62 ล้านบาท ตามลำดับ โดยที่สหกรณ์ออมทรัพย์ มีสินทรัพย์และหนี้สินเฉลี่ยมากที่สุดเมื่อเทียบกับสหกรณ์ประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ค่า ROA และ Debt-ratio เฉลี่ยของสหกรณ์ทั่วประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 64.79 และ 1.89 ตามลำดับ

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์แต่ละประเภท ปี 2563

ประเภทสหกรณ์	รวม จำนวน (แห่ง)	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ (แห่ง)	หยุด ดำเนินการ (แห่ง)	จำนวน สหกรณ์ จัดตั้งใหม่	อายุเฉลี่ย ของ สหกรณ์ (ปี)	จำนวน สมาชิก (ราย)	มีผู้จัดการ สหกรณ์ (แห่ง)	จำนวน สหกรณ์ที่ไม่ มีผู้จัดการ (แห่ง)
เครดิตยูเนียน	581	577	6	14	19.77	799,206	308	269
การเกษตร	3,307	3,278	119	56	22.94	6,197,329	1,355	1,923
นิคม	85	85	0	0	40.85	186,862	65	20
บริการ	1,063	1,029	32	51	19.84	481,993	307	722
ประมง	74	73	4	2	19.44	14,476	21	52
ร้านค้า	126	125	2	2	33.33	655,564	107	18
ออมทรัพย์	1,417	1,401	3	16	21.10	3,103,488	1,164	237
รวม	6,653	6,568	166	141	27.22	11,438,918	3,327	3,241

ตาราง 3 ข้อมูลค่าเฉลี่ยทางการเงินของสหกรณ์แยกตามประเภทสหกรณ์ ปี 2563

ประเภทสหกรณ์	สินทรัพย์ (ล้านบาท)	หนี้สิน (ล้านบาท)	ส่วนทุน (ล้านบาท)	กำไร (ล้านบาท)	ROA (%)	Debt-ratio
เครดิตยูเนียน	110.77 (353.68)	80.53 (664.09)	73.55 (526.60)	3.96 (14.50)	6.00 (14.82)	0.50 (1.27)
การเกษตร	261.61 (9,634.00)	234.21 (9,630.67)	30.84 (94.14)	3.09 (16.60)	28.19 (349.89)	1.89 (19.21)
นิคม	134.40 (277.61)	96.63 (191.84)	43.68 (96.69)	13.56 (82.28)	15.19 (63.66)	1.07 (2.09)
บริการ	23.69 (213.09)	14.63 (132.97)	9.82 (84.86)	1.04 (9.79)	290.80 (7,653.47)	5.70 (85.97)
ประมง	13.42 (53.76)	10.56 (31.00)	10.53 (30.31)	0.92 (2.73)	27.89 (151.29)	1.59 (6.11)
ร้านค้า	55.74 (369.03)	27.64 (219.39)	28.12 (152.78)	2.64 (11.37)	10.39 (11.75)	0.22 (0.208)
ออมทรัพย์	2,555.55 (15,433.90)	1,186.42 (4,948.16)	1,389.82 (13,80.26)	69.21 (209.26)	41.11 (1,285.82)	0.30 (0.49)
รวม	690.71 (9,889.66)	380.62 (7,178.70)	320.54 (6,396.88)	17.02 (101.58)	64.79 (2,913.83)	1.89 (34.66)

ที่มา: กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2564)

หมายเหตุ: ตัวเลขแสดงในวงเล็บ คือ ค่าความคาดเคลื่อน (Standard deviation)

เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสหกรณ์ที่มีการจดทะเบียนในประเทศไทย ระหว่างการมีผู้จัดการสหกรณ์และการไม่มีผู้จัดการสหกรณ์ ผลจากการทดสอบผลต่างของค่าเฉลี่ยผลการดำเนินงานของสหกรณ์ที่มีผู้จัดการและสหกรณ์ที่ไม่มีผู้จัดการสหกรณ์ โดยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนทุน กำไร ROA และ Debt-ratio ตารางที่ 4 ซึ่งให้เห็นว่า สหกรณ์ที่มีผู้จัดการมีค่าเฉลี่ยสินทรัพย์ หนี้สิน ทุน และกำไร มากกว่าสหกรณ์ที่ไม่มีผู้จัดการในสหกรณ์ทุกประเภท ยกเว้นประเภทสหกรณ์ร้านค้า เป็นเพราะจำนวนสหกรณ์ร้านค้าในประเทศไทยมีจำนวนไม่มาก และผลการดำเนินงานของสหกรณ์ร้านค้าไม่แตกต่างกัน ในขณะที่สหกรณ์นิคม ที่ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงการไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก กรณีการเปรียบเทียบผลต่างค่าเฉลี่ยของกำไรซึ่งเป็นเหตุผลที่คล้ายกับสหกรณ์ร้านค้า คือ จำนวนสหกรณ์ค่อนข้างน้อย และผลการดำเนินงานในภาพรวมส่วนใหญ่คล้ายคลึงกัน และไม่มีมีความแตกต่างอย่างชัดเจน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2567) ในกรณีอัตราส่วนทางการเงิน ROA มีเพียงสหกรณ์เครดิตยูเนียนและสหกรณ์การเกษตรที่ค่าเฉลี่ย ROA ของสหกรณ์ที่มีผู้จัดการมากกว่าสหกรณ์ที่ไม่มีผู้จัดการ หากพิจารณาค่า Debt-ratio มีเพียงสหกรณ์นิคม และสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงการไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก กรณีการเปรียบเทียบผลต่างค่าเฉลี่ยของค่า Debt-ratio ระหว่างการมีและการไม่มีผู้จัดการสหกรณ์ กล่าวคือสหกรณ์ที่มีผู้จัดการจะมีค่า Debt-ratio ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับสหกรณ์ที่ไม่มีผู้จัดการ แสดงให้เห็นว่า ผู้จัดการสหกรณ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลกับผลการดำเนินงานของสหกรณ์ได้

ตาราง 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทางการเงินของสหกรณ์ระหว่างมีผู้จัดการสหกรณ์และไม่มีผู้จัดการสหกรณ์แยกตามประเภทสหกรณ์ ปี 2563

ประเภทสหกรณ์	สินทรัพย์	หนี้สิน	ส่วนทุน	กำไร	ROA	Debt-ratio
เครดิตยูเนียน	t = -5.95 ^{***} (0.0000)	t = -2.44 ^{***} (0.0073)	t = -2.65 ^{***} (0.0041)	t = -4.79 ^{***} (0.0000)	t = 3.25 ^{***} (0.0006)	t = 0.74 (0.7709)
การเกษตร	t = -1.81 ^{***} (0.0347)	t = -1.62 [*] (0.0517)	t = -22.02 ^{***} (0.0000)	t = -10.84 ^{***} (0.0000)	t = 2.08 ^{***} (0.0186)	t = 0.93 (0.8247)
นิคม	t = -2.43 ^{***} (0.0085)	t = -2.59 ^{***} (0.0056)	t = -2.07 ^{**} (0.0207)	t = -0.82 (0.2067)	t = -0.54 (0.7601)	t = 2.00 ^{**} (0.0243)
บริการ	t = -4.10 ^{***} (0.0000)	t = -3.54 ^{***} (0.0002)	t = -4.75 ^{***} (0.0000)	t = -2.58 ^{***} (0.0050)	t = 0.70 (0.2412)	t = 1.15 (0.1235)
ประมง	t = -3.55 ^{***} (0.0003)	t = -3.60 ^{***} (0.0003)	t = -2.58 ^{***} (0.0059)	t = -3.80 ^{***} (0.0001)	t = 0.63 (0.2644)	t = 0.46 (0.3216)
ร้านค้า	t = -0.62 (0.2650)	t = -0.55 (0.2887)	t = -0.71 (0.2365)	t = -0.90 (0.1824)	t = -0.41 (0.6616)	t = 0.19 (0.4231)
ออมทรัพย์	t = -2.48 ^{***} (0.0065)	t = -3.51 ^{***} (0.0002)	t = -1.55 [*] (0.0607)	t = -4.93 ^{***} (0.0000)	t = -0.33 (0.6315)	t = -5.86 ^{***} (0.0000)
รวม	t = -5.40 ^{***} (0.0000)	t = -4.07 ^{***} (0.0000)	t = -3.87 ^{***} (0.0001)	t = -12.72 ^{***} (0.0000)	t = 1.14 (0.1270)	t = 2.42 ^{***} (0.0077)

หมายเหตุ: พิจารณาเฉพาะสหกรณ์ที่ดำเนินงานอยู่

*, **, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05 และ 0.01

ตัวเลขแสดงในวงเล็บ คือ ค่า p-value

4.2 ผลการศึกษาเชิงประจักษ์

คณะผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหา

Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรเชิงปริมาณในแบบจำลอง ซึ่งประกอบไปด้วยอายุของสหกรณ์ (X1) จำนวนสมาชิกของสหกรณ์ (X2) และทุนของสหกรณ์ (X5) พบว่า ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเกิดขึ้น เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าต่ำกว่า 0.75 (Gujarati, 2004) (ตาราง 5)

ตาราง 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในแบบจำลอง

	X ₁	X ₂	X ₅
X ₁	1.00		
X ₂	0.34	1.00	
X ₅	0.23	0.35	1.00

ตาราง 6 แสดงผลการประมาณเพื่ออธิบายปัจจัยภายในที่มีผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศไทย พบว่า สำหรับแบบจำลองที่ 1 ตัวแปรอายุของสหกรณ์ (X₁) มีผลกระทบเชิงลบต่อตัวแปรค่า ROA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kumkit (2020) ที่พบว่า สหกรณ์ที่มีการดำเนินงานในระยะเวลาสั้น หากได้บุคคลากรที่เข้ามาบริหารจัดการสหกรณ์ที่ขาดความรู้ความสามารถ หรือขาดจิตตารมณ์ สามารถส่งผลให้ผลประกอบการของสหกรณ์ไม่มีประสิทธิภาพได้ ดังนั้น

การให้การศึกษาและความเข้าใจด้านสหกรณ์ รวมถึงการเลือกคนดีที่มีความสามารถเข้ามาบริหารจัดการสหกรณ์ให้ต่อเนื่องยั่งยืน และการมีระบบธรรมาภิบาลที่ดี เป็นสิ่งที่สหกรณ์ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเจนจิรา บุญเกิด (2557) ที่พบว่า สหกรณ์ที่มีระยะเวลาการดำเนินงานนานผู้จัดการควรให้ความสำคัญกับการจัดการด้านการเงิน การจัดการ รวมถึงเป็นสหกรณ์ที่มีฐานะมั่นคง ในขณะที่ตัวแปรจำนวนสมาชิกของสหกรณ์ (X_2) มีผลกระทบเชิงบวกต่อตัวแปร ค่า ROA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.1 เนื่องจากสหกรณ์ที่มีสมาชิกที่เพิ่มขึ้น นั่นคือ การที่สมาชิกเข้ามาใช้บริการที่สหกรณ์จัดให้มากขึ้นไปด้วย จึงส่งผลให้รายได้ที่เกิดขึ้นกับสหกรณ์เป็นไปในทิศทางบวก และส่งผลดีกับผลประกอบการที่เกิดขึ้นกับสหกรณ์ในแต่ละปี ด้วยเหตุนี้ การที่สหกรณ์ให้ความสำคัญกับการให้บริการ สามารถส่งผลให้มีบุคคลที่สนใจ และต้องการใช้บริการกับสหกรณ์ มาสมัครเป็นสมาชิกกับสหกรณ์ได้ (นิภาภรณ์ ไสยวงศ์ และคณะ, 2556) นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรทุนของสหกรณ์ (X_5) มีผลกระทบเชิงลบต่อตัวแปรค่า ROA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของณิชาภา เกตุอินทร์ และฐิติภรณ์ สิ้นจรรยาศักดิ์ (2564) กล่าวคือ ทุนสหกรณ์ จัดได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการสร้างรายได้ และความมั่นคงให้กับสหกรณ์ ดังนั้น การที่ทุนสหกรณ์ที่ลดลง จะส่งผลให้ค่า ROA ติดลบซึ่งแสดงให้เห็นว่า การสร้างรายได้ให้กับสหกรณ์และทุนสหกรณ์มีอัตราลดลงในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่หากพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้จัดการสหกรณ์พบว่า ระดับการศึกษา และเพศ ของผู้จัดการ ไม่มีผลต่อค่า ROA ของสหกรณ์ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาเป็นส่วนช่วยให้การดำเนินธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ผู้จัดการจะไม่ได้จบการศึกษาที่ระดับสูง แต่หากมีความเข้าใจในแนวทางด้านสหกรณ์ เข้าใจจุดมุ่งหมายในการนำหลักการอุดมการณ์สหกรณ์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และมีความตั้งใจเรียนรู้ และดำเนินงานโดยมอง ประโยชน์ของสมาชิกเป็นสำคัญ และดำเนินการตามอุดมการณ์ ไม่ขัดต่อกฎหมายสหกรณ์ บุคคลผู้นั้น สามารถเป็นผู้จัดการที่นำพาสหกรณ์ไปสู่เป้าหมายได้ไม่ว่าจะเป็นเพศใดก็ตาม หากพิจารณาด้านประเภทของสหกรณ์ พบว่า หากเปลี่ยนจากสหกรณ์เครดิตยูเนียนไปเป็นสหกรณ์ประเภทอื่นจะส่งผลให้ค่า ROA มีค่าเพิ่มขึ้นอาทิหากเปลี่ยนจากสหกรณ์เครดิตยูเนียนไปเป็นสหกรณ์การเกษตร หรือ สหกรณ์ประมง จะทำให้ค่า ROA เพิ่มขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้ เพราะทุกสหกรณ์ สามารถที่จะให้บริการกับสมาชิก และได้รับความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมในการใช้บริการกับสหกรณ์ จึงส่งผลให้สหกรณ์มีกำไรและรายได้เกิดขึ้นจากการบริหารเงินทุน และสินทรัพย์ที่สหกรณ์มีได้อย่างต่อเนื่อง (Kumkit et al, 2024) ในขณะที่ตัวแปรขนาดของสหกรณ์ (X_7) ถูกตัดออกจากแบบจำลองอันเนื่องมาจากการเป็นตัวแปร Time invariant variable

หากพิจารณาผลการศึกษาของแบบจำลองที่ 2 พบว่า มีเพียงตัวแปรทุนของสหกรณ์ (X_5) และตัวแปรประเภทของสหกรณ์ ที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อตัวแปรอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของสหกรณ์ กล่าวคือ ตัวแปรทุนของสหกรณ์ (X_5) มีผลกระทบเชิงลบต่อตัวแปรอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของสหกรณ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ ถ้าทุนของสหกรณ์ของสหกรณ์เพิ่มขึ้น จะทำให้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของสหกรณ์ลดลง ทั้งนี้ เนื่องมาจากสหกรณ์ยังขาดความรู้ในการบริหารสภาพคล่อง สินทรัพย์ หรือ หนี้สินที่สหกรณ์มีกับผู้เกี่ยวข้อง การขาดความเข้าใจในการลงทุน และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการเงิน จึงอาจส่งผลดังกล่าวเกิดขึ้นได้ในภาพรวมของขบวนการสหกรณ์ (นภานันท์ ศรีชัยชนะ และณคุณ ธรณีนิติญาณ, 2567) ในขณะที่ตัวแปรประเภทของสหกรณ์ พบว่า ถ้าหากประเภทของสหกรณ์เปลี่ยนจากสหกรณ์เครดิตยูเนียนไปเป็นสหกรณ์ประมง จะทำให้ตัวแปรอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของสหกรณ์เพิ่มขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่การเปลี่ยนประเภทของสหกรณ์จากเครดิตยูเนียนไปเป็นสหกรณ์ประเภทอื่น ไม่มีผลต่อตัวแปรอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของสหกรณ์ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาภรณ์ ไสยวงศ์ (2556) เนื่องจากสหกรณ์ประมงมีการดำเนินงานในภาพรวมที่สะท้อนให้เห็นว่า มีโอกาสที่จะเผชิญกับความเสี่ยงในการบริหารด้านการเงิน และการใช้ทรัพยากรด้านการเงินให้มีประสิทธิภาพ จึงส่งผลให้หนี้สินของสหกรณ์มีอัตราสูงกว่า การเพิ่มสินทรัพย์ หรือทุนของสหกรณ์ เครดิตยูเนียน และสหกรณ์อื่นๆ นอกจากนี้ หากพิจารณาดัชนีตัวแปรอื่นๆ จะพบว่า ตัวแปรอายุของสหกรณ์ (X_1), ตัวแปรจำนวนสมาชิกของสหกรณ์ (X_2) และตัวแปรส่วนบุคคลของผู้จัดการสหกรณ์ ซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา และเพศ ล้วนแล้วแต่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์สหกรณ์ เนื่องจาก Debt Ratio เป็นอัตราส่วน

ทางการเงินที่จะสะท้อนให้เห็นความเสี่ยงทางการเงินที่จะเกิดขึ้นกับสหกรณ์ จากผลการศึกษา สหกรณ์ในประเทศไทย ที่พบว่าไม่มีผลนั้น เพราะว่า อยู่กับการตัดสินใจในการบริหารหนี้สินและทุนของสหกรณ์ในช่วงเวลานั้นๆ และหากสหกรณ์ยังคงตามหลักการสหกรณ์ และระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์ และการคำนึงถึงผลประโยชน์ของเจ้าของ คือ สมาชิกสหกรณ์ เป็นสำคัญดังนั้น ไม่ว่าสหกรณ์นั้นๆ จะเพิ่งก่อตั้งหรือเกิดขึ้นมานาน และมีสมาชิกมากน้อยแค่ไหน รวมถึงผู้จัดการนึกถึง ประโยชน์ของสหกรณ์เป็นสำคัญ ความเสี่ยงด้านการเงินของสหกรณ์ก็จะเกิดขึ้นได้ค่อนข้างยากมาก (ชัยวุฒิ เชมะรังสี, 2561) ในขณะที่ตัวแปรขนาดของสหกรณ์ (X_7) ถูกตัดออกจากแบบจำลองอันเนื่องมาจากการเป็นตัวแปร Time invariant variable

ตาราง 6 ผลการประมาณแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	
	ROA _{it}	Debt-ratio _{it}
อายุของสหกรณ์ (X_1)	-0.0003*** (0.0001)	-0.0022 (0.0024)
จำนวนสมาชิกของสหกรณ์ (X_2)	2.59e ⁻⁶ * (0.0000)	0.00003 (0.00003)
ระดับการศึกษาของผู้จัดการ (X_3)		
ต่ำกว่าระดับ ป.ตรี (Base)		
ระดับ ป.ตรี	0.0009 (0.0009)	-0.0184 (0.0132)
สูงกว่า ป.ตรี	0.0010 (0.0014)	0.0312 (0.0456)
เพศของผู้จัดการสหกรณ์ (X_4)	0.0006 (0.0010)	-0.0023 (0.0179)
ทุนของสหกรณ์ (X_5)	-0.0001*** (0.00002)	-0.0012** (0.0006)
ประเภทของสหกรณ์ (X_6)		
สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน (Base)		
สหกรณ์การเกษตร	0.0316** (0.0125)	0.1754 (0.2550)
สหกรณ์นิคม	0.0299** (0.0125)	0.0583 (0.2551)
สหกรณ์บริการ	0.0144* (0.0076)	0.1148 (0.2348)
สหกรณ์ประมง	0.0301** (0.0125)	0.5455** (0.2552)
สหกรณ์ร้านค้า	0.0255** (0.0124)	0.1813 (0.2536)
สหกรณ์ออมทรัพย์	0.0108** (0.0046)	-0.0029 (0.1238)
ขนาดของสหกรณ์ (X_7)	Omitted	Omitted
Constant	0.0174** (0.0084)	0.4886** (0.1912)
Individual fixed effect	✓	✓
F-test	19.14***	2,800.23***
Obs.	9,469	9,469

หมายเหตุ: *, **, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ตัวเลขแสดงในวงเล็บ คือ ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานแบบปรับค่า (Corrected standard error)

5. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ มีหลายมิติในการที่จะดำเนินการพิจารณา และได้ผลการวิจัยที่เหมือนหรือแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและสถานการณ์ที่จะมีผลกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ สำหรับ

การศึกษาค้นคว้าพบว่า ในส่วนของผลประกอบการหรืออัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์นั้น ตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ อายุของสหกรณ์ โดยส่งผลทางลบ หรือแนวโน้มที่ลดลง แต่อย่างไรก็ตามมีการศึกษาที่ผลวิจัยของสหกรณ์ที่มีความยั่งยืน หรือมีระยะเวลาในการดำเนินการนาน ส่วนใหญ่ผู้บริหารจะมีวิสัยทัศน์และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลให้ ROA มีค่าเป็นบวก รวมทั้งการบริหารงานสหกรณ์ที่มีผู้จัดการสหกรณ์ส่งผลให้การดำเนินงานมีความแตกต่างกัน ยกเว้นประเภทสหกรณ์ร้านค้า และสหกรณ์นิคม ที่ไม่มีความแตกต่าง นั่นอาจเป็นเพราะสหกรณ์มีจำนวนค่อนข้างน้อย และผลการดำเนินงานมีความคล้ายคลึงกัน ตัวอย่างเช่น พรรณราย และคณะ ปี 2563 ศึกษาสหกรณ์การเลี้ยงปลุสสัตว์ กรป.กลาง โพนยางคำ จำกัดที่พบว่า เป็นสหกรณ์ที่เกิดขึ้นมายาวนาน และสร้างความยั่งยืนเป็นผลมาจากการมีวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน วัฒนธรรมองค์กร การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงาน มีผลการดำเนินงานที่ดี แต่อย่างไรก็ตามสหกรณ์ควรต้องมีความต่อเนื่องในการพัฒนาบุคลากรในการให้ความรู้และจัดฝึกอบรม เพื่อให้การดำเนินงานสหกรณ์ได้รับการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพต่อเนื่องจากรุ่นสู่รุ่น

ผลการดำเนินงานของสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพเกิดจากปัจจัยของสหกรณ์ที่ใช้ในการบริหารจัดการ ตามหลักธรรมาภิบาล สหกรณ์ที่ความเหมาะสมในแต่ละมิติ สำหรับการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดีนั้น ผู้จัดการสหกรณ์จัดเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทโดยตรงทำให้การใช้ทรัพยากรเกิดประโยชน์กับสมาชิกอย่างคุ้มค่า ดังนั้นผู้จัดการควรเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถด้านสหกรณ์ และต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ให้เจริญก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จตามนโยบายของที่ประชุมใหญ่ และจากการทบทวนวรรณกรรม ผลการดำเนินงานในการศึกษา เลือกใช้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เป็นตัวชี้วัดซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ของ โพร็ตเตวัน ทีโยตระกูล และคณะ (2561) ได้วิเคราะห์สุขภาพทางการเงินของสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ และ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่มีความเหมาะสมในการวัดประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์ คุ้มค่าให้กับสหกรณ์ สหกรณ์ในประเทศไทย มี ROA แนวโน้มลดลง ซึ่งอาจเพราะใน 2-3 ปี ที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยมีทิศทางลง เพราะปัญหาจากภัยธรรมชาติและสถานการณ์โควิด จึงส่งผลให้ประชาชนในประเทศได้รับผลกระทบ รวมถึงสมาชิก สหกรณ์ ที่มีรายได้ที่ลดลง และไม่สามารถชำระหนี้ที่มีกับสหกรณ์ได้ตามนัด รวมถึงการเหตุการณ์ทุจริตของสหกรณ์ในประเทศไทย (ศิริลักษณ์ นามวงศ์ และ ประเสริฐ จรรยาสุภาพ, 2561) จึงสนับสนุนให้ผู้วิจัยมีมุมมองเกี่ยวกับบทบาทของผู้จัดการสหกรณ์ ว่าเป็นบทบาทที่มีความสำคัญมากในการขับเคลื่อนให้การดำเนินงานของสหกรณ์ เกิดความคุ้มค่า ดังนั้น การคัดเลือกผู้จัดการสหกรณ์ โดยเกณฑ์การพิจารณาระดับการศึกษา จึงเป็นคุณสมบัติที่สหกรณ์ควรให้ความสนใจ หรือ พิจารณาประสบการณ์และความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจแต่ควรต้องเพิ่มการพิจารณาด้านความเป็นสหกรณ์ โดย ผู้จัดการควรต้องเข้าใจในอุดมการณ์ คุณค่า และหลักการสหกรณ์ด้วยเช่นกัน โดยแบบจำลองในการศึกษาได้นำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน คือ สินทรัพย์หนี้สิน ทุนและกำไรของสหกรณ์ รวมทั้งจำนวนสมาชิก และระยะเวลาการดำเนินงานของสหกรณ์ มาประกอบการวิเคราะห์เพื่อหาค่าตอบให้สมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ โดยจากการวิเคราะห์แบบจำลองด้วยสมการถดถอยแบบ fixed effect ผลพบว่า ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของผู้จัดการสหกรณ์ ในระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี ส่งผลต่อผลการดำเนินงานสหกรณ์ในทิศทางตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีของผู้จัดการสหกรณ์ เป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมที่ใช้ในการคัดเลือกผู้จัดการสหกรณ์เบื้องต้น โดยควรเน้นในด้านภาวะผู้นำ คุณภาพและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ การส่งฝึกอบรมให้มีความรู้ด้านธรรมาภิบาล แนวคิด อุดมการณ์ และหลักการสหกรณ์ ตามผลการศึกษาในหลายงานวิจัยที่ผ่านมา (จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และ จุฑาทิพย์ พหลภาคย์, 2557; เชนจิรา บุญเกิด, 2557; นัฐภรณ์ สูดยอด, 2545)

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.1.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพรวมของสหกรณ์ทุกประเภท จึงเป็นภาพกว้างที่ทำให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลกับประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งการวิจัยในอนาคต สามารถศึกษาแยกตามประเภท เพื่อทำความเข้าใจในฐานะทางการเงินและบทบาทของผู้บริหาร เพื่อให้ตรงตามเป้าหมาย และทักษะของสหกรณ์ประเภทนั้น ๆ ได้

6.1.2 สหกรณ์ในประเทศไทยมีหลายขนาด ดังนั้นสามารถศึกษาตามรายขนาดเพื่อ ได้ปัจจัยในการดำเนินงานที่เหมาะสมกับสหกรณ์ตามขนาดนั้น ๆ ได้

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวัดสุขภาพทางการเงินของสหกรณ์ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ โดย ROA และ Debt ratio เป็นตัวชี้วัดทางการเงินที่ได้รับการยอมรับ และสามารถพยากรณ์การบริหารจัดการในองค์กรได้ค่อนข้างแม่นยำ และมีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ ได้แก่ สินทรัพย์ หนี้สิน ทุนและกำไรของสหกรณ์ รวมทั้งจำนวนสมาชิก และระยะเวลาการดำเนินงานของสหกรณ์ รวมถึงความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการสหกรณ์ของ ผู้จัดการสหกรณ์ แต่อย่างไรก็ตามด้วยเป้าหมายในการจัดตั้งสหกรณ์ เกิดขึ้นมาเพื่อสมาชิกที่เป็นทั้งเจ้าของและผู้ให้บริการและควบคุมการดำเนินงานสหกรณ์ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลสหกรณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่ทำให้สหกรณ์ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งนำมาซึ่งความเชื่อมั่นของสมาชิก และสร้างการมีส่วนร่วมให้สมาชิกมาใช้บริการ การเข้าร่วมประชุมใหญ่ และกิจกรรมต่าง ๆ ของสหกรณ์ โดยส่งผลให้สหกรณ์เป็นองค์กรเพื่อมวลสมาชิกโดยแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2564). *สารสนเทศกรมส่งเสริมสหกรณ์*. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2567, จาก <https://cpd.go.th/information-cpd/info-data-cpd.html>
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2567). *สารสนเทศกรมส่งเสริมสหกรณ์*. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2568, จาก <https://cpd.go.th/information-cpd/info-data-cpd.html>
- จักรพันธ์ กิตติวรรัตน์ และ จุฑาทิพย์ พหลภาคย์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ภาคกลาง. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 1(1), 1-15.
- เจนจิรา บุญเกิด. (2557). *การรับรู้ความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงของผู้จัดการสหกรณ์การเกษตร*. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชุติกานุจน์ มาสเสมอ, วิษณุ วงศ์สินศิริกุล และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ ความเป็นเลิศของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 15(1), 21-29.
- ชัยวุฒิ เขมะรังสี. (2561). *การศึกษาหลักธรรมาภิบาลของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย*. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- ณิชามา เกตุอินทร์ และ วิฑิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์. (2564). คุณภาพสินทรัพย์ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีส*, 8(1), 614-623.
- นภานันท์ ศรีชัยชนะ และ ณคุณ ธรณินิธิญาณ. (2567). *การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากข้อมูลงบการเงิน เพื่อการบริหารงานของฝ่ายบริหารสหกรณ์การเกษตร*. (<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/article/view/269101>)
- นิตธิธ มะโนวัง. (2559). *แนวทางการพัฒนาสู่ความสำเร็จของสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดจันทบุรี*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

- นิภาภรณ์ ไสยวงศ์. (2556). มิติทางการเงินที่มีผลต่อหนี้สินของสหกรณ์ประมงในประเทศไทย (online). ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2568, จาก https://www.cad.go.th/ewt_news.php?nid=18860
- นิภาภรณ์ ไสยวงศ์, ภาณีต บุรณิโกคาและ ประสพสิน แม่นทิม. (2556). การวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายใน ด้านบัญชีกับผลการดำเนินงานของสหกรณ์ภาคการเกษตร. (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นัฐภรณ์ สุขยอด. (2545). คุณสมบัตินักจัดการสหกรณ์การเกษตรที่พึงประสงค์ของคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงใหม่. ปรินญาวิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ประภัสสร วาริศรี และ สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์. (2561). การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน ในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 10(2), 63-82.
- ประสพชัย พสุนนท์ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2556). ประสิทธิภาพและกฎแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานสหกรณ์การเกษตร: การศึกษาทฤษฎีสถานาราก. *Veridian E-Journal*, 6(1), 610-628.
- พรรณราย ละตา, จันทรพิชญ์ รัชชัย, ปภาพิต ศรีสว่างวงศ์ และ วริ กลางประพันธ์. (2563). ความยั่งยืนในการดำเนินงานของ สหกรณ์การเลี้ยงปลุสัสต์ว์ กรป.กลาง โพนยางคำ จำกัด *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 38(1), 82 – 92.
- พรรณนร จันทรโธ และศศิภา พจนวาที. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์ โรงพยาบาลราชวิถี จำกัด. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 15(22), 73-86
- โพธิ์ตะวัน ทีโยตระกูล, ปานฉัตร อาการักษ์ และ จิราภา ศักดิ์กิตติมาลัย. (2561). การวิเคราะห์สุขภาพด้านการเงินของสหกรณ์ การเกษตรอำเภอในจังหวัดเชียงราย: โดยใช้ตัวชี้วัดทางการเงิน. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 11(1), 53-62.
- รฎาทิพย์ อุปถัมภ์ประชา. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาลกับผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(1), 12-25.
- รัฐยา ส่งสุข และ ธนกร สังขระมย์. (2565). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ของกลุ่มธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภคในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Modern Learning Development*, 7(6), 327-344.
- ศิริลักษณ์ นามวงศ์ และประเสริฐ จรรยาสุภาพ. (2561). พัฒนาการสหกรณ์ในประเทศไทย. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 8(1), 29-55.
- สุทธิรักษ์ แซ่ขวย และ ประไพพิมพ์ สุทธิวิลินนนท์. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลของสหกรณ์ออมทรัพย์ กลุ่มข้าราชการ. *Journal of Spatial Development and Policy*, 3(3), 1-14
- สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย. (2567). *ข้อมูลสหกรณ์ (online)*. ค้นเมื่อ 31 มกราคม 2568, จาก https://www.clt.or.th/coop_search.php
- ฮานีฟ อุซ่ง และพงษ์พิช เพชรสกุลวงศ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสหกรณ์อิสลามในเครือข่าย สหกรณ์อิสลามแห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- Almazari, A. A. (2014). Impact of internal factors on bank profitability: Comparative study between Saudi Arabia and Jordan. *Journal of Applied Finance & Banking*, 4(1), 125-140
- Eric, K., & Claude, R. (2020). Internal organizational factors and financial performance of cooperatives in Rwanda: A case of Zigama CSS. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 10(7), 912-918.
- Gujarati, D. N. (2004). *Basic econometrics (4th ed.)*. The McGraw—Hill.
- Kumkit. (2020). *Good governance practice for better performance of Credit Union Cooperatives* : A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy at Lincoln University.

- Kumkit, T., Gan, C., Anh, D. & Hu, B. (2022). Enhancing governance practice for better performance of credit union cooperatives in Thailand. *International Social Science Journal*, 72(245), 597–612
- Kumkit, T., Anh, D. L. T., Gan, C., & Hu, B. (2024). Members' perspectives of good governance practice of Thailand's credit union cooperatives. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 31(1), 55–73.
- National Reform Steering Assembly. (2016). *Reform of the savings cooperatives and credit union cooperatives* (Report).
- Vo, D. H., & Nguyen, T. M. (2014). The impact of corporate governance on firm performance: Empirical study in Vietnam. *International Journal of Economics and Finance*, 6(6), 1-13.
- Wooldridge, J. (2002). *Econometric Analysis of Cross-Section and Panel Data*. MIT Press.
- Zakaria, Z., Rahimb, A. R. A., & Amanc, Z. (2020). Factors that influence a cooperatives performance: A systematic literature review. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(1), 326-348.

การบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว
ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน
ในเขตพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

Supply Chain Integration and Quality of Tourism Logistics Services Affecting Sustainable
Competitiveness in Sung Noen District Nakhon Ratchasima Province

ภคพร ผงทอง^{1,*}

Pakaporn Phongthong^{1,*}

Received : June 17, 2025 Revised : September 17, 2025 Accepted : October 6, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการบูรณาการซัพพลายเชน คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ตำบลโคกทราย อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา กำหนดขนาดตัวอย่าง 15 เท่าของค่าพารามิเตอร์และจำนวนตัวแปรสังเกต จำนวน 300 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า การบูรณาการซัพพลายเชน คุณภาพบริการโลจิสติกส์ และความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับที่สูง ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.525) ผลตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-Square = 38.813, df = 26, Relative Chi-square = 1.493, p-value = 0.051, GFI = 0.979, AGFI = 0.938, RMSEA = .041, RMR = .011) ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติด้วยการให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การมีส่วนร่วมของชุมชน ความยืดหยุ่นของการดำเนินงาน การใช้เทคโนโลยีสนับสนุน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและกิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยให้การท่องเที่ยวในพื้นที่เติบโตอย่างยั่งยืนและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

คำสำคัญ : การบูรณาการซัพพลายเชน คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยว

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

¹ Lecturer, Faculty of Management Science, Logistics and Supply Chain Management, Nakhonratchasima Rajabhat University

* Corresponding author e-mail: pakaporn.p@nrru.ac.th

Abstract

This research aimed to study the level of supply chain integration, logistics service quality, sustainable competitiveness, and examine the consistency of the structural equation model of supply chain integration and tourism logistics service quality that influence sustainable competitiveness in Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province. The population used in this research was people in Korat Subdistrict, Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province. The sample size was set at 15 times the parameter value and the number of observed variables, 300 people. Data was collected using questionnaires and interviews. Data was analyzed using structural equation modeling. The results found that supply chain integration, logistics service quality, and sustainable competitiveness were at a high level ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.525). The results of the structural equation model fit were consistent with the empirical data (Chi-Square = 38.813, df = 26, Relative Chi-square = 1.493, p-value = 0.051, GFI = 0.979, AGFI = 0.938, RMSEA = .041, RMR = .011). The results of the research can be applied in practice by emphasizing the development of infrastructure and community participation. Operational flexibility, use of supporting technology, promotion of local products, development of tourist attractions with environmental conservation, creation of added value for products and tourist activities, including the use of technology and digital marketing to promote tourism. Implementation of these guidelines will help local tourism grow sustainably and create long-term economic and social benefits.

Keywords: Supply Chain Integration, Tourism Logistics Service Quality, Sustainable Competitiveness, Tourism

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย เพราะเป็นแหล่งรายได้หลักแหล่งหนึ่งของประเทศไทย ช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจในท้องถิ่น ตลอดจนสร้างโอกาสการจ้างงานให้กับประชาชนในหลายภาคส่วน นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งที่มาของการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศผ่านนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชม ซึ่งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ตอบสนองความต้องการของทุกภาคส่วน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566) สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566 – 2570) มีเป้าหมายเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวที่หลากหลายเชื่อมต่อภาคและภูมิภาคด้วยการเสริมสร้างและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เสริมสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น พัฒนาระบบการบริหารจัดการสู่มาตรฐานสากล ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวและเครือข่ายความร่วมมือสู่การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2565)

การผสมผสานความร่วมมือในซัพพลายเชนของภาคการท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบหลักที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของบริการโลจิสติกส์ และส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในยุคปัจจุบัน ท่ามกลางการขยายตัวของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว การจัดการซัพพลายเชนอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและมีมาตรฐาน การประสานงานอย่างมีระบบระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายในเครือข่ายซัพพลายเชนยังช่วยเสริมความคล่องตัวในการให้บริการ ลดต้นทุน และเพิ่มคุณค่าในการดำเนินงานโดยรวม (Uyar et al., 2023) การบูรณาการซัพพลายเชนที่มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ หากมีการบริหารจัดการที่เน้นความยั่งยืน และยังส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมในท้องถิ่น (Font et al., 2023) การบูรณาการ

ซัพพลายเชนและการพัฒนาคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการที่ดีสามารถลดระยะเวลาการเดินทางและเพิ่มความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว (Zhang et al., 2019)

คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Rodrigue, 2021) และปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ยังส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ความตรงต่อเวลา ความน่าเชื่อถือ และความสะดวกสบาย รวมทั้งเป็นองค์ประกอบหลักที่สร้างความแตกต่างและความสามารถทางการแข่งขัน (Hao et al., 2020) ยิ่งไปกว่านั้น การบริการที่ดีไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า แต่ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้าใหม่และสร้างความภักดีในระยะยาว (Wong & Wong, 2020) การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพบริการโลจิสติกส์ช่วยในการจัดการข้อมูลและปรับปรุงประสิทธิภาพ การดำเนินงาน ทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายมากขึ้น (Saura et al., 2022) โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบต่องานสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความสามารถในการแข่งขันของนักท่องเที่ยว ได้อย่างยั่งยืน (Farmaki et al., 2020)

อย่างไรก็ตาม การบูรณาการซัพพลายเชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากต้องประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ให้บริการหลากหลายประเภท การที่หน่วยงานต่าง ๆ จะสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่นและส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ ต้องอาศัยการบูรณาการซัพพลายเชนอย่างเป็นระบบ ปัญหาสำคัญที่พบ คือ การบูรณาการซัพพลายเชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยังขาดการประสานงานที่ดี ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านการจัดการโลจิสติกส์ เช่น การจัดส่งที่ไม่ตรงเวลา การขาดการตรวจสอบคุณภาพ และการให้บริการที่ไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Song & Liu, 2017) ความล้มเหลวในการจัดการเหล่านี้ไม่เพียงแต่ลดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน แต่ยังทำให้สูญเสียโอกาสในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงในท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดการท่องเที่ยว การบูรณาการซัพพลายเชนกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์จึงนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Aytekin et al., 2023)

อุทยานธรณีโคราชได้รับการรับรองเป็นอุทยานธรณีโลกของยูเนสโก เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2566 ทำให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นอุทยานธรณีโลกแห่งที่ 2 ของประเทศไทย และเป็นเมืองที่ 4 ของโลก รองจากอิตาลี เกาหลีใต้ และจีนที่ได้รับรางวัล Triple Crown ในจังหวัดเดียวกัน ซึ่งเป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีภูมิประเทศและแหล่งธรณีวิทยาที่มีคุณค่า ทั้งการอนุรักษ์ การศึกษา และการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยตั้งอยู่ในลุ่มน้ำลำตะคองตอนล่าง ได้แก่ อำเภอเมืองนครราชสีมา สีคิ้ว ขามทะเลสอ เฉลิมพระเกียรติ และสูงเนิน โดยในตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางการท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์คเส้นทาง “เส้นทางอารยธรรมทวารวดีศรีนครราชสีมา” ผลจากการศึกษาของ ภคพร ผงทอง และ ชัยพิสิทธิ์ ตัวสร้อย (2566) พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ยังขาดการร่วมแรงร่วมใจและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เป็นผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ยังขาดผู้นำ ไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ทันสมัย ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้ และการตัดสินใจร่วมกันของประชาชนในการพัฒนาทั้งในด้านสถานที่

แม้งานวิจัยที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ยังคงมีช่องว่างสำคัญที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม โดยเฉพาะในบริบทของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น แต่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านการจัดการ หนึ่งในช่องว่างที่สำคัญคือการขาดการประสานงานอย่างเป็นระบบระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้การบูรณาการซัพพลายเชนยังไม่ราบรื่น ส่งผลต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์ เช่น ความตรงต่อเวลา ความสะดวกสบาย และความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังพบว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อยกระดับการบริการยังไม่แพร่หลายเพียงพอในระดับพื้นที่

นอกจากนี้ ประชาชนและผู้นำชุมชนในท้องถิ่นยังขาดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้ไม่สามารถเชื่อมโยงศักยภาพของอัตลักษณ์ท้องถิ่นกับซัพพลายเชนการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึงมีความจำเป็นที่จะศึกษาแนวทางการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในระดับพื้นที่อย่างลึกซึ้ง โดยเน้นการเชื่อมโยงกับการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพและศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสูงเนินอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบูรณาการซัพพลายเชน คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว และความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่ตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

3. แนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 การบูรณาการซัพพลายเชน

Osir (2024) กล่าวว่า การบูรณาการซัพพลายเชนเป็นแนวทางที่ช่วยให้องค์กรด้านการท่องเที่ยวสามารถทำงานร่วมกับพันธมิตรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ผู้ให้บริการการเดินทาง โรงแรม บริษัทขนส่ง จนถึงหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการให้บริการ ลดความซ้ำซ้อน และส่งเสริมความยั่งยืนใน การดำเนินงาน Jernsittiparsert et al. (2019) ชี้ให้เห็นว่า ความสามารถด้านความยั่งยืนทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญใน การส่งผ่านผลกระทบของการบริหารจัดการซัพพลายเชนแบบยั่งยืนไปสู่ผลลัพธ์ทางธุรกิจในอนาคตของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเน้นย้ำถึงบทบาทของนวัตกรรม เทคโนโลยี และความร่วมมือข้ามองค์กร Gruchmann et al. (2022) เสริมว่า องค์กรที่สร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจส่งผลโดยตรงต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กรกับภายนอก และช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวได้รวดเร็ว เพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงาน ลดความเสี่ยง และส่งเสริมการตัดสินใจที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน Uyar et al., (2023) ย้ำว่าการวางแผนเป็นส่วนสำคัญในการบูรณาการซัพพลายเชนด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประสานงานระหว่างผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการท้องถิ่น ผู้ให้บริการขนส่ง และผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การบริการมีความสะดวกและไร้รอยต่อในขณะที่ Tang et al., (2020) กล่าวเสริมว่า การบูรณาการซัพพลายเชนด้านการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีความยั่งยืน การจัดการสิ่งแวดล้อม และการลดผลกระทบทางลบจากกิจกรรมการท่องเที่ยว การทำให้การใช้ทรัพยากรและการจัดการสิ่งแวดล้อมเข้ากันได้กับความต้องการทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ Mandal and Dubey (2020) พบว่า การบูรณาการเทคโนโลยีช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความไม่แน่นอนได้อย่างรวดเร็ว ขณะที่การจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างความสามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ส่งผลให้ซัพพลายเชน การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ Bhatti and Nawaz (2020) พบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการจัดการความเสี่ยงควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สามารถเพิ่มความสามารถในการตอบสนองและปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์วิกฤติ เช่น ภัยธรรมชาติหรือความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังนั้น ในการวิจัยนี้ จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

H1: การบูรณาการซัพพลายเชนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

H2: การบูรณาการซัพพลายเชนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ด้านการท่องเที่ยว

3.2 คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

Setthachotsombut and Sua-iam (2020) กล่าวว่า คุณภาพบริการในโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความผูกพัน และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว การจัดการด้านการขนส่ง ความสะดวกในการเดินทาง การจัดการสัมภาระ และบริการนำเที่ยว ล้วนเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว Cheunkamon et al., (2022) พบว่า ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพันมีบทบาทเป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงคุณภาพบริการกับความจงรักภักดี ซึ่งส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการท่องเที่ยว Soliman et al., (2023) ยังพบอีกว่า การให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพบริการด้านโลจิสติกส์ เช่น ความตรงต่อเวลาความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัย และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความภักดีในระยะยาวต่อแบรนด์และบริการของตนเอง Font et al., (2021) เสริมว่าความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยว การบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ผู้ให้บริการขนส่ง บริษัททัวร์ และโรงแรม สามารถช่วยให้การบริการมีความสะดวกสบายและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม Chang (2021) นำเสนอไว้ว่า ความสามารถในการปรับตัวและให้บริการที่ยืดหยุ่นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนเส้นทางการเดินทางหรือการปรับเปลี่ยนบริการระหว่างการเดินทาง ส่งผลให้การบริการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ku (2025) ซึ่งเห็นว่า การพัฒนาขีดความสามารถทางดิจิทัลเป็นแนวทางสำคัญที่องค์กรด้านการท่องเที่ยวควรใช้ในการวางกลยุทธ์ซัพพลายเชนเพื่อเตรียมพร้อมต่อการแข่งขันในอนาคตที่ขับเคลื่อนด้วยดิจิทัล นอกจากนี้ Park and Jeong (2019) ซึ่งเห็นว่า การใช้เทคโนโลยียังสามารถเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับการจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการวิจัยนี้จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

H3: คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

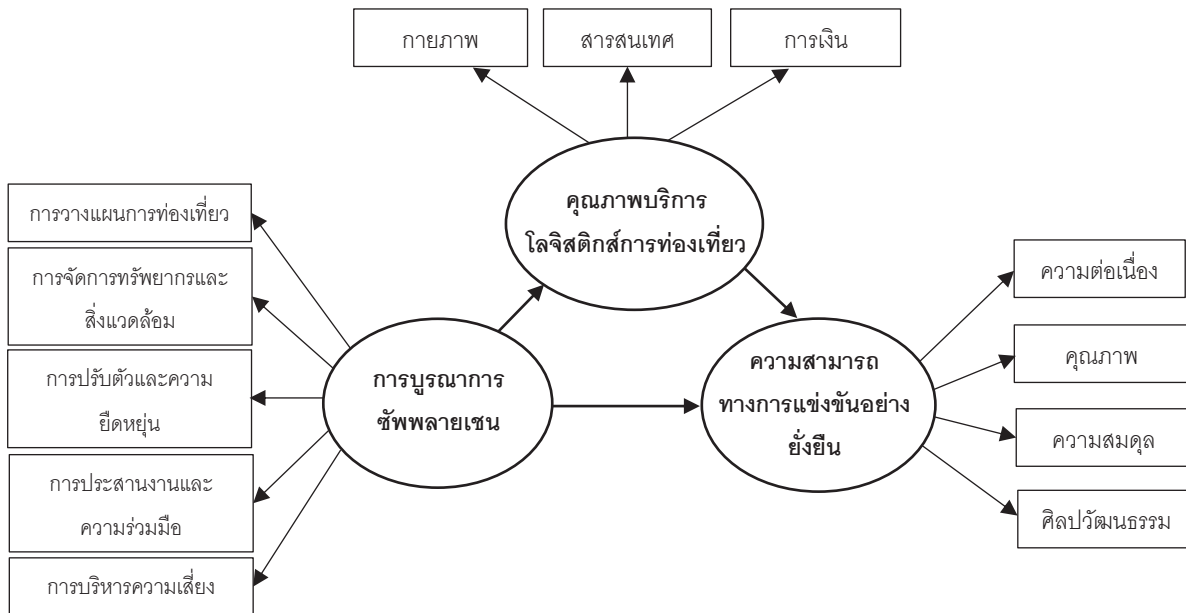
3.3 ความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Go และ Kang (2023) ได้ให้ความหมายของความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่สามารถรักษาสสมดุลระหว่างผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้ในระยะยาว โดยเน้นให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งนักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติ Balouei Jamkhaneh et al., (2023) ได้นำเสนอโมเดลที่ประเมินความยั่งยืนของการท่องเที่ยวผ่านมุมมองของความพร้อมของกระบวนการซัพพลายเชนบริการและคุณภาพของบริการ โดยชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาซัพพลายเชนบริการที่มีความพร้อมและมีคุณภาพสูงจะช่วยส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว ทั้งนี้ Garjan et al., (2023) ระบุว่า การนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านคุณภาพบริการและการจัดสวนลดมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน Setthachotsombut and Sua-iam (2020) ได้เน้นความสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่าทางการท่องเที่ยว ควบคู่กับการพัฒนาโลจิสติกส์ท่องเที่ยว ซึ่งช่วยยกระดับศักยภาพของจังหวัดในการรองรับนักท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน Wardana et al., (2018) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นเป็นความสามารถหลักต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยกระบวนการตัดสินใจในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การนำไปปฏิบัติ การติดตาม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งการได้รับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นรู้สึกว่ามีส่วนได้ส่วนเสียและตระหนักถึงผลกระทบด้านการท่องเที่ยวทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

นอกจากนี้ Osir (2024) แสดงให้เห็นว่า ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การใช้เทคโนโลยี การเน้นคุณภาพ และ การส่งเสริมความยั่งยืนในทุกระดับของชัชพลายเซน คือหัวใจสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถอยู่รอดและเติบโตในระยะยาวได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ดังนั้น ในการวิจัยนี้ จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

H4: การบูรณาการชัชพลายเซนมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกผ่านคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

5.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ตำบลโคกราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำนวนทั้งสิ้น 2,631 คน (กรมการปกครอง, 2567) กำหนดขนาดตัวอย่าง 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al., 2010) ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตและค่าพารามิเตอร์ 15 ตัวแปร ผู้วิจัยกำหนด 20 เท่า ดังนั้นได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยแบ่งออกเป็น 8 หมู่บ้าน และใช้วิธีเทียบสัดส่วนเพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้าน และเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จำนวนทั้งสิ้น 10 ท่าน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อ กำหนดนิยาม และโครงสร้างของตัวแปร โครงสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถาม ปลายเปิด และคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบูรณาการชัชพลายเซน ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่

- 1) การวางแผน

- 2) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
- 3) การปรับตัวและความยืดหยุ่น
- 4) การประสานงานและความร่วมมือ
- 5) การบริหารความเสี่ยง โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่

- 1) ด้านกายภาพ
- 2) ด้านการไหลของข้อมูลสารสนเทศ
- 3) ด้านการไหลทางการเงิน โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่

- 1) ความต่อเนื่อง
- 2) คุณภาพ
- 3) ความสมดุล
- 4) การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ

5.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทราบลักษณะการแจกแจงของกลุ่มตัวอย่างด้วย สถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละกับตัวแปรจัดประเภท (Categorical Variables) และวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Structural Equation Modeling: SEM) ของปัจจัยเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2010)

6. ผลการวิจัย

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือของตัวแปรของการวิจัย

ตัวแปร	SCI	LSQ	SCO	IOC	Cronbach's α	CR	AVE
การบูรณาการชัชพลายเซน	-	-	-	0.992	0.935	0.972	0.578
คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว	.703**	-	-	0.981	0.898	0.794	0.566
ความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน	.758**	.728**	-	0.987	0.926	0.911	0.722

หมายเหตุ: ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$)

จากตาราง 1 พบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรการวิจัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.70 ทุกค่า (Asuero et al., 2006) โดยการบูรณาการชัชพลายเซนมีความสัมพันธ์กับความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนมากที่สุด รองลงมาคือ คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และการบูรณาการชัชพลายเซนมีสัมพันธ์กับคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวน้อยที่สุด และผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทุกตัวแปรอยู่ในระดับที่ดีถึงระดับดีมาก

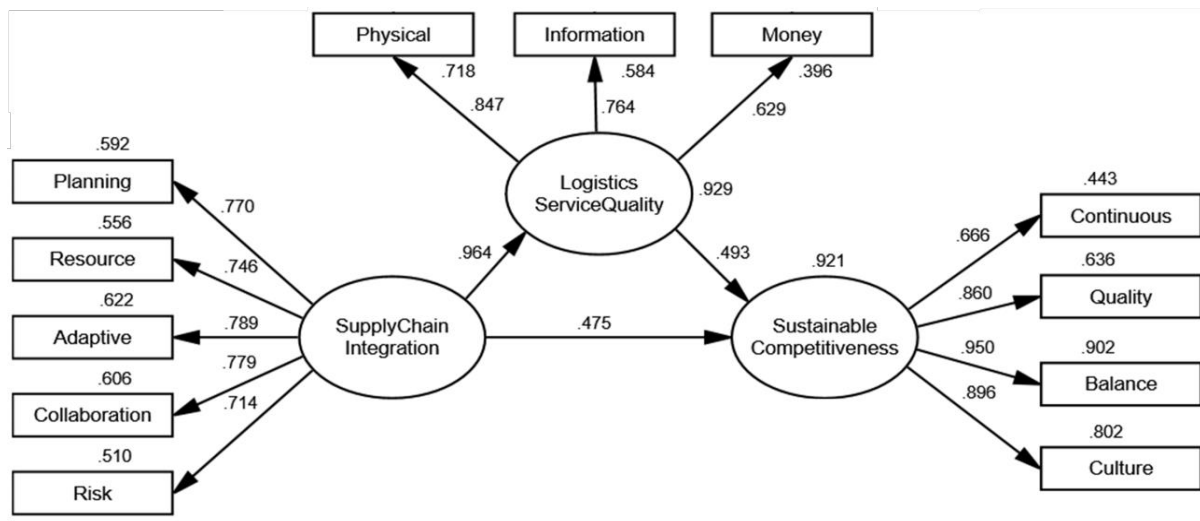
สรุปผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการบูรณาการซัพพลายเชน คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่งเกี่ยว และความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่ตำบลโคราข อำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า

1) ด้านการบูรณาการซัพพลายเชน ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) การวางแผน (PLN) 2) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม (SOC) 3) การปรับตัวและความยืดหยุ่น (ADT) 4) การประสานงานและความร่วมมือ (COL) และ 5) การบริหารความเสี่ยง (RIS) พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดทั้งหมดอยู่ระหว่าง 3.61 - 3.75 ซึ่งอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.525) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.600) รองลงมา คือ ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.605) ด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่น ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.624) ด้านการบริหารความเสี่ยง ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.789) และด้านการประสานงานและความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.804)

2) คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่งเกี่ยว ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านกายภาพ (PSC) 2) ด้านการไหลของข้อมูลสารสนเทศ (INF) และ 3) ด้านการไหลทางการเงิน (FIN) พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดทั้งหมดอยู่ระหว่าง 3.25 - 3.92 ซึ่งอยู่ในระดับที่สูง โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.658) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกายภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.643) รองลงมา คือ ด้านการไหลของข้อมูลสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.680) และด้านการไหลทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.045)

3) ด้านความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความต่อเนื่อง (CON) 2) คุณภาพ (QUA) 3) ความสมดุล (BLN) และ 4) การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม (CUR) พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดทั้งหมดอยู่ระหว่าง 3.41 - 3.90 ซึ่งอยู่ในระดับที่สูง โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.578) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสมดุล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.571) รองลงมา คือ ด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.678) ด้านคุณภาพ ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.737) และด้านความต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.938)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้างของการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่งเกี่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่อำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา สามารถอธิบายได้ ดังนี้



รูปภาพประกอบ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้างของการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่งเกี่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่อำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา

จากภาพที่ 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ได้ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล ดังนี้ ค่า Chi-Square = 38.813, df = 26, Relative Chi-square = 1.493, p-value = 0.051, GFI = 0.979, AGFI = 0.938, RMSEA = .041, RMR = .011 โดยดัชนีนี้มีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลของตัวแปรเชิงประจักษ์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ด้านการบูรณาการซัพพลายเชน พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.714 ถึง 0.789 และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่น มีค่าน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading = 0.789, $R^2 = 0.622$) รองลงมาได้แก่ การประสานงานและความร่วมมือ (Factor loading = 0.779, $R^2 = 0.606$) ด้านการวางแผน (Factor loading = 0.770, $R^2 = 0.592$) ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม (Factor loading = 0.746, $R^2 = 0.556$) และด้านการบริหารความเสี่ยง มีค่าน้ำหนักของตัวแปรน้อยที่สุด (Factor loading = 0.714, $R^2 = 0.510$)

2) ด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.629 ถึง 0.847 และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านกายภาพ ซึ่งมีค่าน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading = 0.847, $R^2 = 0.718$) รองลงมาได้แก่ ด้านการไหลของข้อมูลสารสนเทศ (Factor loading = 0.764, $R^2 = 0.584$) และด้านการไหลทางการเงิน มีค่าน้ำหนักของตัวแปรน้อยที่สุด (Factor loading = 0.629, $R^2 = 0.396$)

3) ด้านความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนัก ตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.666 ถึง 0.950 และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านความสมดุล ซึ่งมีค่าน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading = 0.950, $R^2 = 0.902$) รองลงมาได้แก่ ด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม (Factor loading = 0.896, $R^2 = 0.802$) ด้านคุณภาพ (Factor loading = 0.860, $R^2 = 0.636$) และด้านความต่อเนื่อง มีค่าน้ำหนักของตัวแปรน้อยที่สุด (Factor loading = 0.666, $R^2 = 0.443$)

สรุปได้ว่า การบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยเมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปรเชิงประจักษ์ พบว่า ด้านการบูรณาการซัพพลายเชนมีอิทธิพลเชิงตรงทางบวกมากที่สุด ต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.964 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.929 หรือตัวแปรด้านการบูรณาการซัพพลายเชนมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ได้ร้อยละ 92.9 รองลงมาคือ คุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงตรงทางบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.493 และการบูรณาการซัพพลายเชนมีอิทธิพลเชิงตรงทางบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน น้อยที่สุด ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.475 และตัวแปรด้านการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ได้ร้อยละ 92.1 ตามลำดับ

ผลการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำชุมชน สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนา การท่องเที่ยวในตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงมีประเด็นสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การบูรณาการซัพพลายเชนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว การแก้ไขอุปสรรคในการประสานงานระหว่างหน่วยงาน และการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการตลาดและยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว อีกทั้งยังพบว่า การสร้างความต่อเนื่องของการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการพัฒนาสินค้าชุมชนให้มีคุณภาพและคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ท้องถิ่น ถือเป็นแนวทางสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของพื้นที่อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของชุมชนยังคงเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ขณะที่ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้การท่องเที่ยวในพื้นที่

เติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว ผู้นำชุมชนจึงควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การพัฒนาเดินหน้าไปในทิศทางเดียวกัน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจฐานราก อันจะนำมาซึ่งประโยชน์ที่แท้จริงต่อคนในพื้นที่

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของการบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในเขตพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัด นครราชสีมา

ตัวแปร	Logistics Service Quality			Sustainable Competitiveness		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
Supply Chain Integration	0.964	-	0.964	0.475	0.475	0.950
Logistics Service Quality	-	-	-	0.493	-	0.493

เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร			
ตัวแปรแฝง	SCI	LSQ	SCO
Supply Chain Integration	1.00		
Logistics Service Quality	0.964	1.00	
Sustainable Competitiveness	0.475	0.493	1.00

หมายเหตุ : TE = ผลอิทธิพลรวม (Total Effect), IE = อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) DE = อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)

7. อภิปรายผล

การพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านการติดตาม ประชุม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประเมินผล และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Balouei Jamkhaneh et al., (2023) ระบุว่าพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องอาศัยกระบวนการบริหารจัดการซัพพลายเชนด้านบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับตลาดได้ดีขึ้น นอกจากนี้ การพัฒนา การท่องเที่ยวควรมีความยืดหยุ่น สะดวก รวดเร็ว และสามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว ตลอดจนมีแผนสำรองเพื่อรับมือกับปัญหาและเหตุการณ์ฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที งานวิจัยของ Cheunkamon et al., (2022) ซึ่งให้เห็นว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความภักดีต่อผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับคุณภาพการให้บริการและการจัดการด้านโลจิสติกส์ของซัพพลายเชนการท่องเที่ยว ดังนั้น การจัดทำแผนสำรองและระบบที่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ท่องเที่ยว ในด้านการสื่อสารข้อมูลและสนับสนุนระบบอิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว Ghaderi et al., (2024) ระบุว่าการบริหารจัดการซัพพลายเชนในการท่องเที่ยวควรใช้เทคโนโลยีและระบบดิจิทัลในการกระจายข้อมูลและการจัดการซัพพลายเชน สีเขียวส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพของซัพพลายเชน และสามารถช่วยลดต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกับ Jermsittiparsert et al., (2019) ที่เสนอว่าความสามารถด้านความยั่งยืนของระบบซัพพลายเชนมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรสอดคล้องกับทรัพยากรและศักยภาพของพื้นที่ โดยมีการส่งเสริมการผลิตสินค้าจากทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้และอาชีพ งานวิจัยของ Setthachotsombut and Sua-iam (2020) ซึ่งให้เห็นว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวและโลจิสติกส์มีความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ดังนั้น การส่งเสริมการผลิตสินค้าจากทรัพยากร

ท้องถิ่นไม่เพียงช่วยให้เกิดรายได้แก่ชุมชน แต่ยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์และความยั่งยืนมากขึ้น ในแง่ของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Do et al., (2020) แสดงให้เห็นว่าการจัดการซัพพลายเชนสีเขียวมีผลต่อภาพลักษณ์และความยั่งยืนมากขึ้น ในแง่ของการดึงดูดนักท่องเที่ยว สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ถูกมองว่ามีมาตรฐานสูงและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งช่วยยกระดับภาพลักษณ์ให้โดดเด่นในตลาดการท่องเที่ยว ดังนั้น การดำเนินมาตรการจัดการขยะและของเสีย รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การปรับปรุงเส้นทางคมนาคมและภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สุดท้าย การพัฒนากิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจะช่วยให้ชุมชนเติบโตอย่างมั่นคงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริงแก่คนในพื้นที่ งานวิจัยของ Suleiman (2023) สนับสนุนแนวคิดนี้ โดยชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาซัพพลายเชนด้านการท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืนสามารถเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว นอกจากนี้ ภาครัฐ ผังทอง และชัยพิสิทธิ์ ดิวสร้อย (2566) ยังระบุว่าความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในซัพพลายเชนการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์และความร่วมมือของชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม งานวิจัยหลายชิ้นชี้ถึงความสำคัญของการบูรณาการและเทคโนโลยี แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการบูรณาการของหน่วยงานท้องถิ่นและการสร้างความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งอาจทำให้แผนการท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวและตลาดได้เต็มที่ ดังนั้น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน รวมถึงการวางระบบบริหารจัดการที่ยืดหยุ่นและเชื่อมโยงข้อมูลแบบเรียลไทม์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

7. ข้อจำกัดของการวิจัย

1. งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะในพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งอาจไม่สะท้อนภาพรวมของ การท่องเที่ยวทั้งประเทศหรือในภูมิภาคอื่น ๆ ที่มีลักษณะเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานแตกต่างกัน
2. งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลในช่วงเวลาสั้น ๆ ทำให้ผลลัพธ์อาจสะท้อนสภาพการณ์เฉพาะช่วงนั้น ไม่ครอบคลุมถึงการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว เช่น ฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นต้น

8. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

8.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมให้สะดวกและปลอดภัย รองรับการเดินทางที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต ระบบขนส่ง และที่พัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงบริการที่จำเป็นได้อย่างสะดวก
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาทักษะบุคลากร เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว ผ่านการประชุม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การประเมินผล รวมทั้งการจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะบุคลากร ด้านการให้บริการ การสื่อสารและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ ควรดำเนินการอย่างรอบคอบและสอดคล้องกับทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น โดยส่งเสริมการพัฒนาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งนำมาตรการจัดการขยะและของเสียมาใช้ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
4. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและกิจกรรมท่องเที่ยว เป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของพื้นที่ สนับสนุนการผลิตสินค้าชุมชนจากทรัพยากรท้องถิ่น พร้อมยกระดับคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานและเอกลักษณ์เฉพาะตัว และส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ภายในพื้นที่และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

5. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจองที่พักออนไลน์ แพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์ และแอปพลิเคชันนำเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรวางแผนการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ เช่น นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้การพัฒนา การท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด

2. รูปแบบและแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดการขยะและของเสีย รวมถึงแนวทางลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อระบบนิเวศในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนา การท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้อย่างยั่งยืนและไม่ทำลายทรัพยากรในระยะยาว

3. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ แอปพลิเคชันนำเที่ยว หรือระบบอัจฉริยะเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น เช่น การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึก การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียง

8.3 ประโยชน์ของการวิจัย

1. งานวิจัยนี้ช่วยเพิ่มองค์ความรู้ด้านการบูรณาการซัพพลายเชนกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทการท่องเที่ยวระดับพื้นที่ โดยเฉพาะในระดับตำบลและอำเภอ ซึ่งยังมีการศึกษาน้อย สามารถใช้เป็นฐานข้อมูลและต่อยอดการวิจัยในอนาคตได้

2. ผลการวิจัยให้ข้อมูลเชิงลึกที่ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ ผู้ประกอบการนำเที่ยว รวมทั้งภาคประชาชนและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสูงเนิน สามารถนำผลปรับปรุงกระบวนการและวางแผนกลยุทธ์ การบริหารจัดการ พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

3. ผลการวิจัยสามารถใช้สนับสนุนการวางนโยบายของหน่วยงานรัฐและท้องถิ่นในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโลจิสติกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

9. สรุปผลการวิจัย

การบูรณาการซัพพลายเชนและคุณภาพบริการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยปัจจัยสำคัญประกอบด้วย การปรับตัว ความยืดหยุ่น การจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น การประสานงานและความร่วมมือ ผลการวิจัยช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำแนวคิดการบูรณาการซัพพลายเชนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมุ่งเน้นการแก้ไขอุปสรรคด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเสริมประสบการณ์และการตลาดท่องเที่ยว ควบคู่กับ การสร้างความต่อเนื่องผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และการพัฒนาสินค้าชุมชนที่มีคุณภาพและเอกลักษณ์ ทั้งนี้ หัวใจสำคัญคือการมีส่วนร่วมของชุมชนและความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการจัดการทรัพยากรและวางแผนพัฒนา เพื่อสร้างการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของท้องถิ่นในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง. (2567). สถิติจำนวนประชากร พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา อำเภอสูงเนิน ตำบลโคราข ข้อมูลเดือนธันวาคม 2567. ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://tat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData>.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ภคพร ผงทอง และชัยพิสิทธิ์ ติวสรั้อย. (2566). ความร่วมมือสหประชาชาติที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ตำบลโคราข อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 2(2), 78-91.
- สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. (2565). แผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566 – 2570). นครราชสีมา: สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา.
- Aytekin, A., Keles, H., Uslu, F., Keles, A., Yayla, O., Tarinc, A., & Ergun, G. S. (2023). The effect of responsible tourism perception on place attachment and support for sustainable tourism development: The moderator role of environmental awareness. *Sustainability*, 15(7), 5865.
- Asuero, A. G., Sayago, A., & González, A. G. (2006). The correlation coefficient: An overview. *Critical reviews in analytical chemistry*, 36(1), 41-59.
- Bhatti, M. A., & Nawaz, M. A. (2020). The impacts of tourism risk management, IT adoption, agility and resilience on the sustainable tourism supply chain performance of Maldives' tourism industry. *iRASD Journal of Management*, 2(2), 100-108.
- Balouei Jamkhaneh, H., Shahin, R., & Shahin, A. (2023). Assessing sustainable tourism development through service supply chain process maturity and service quality model. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 72(7), 2046-2068.
- Chang, K. C. (2021). The affecting tourism development attitudes based on the social exchange theory and the social network theory. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(2), 167-182.
- Cheunkamon, E., Jomnonkwao, S., & Ratanavaraha, V. (2022). Impacts of tourist loyalty on service providers: Examining the role of the service quality of tourism supply chains, tourism logistics, commitment, satisfaction, and trust. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(6), 1397-1429.
- Do, A. D., Nguyen, Q. V., Nguyen, D. U., & Trinh, D. U. (2020). Green supply chain management practices and destination image: Evidence from Vietnam tourism industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 371-378.
- Farmaki, A., Pappas, N., & Polychronidou, K. (2020). Sustainable tourism development: Insights from Mediterranean destinations. *Tourism Management*, 79, 1-12.
- Font, X., English, R., & Gkritzali, A. (2021). Sustainability leadership and innovation in the global tourism industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 712-728.
- Font, X., Torres-Delgado, A., Crabolu, G., Palomo Martinez, J., Kantenbacher, J., & Miller, G. (2023). The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: The European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1608-1630.

- Garjan, H. S., Paydar, M. M., & Divsalar, A. (2023). A sustainable supply chain for a wellness tourism center considering discount and quality of service. *Expert Systems with Applications*, 211, 118682.
- Ghaderi, Z., Shakori, H., Bagheri, F., Hall, C. M., Rather, R. A., & Moaven, Z. (2024). Green supply chain management, environmental costs and supply chain performance in the hotel industry: the mediating role of supply chain agility and resilience. *Current Issues in Tourism*, 27(13), 2101-2117.
- Go, H., & Kang, M. (2023). Metaverse tourism for sustainable tourism development: Tourism agenda 2030. *Tourism Review*, 78(2), 381-394.
- Gruchmann, T., Topp, M., & Seeler, S. (2022, October). Sustainable supply chain management in tourism: a systematic literature review. In *Supply Chain Forum: An International Journal*, 23(4), 329-346.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A global perspectives*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, International.
- Hao, H., Choi, T.-M., & Ngai, E. (2020). Sustainable tourism and hotel supply chain management: A longitudinal multi-objective optimization model. *Tourism Management*, 78, 104054.
- Jemsittiparsert, K., Joemsittiprasert, W., & Phonwattana, S. (2019). Mediating role of sustainability capability in determining sustainable supply chain management in tourism industry of Thailand. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(3), 47-58.
- Ku, E. C. (2025). Tourism digital transformation and future supply chain competition: an integrated perspective on real options theory and digital competencies. *Journal of Tourism Futures*, 11(2), 240-260.
- Mandal, S., & Dubey, R. K. (2020). Role of tourism IT adoption and risk management orientation on tourism agility and resilience: Impact on sustainable tourism supply chain performance. *International Journal of Tourism Research*, 22(6), 800-813.
- Osir, E. O. (2024). Supply chain integration and performance of classified tourism enterprises in kenya. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(5), 13-40.
- Park, J., & Jeong, E. (2019). Service quality in tourism: A systematic literature review and keyword network analysis. *Sustainability*, 11(13), 3665.
- Rodrigue, T., Lavaredas, A., & Abranja, N. (2021). Tourism and intraregional transport: The assimilation of local transport in tourist destination—the perception of Lisbon's residents. *European Transport/Trasporti Europei*, 83(2), 1-16.
- Saura, J. R., Palos-Sanchez, P., & Rios, D. (2022). Digital marketing in tourism: The role of digital innovation and sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(3), 303-318.
- Setthachotsombut, N., & Sua-iam, G. (2020). Tourism value chain management and tourism logistics in Ubon Ratchathani Province, northeast Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1), 1-11.
- Soliman, S. G., Elsaed, A. A., & Emam, A. M. (2023). The impact of logistics service quality on customer loyalty in egyptian resorts: customer satisfaction as a mediator. *International Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(1), 153-167.
- Song, H., & Liu, X. (2017). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 61, 1-3.

- Suleiman, M. A. (2023). The impact of tourism supply chain on sustainable performance in sub-Saharan Africa: evidence from Tanzania. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 34(2), 492-510.
- Tang, Z., Liu, S., & Sun, W. (2020). Conservation-based tourism supply chain integration: A case study. *Journal of Environmental Management*, 256, 109924.
- Uyar, A., Kuzey, C., Koseoglu, M. A., & Karaman, A. S. (2023). Travel and tourism competitiveness index and the tourism sector development. *Tourism Economics*, 29(4), 1005-1031.
- Wardana, I. M., Utama, I. W. M., & Astawa, I. P. (2018). Model of local population perception in supporting Coastal Tourism development and planning in Bali. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 23(3), 873-880.
- Wong, W. P., & Wong, K. Y. (2020). Supply chain performance measurement in tourism services: A review. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 54-67.
- Zhang, L., Yang, Y., & Zhao, W. (2019). Health tourism supply chain integration: A multi-agent approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100395.

การตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ เช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จังหวัดเชียงใหม่

Awareness of Hire Purchase Business Laws for Customers Who Use Car Hire Purchase Loan Services with Leading Banks in Chiang Mai Province

ธิดารัตน์ ชลประเสริฐสุข^{1*}

Tidarat Cholprasertsuk^{1*}

Received : April 11, 2025 Revised : August 22, 2025 Accepted : October 10, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตระหนักรู้และความเข้าใจของลูกค้าเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจและประสบการณ์การทำงาน กับ การตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้า และ 3) เสนอแนวทางในการพัฒนาสื่อและวิธีการสื่อสารความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ให้เข้าใจง่ายขึ้น เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลจาก 1) การใช้แบบสอบถามในกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ จำนวน 100 คน และ 2) วิธีการสนทนากลุ่ม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 6 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า แบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการ จำนวน 100 คน ลูกค้ามากกว่าร้อยละ 73 ทราบและเข้าใจกฎหมายทั้ง 6 ประเด็น เนื่องจากธนาคารชั้นนำ มี Sales Sheet และมี QR Code ให้ลูกค้าอ่านและรับชมข้อควรรู้เกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำความเข้าใจก่อนทำสัญญา นอกจากนี้พบว่าความใส่ใจ และประสบการณ์การทำงานมีผลต่อการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้าแต่ละบุคคลที่ในระดับดี และถึงแม้ว่าลูกค้าส่วนมากจะทราบและเข้าใจกฎหมายดังกล่าวแล้ว แต่ด้วยภาษากฎหมายที่เข้าใจยาก จึงทำให้ผลการวิจัยเห็นควรให้มีการพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย (กว่าภาษากฎหมาย) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วยร้อยละ 99 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่านที่มีความคิดเห็นที่ตรงกันว่าภาษากฎหมายมีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและเป็นศัพท์เฉพาะทางตัวอักษรใน Sales Sheet มีขนาดเล็กมาก อ่านลำบาก และลูกค้าบางคนไม่มีเวลาที่จะสแกน QR Code เพื่อดูสื่อภาพเคลื่อนไหวจึงเห็นควรมีการปรับปรุงพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ออกแบบขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมกับการอ่าน และมีความน่าสนใจทางสายตา (Visual Appeal) เพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ได้ทราบและเข้าใจง่ายขึ้นถึงสิทธิและหน้าที่ในทางกฎหมายก่อนและหลังทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ต่อไป

คำสำคัญ : สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารชั้นนำ Gen Y การตระหนักรู้ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Maejo University

* Corresponding author: tc_ple@hotmail.com

Abstract

This research aimed to (1) investigate customers awareness and understanding of car leasing hire purchase laws with a leading bank in Chiang Mai Province, (2) analyze the relationship between personal attentiveness and work experience with customers' legal awareness, and (3) propose guidelines for developing more accessible media and communication methods to enhance legal comprehension regarding hire purchase agreements. Data collection was conducted in two main parts: 1) a quantitative survey administered to 100 customers utilizing hire purchase loan services, and 2) a qualitative focus group discussion involving 6 personnel engaged in providing hire purchase loan services. The quantitative data was analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and one-way Analysis of Variance (ANOVA).

The quantitative findings from the 100 customer respondents indicated that over 73% of customers were well-informed and understood all six legal issues. This positive outcome was attributed to the leading bank utilizing a "Sales Sheet" and "QR Code" to provide essential information and prerequisites concerning the contract before signing. Furthermore, the study revealed that personal attentiveness and transaction experience had a good level of influence on individual customers' legal awareness. However, a key recommendation emerged from the research: despite high initial awareness, complex legal language remained a significant barrier. The study concluded that educational media should be improved to employ language that is easy to comprehend (non-legalistic language), 99% of respondents supported this proposition, which aligned with the focus group discussion. The 6 participants in the focus group unanimously agreed that the structure of legal sentences is complex, contains specialized jargon, the text on the sales sheet is too small, and some customers lack the time to scan the QR Code for video media. Therefore, this research recommends developing and improving hire purchase law educational media using easily understandable language, designing appropriate font sizes for readability, and enhancing visual appeal. This will ensure that individuals utilizing hire purchase loan services can clearly understand their legal rights and obligations both before and after entering into the hire purchase agreement.

Keywords : Car Leasing Loans, Leading Banks, Gen Y, Awareness, Car Leasing Customers

1. บทนำ

ในปัจจุบันรถยนต์ถือเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของมนุษย์เราอย่างหนึ่ง จากข้อมูลสถิติวิเคราะห์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ของกลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงานกรมการขนส่ง พบว่ามีจำนวนรถจดทะเบียนใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2563 เป็นต้นมา แสดงให้เห็นถึงความต้องการใช้รถยนต์ในชีวิตประจำวันที่เพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มที่ให้ความสนใจในการซื้อรถยนต์เป็นพิเศษ คือ กลุ่มวัยแรงงานตอนต้นหรือกลุ่ม Gen Y ซึ่งเป็นวัยทำงาน จึงทำให้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ได้ไม่ยาก และในการจะมีรถยนต์สักคันนั้น ผู้คนจำนวนไม่น้อยที่เลือกใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคาร โดยแต่ละธนาคารจะมีโปรโมชั่นสินเชื่อรถยนต์ที่แตกต่างกันให้ลูกค้าได้ตัดสินใจ ซึ่งในการอนุมัติสินเชื่อรถยนต์เช่าซื้อที่ง่ายและได้เงินไว เป็นสาเหตุให้เกิด "หนี้รถยนต์" มากขึ้นตามไปด้วยโดยเฉพาะ Gen Y เพราะจากข้อมูลสถิติของบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (เครดิตบูโร) ระบุว่า "หนี้รถยนต์" รวม 2.6 ล้านล้านบาท ในไตรมาสที่ 1/2566 มีสัญญาผู้รถยนต์ใหม่ที่ได้รับอนุมัติ 3.5 แสนบัญชี โดย 53% ของสัญญาผู้รถยนต์เป็นคน Gen Y (สาธิต สุธิตปัญญา, 2566)

นอกจากนี้รถยนต์แล้ว ยังมีประเด็นปัญหาทางกฎหมายและปัญหาในทางปฏิบัติของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์อีกหลายกรณี อาทิ 1) มาตรา 573 ผู้เช่าซื้อที่มีสิทธิตามกฎหมายสามารถบอกเลิกสัญญาในเวลาใดเวลาหนึ่งก็ได้ ด้วยการส่งมอบทรัพย์สินกลับคืน แต่ไม่ได้กล่าวถึงปัญหาหนี้เช่าซื้อส่วนขาดที่ยังค้างชำระไว้อย่างชัดเจน 2) การกำหนดข้อตกลงระหว่างคู่สัญญานอกเหนือจากที่กฎหมายเช่าซื้อวางหลักไว้ 3) เมื่อผู้เช่าซื้อผิดสัญญา ผู้ให้เช่าซื้อมักเร่งนำรถออกขายทอดตลาดในราคาค่อนข้างต่ำกว่าราคาจริงของรถมาก 4) การคำนวณยอดหนี้ส่วนขาด เจ้าหนี้มักเรียกดอกเบี้ยในค้างงวดในอนาคตที่ยังมาไม่ถึง 5) กฎหมายให้อำนาจกับผู้ให้เช่าซื้อมากเกินไป เป็นต้น

จากประเด็นปัญหาทางกฎหมายและปัญหาในทางปฏิบัติดังกล่าว จึงเกิดกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์ฉบับใหม่ ประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 ได้มีการแจ้งการปรับปรุงรายละเอียดสัญญาธุรกิจของ “กฎหมายเช่าซื้อรถยนต์” ให้เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา และจะมีผลบังคับใช้ 10 มกราคม 2566 เป็นต้นไป หากสัญญาเช่าซื้อรถทำไว้ก่อนวันที่ 10 ม.ค. 2565 ให้มีผลใช้บังคับต่อไปจนกว่าจะสิ้นสุดสัญญา แต่ท่านที่ทำสัญญาหลังวันดังกล่าวจะติดตามสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภค โดยประกาศดังกล่าวมีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจดังนี้

ตาราง 1 ประเด็นสำคัญกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ตามประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565

หัวข้อ	ประเด็นกฎหมายใหม่	คำอธิบาย	กฎหมายเก่า
1.	ผู้เช่าซื้อต้องเสียดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก จากเงินต้นคงเหลือแต่ละงวด	ดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก หรือ Effective Interest Rate คือคำนวณอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงต่อปี การผ่อนชำระในแต่ละงวดจะทำให้ยอดเงินต้นลดลง และส่งผลต่อดอกเบี้ยที่เรียกเก็บแต่ละงวดนั้นจะลดลงตามไปด้วย ซึ่งข้อดีของกฎหมายใหม่นี้ จะช่วยให้ผู้ที่ซื้อรถลดภาระในการชำระดอกเบี้ยลดลงจากแบบเก่า	จะเป็นดอกเบี้ยแบบคงที่ หรือ Flat Interest Rate ที่จะคำนวณดอกเบี้ยเพียงครั้งเดียวในวันที่ทำสัญญาแล้วแบ่งออกเป็นงวดๆ ผ่อนไปจนครบสัญญา
2.	กรณีนำเงินมาชำระค่างวดครบก่อนกำหนด (การปิดบัญชีก่อนครบกำหนด) จะได้รับส่วนลดดอกเบี้ย ในการปิดค่างวดเป็นขั้นบันได	กรณีผู้เช่าซื้อที่ต้องการปิดบัญชีเช่าซื้อ โดยนำเงินมาชำระค่างวดทั้งหมดก่อนกำหนด ทางธนาคารผู้ให้เช่าซื้อต้องให้ส่วนลดแก่ผู้เช่าซื้อเป็นอัตราดอกเบี้ยร้อยละ	ไม่มี
3.	กรณีผู้เช่าซื้อผิดนัดชำระค่างวด หรือล่าช้า ผู้ให้เช่าซื้อคิดเบี้ยปรับจากผู้บริโภคได้	คิดเบี้ยปรับไม่เกินอัตราร้อยละ 5 ต่อปี โดยคำนวณจากยอดเงินที่ผิดนัดชำระ	ให้คิดเบี้ยปรับได้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงตามสัญญาบวก 3% แต่ไม่เกิน 15%

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตระหนักรู้และความเข้าใจของลูกค้าเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจเข้าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จังหวัด เชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจและประสบการณ์การทำงาน กับการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้า
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาสื่อและวิธีการสื่อสารความรู้ความเข้าใจกฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น

สมมติฐาน

1. อายุและประสบการณ์การทำงานของลูกค้ามีผลต่อความใส่ใจ ความตระหนักรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจเข้าซื้อรถยนต์หรือไม่

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีการตระหนักรู้

การตระหนักรู้ หมายถึง ความสำนึกซึ่งบุคคลเคยมีการรับรู้หรือเคยมีความรู้มาก่อน เมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้นจึงเกิดความสำนึกหรือการตระหนักรู้ขึ้น (อนุสรณ์ กาลดิษฐ์, 2548) การตระหนักรู้เกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่ บุคคล สถานการณ์กลุ่ม สังคม และสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ โดยองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดการตระหนักรู้ ได้แก่ 1) ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) 2) อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) และ 3) พฤติกรรม (Behavioral Component) (Breckler, 1986) ปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้คือ 1) ประสบการณ์ที่มีต่อการรับรู้ 2) ความเคยชินต่อสภาพแวดล้อม จะมีผลทำให้บุคคลตระหนักรู้หรือไม่ตระหนักรู้ต่อสิ่งที่เกิดขึ้น 3) การเอาใจใส่และการให้คุณค่า โดยหากมนุษย์ใส่ใจในเรื่องใดมากก็ จะมีการตระหนักรู้ในเรื่องนั้นมากขึ้น 4) ลักษณะและรูปแบบของสิ่งเร้า ถ้าสิ่งเร้านั้นสามารถทำให้ผู้พบเห็นเกิดความสนใจ ย่อมส่งผลให้ผู้พบเห็นเกิดการรับรู้และการตระหนักรู้มากขึ้น 5) ระยะเวลาและความถี่ในการรับรู้ ถ้ามนุษย์ได้รับการรับรู้บ่อยครั้งหรือนานเท่าไร จะทำให้มีโอกาสดำเนินการตระหนักรู้มากขึ้นเท่านั้น (ทะนงศักดิ์ ประสภกิตติคุณ, 2534) ความตระหนักรู้สามารถจัดกลุ่มตามแนวคิดหลักสามประการ 1) ความตระหนักรู้ทางปัญญาคือความเข้าใจที่ถูกต้องและลึกซึ้งเกี่ยวกับการรับรู้ ความคิดและการกระทำของบุคคล 2) ความตระหนักรู้มีอยู่ในหลายระดับของจิตสำนึกและจิตไร้สำนึก เป็นประสบการณ์ขั้นสุดท้ายที่เป็นผลมาจากการทรงและประมวลประสบการณ์ 3) พิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับการรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่นและการคำนึงถึงผลกระทบต่อที่บุคคลมีต่อผู้อื่น (Carden et al., 2022)

2.2 แนวคิดทฤษฎีการให้สินเชื่อ

“สินเชื่อ” คือ การกู้ยืมเงินสดโดยมีธนาคารหรือสถาบันการเงินเป็นผู้ออกเงินกู้ให้ ผู้ขอสินเชื่อสามารถนำเงินกู้ไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ โดยธนาคารหรือสถาบันการเงินจะได้รับผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยเป็นงวด ๆ ในระหว่างที่ผ่อนคืน โดยประเภทดอกเบี้ยของสินเชื่อดอกเบี้ยเงินกู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ 1. อัตราดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก (Effective Rate) คือ อัตราการคิดดอกเบี้ยที่จะลดลงตามเงินต้นที่ลดลง 2. อัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ (Flat Rate) คือ อัตราการคิดดอกเบี้ยแบบกำหนดตายตัวไว้แล้ว (บริษัทหลักทรัพย์ สีสิ่ง จำกัด, 2565) เกณฑ์การให้สินเชื่อ (The 5Cs of Credit) คือ เงื่อนไขที่สถาบันการเงินใช้ประเมินศักยภาพและความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูล 5Cs ได้แก่ 1. Character คือการวิเคราะห์คุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้กู้ 2. Capacity คือ การวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ 3. Collateral คือการวิเคราะห์หลักประกันหรือสินทรัพย์ที่นำมาค้ำประกันการกู้ยืม 4. Capital คือการวิเคราะห์เงินทุน 5. Condition คือการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่จะมีผลต่อการชำระคืนเงินกู้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น (อัจฉรา โยมสินธุ์, 2555) การพิจารณาให้สินเชื่อเพื่อลดความเสี่ยง ไม่ควรรีใช้เครื่องมือเพียงประเภทเดียวในการบริหารความเสี่ยง เนื่องจากมีเหตุและปัจจัยหลายอย่างที่ทั้งผู้ให้กู้และผู้กู้ไม่สามารถควบคุมได้สังเกตได้จากความรัดกุมในการกำกับดูแลสถาบันการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ใช้กฎหมายอย่างน้อย 3 ฉบับ ได้แก่

2.5 กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา มีหลักกฎหมายทั่วไปในมาตรา 4 วรรคแรก วางหลักว่า “ข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้า ที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้าได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและมีผลใช้บังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น” และมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกเอาเปรียบของผู้ประกอบธุรกิจ เนื่องจากหลักกฎหมายเกี่ยวกับนิติกรรมหรือสัญญาที่มีพื้นฐานมาจากเสรีภาพของบุคคลในการแสดงเจตนา โดยรัฐจะไม่เข้าแทรกแซงถึงแม้ว่าจะมีคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบอีกฝ่ายหนึ่ง เว้นแต่จะเป็นกรณีที่เป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดยกฎหมาย หรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ดังนั้นพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการที่จะแก้ไขปัญหาค่าไม่เป็นธรรมที่เกิดจากผลบังคับของนิติกรรมสัญญาบางประเภท เช่น ให้ศาลมีอำนาจในการปรับลดค่าเอาเปรียบกันในทางสัญญาลงได้ตามสมควร โดยพิจารณาจากอำนาจการต่อรองของคู่สัญญาหรือความสุจริตในการทำสัญญา เป็นต้น

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริภัสสรณ์ องอาจ (2559) ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการเรียกค่าเสียหายและความรับผิดชอบตามสัญญาเช่าซื้อของผู้เช่าซื้อเมื่อเกิดการผิดสัญญาเช่าซื้อ รวมทั้งศึกษาการตีความ ปัญหา และวิเคราะห์ปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย ตลอดจนศึกษาหาแนวทางแก้ไขปัญหาค่าไม่เป็นธรรมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน จากการศึกษาพบว่าเกิดปัญหาเกี่ยวกับการตีความและผลบังคับตามกฎหมายของข้อตกลงเกี่ยวกับการกำหนดค่าเสียหายในสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ในประการต่าง ๆ ซึ่งส่งผลทำให้ฝ่ายผู้บริโภคมักเป็นฝ่ายเสียเปรียบผู้ให้เช่าซื้อรถยนต์ โดยผู้เช่าซื้อจะได้รับความเป็นธรรมเมื่อตนจะถูกฟ้องเป็นคดีความและศาลได้พิพากษาตัดสินแล้วเท่านั้น ซึ่งเมื่อยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องหลักเกณฑ์การกำหนดความรับผิดชอบ ย่อมก่อให้เกิดภาระต่อทั้งโจทก์และจำเลยที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการอุทธรณ์ ค่าพิพาทของศาลชั้นต้นต่อศาลสูง และทำให้เสียเวลาในการรอคำพิพากษาของศาลสูงต่อไป

พรธิดา จันทราช (2563) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ำกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การตัดสินใจ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการตระหนักถึงปัญหาด้านการค้นหาข้อมูลของการบริการสินเชื่อ ด้านประเมินตัวเลือกอื่น ด้านการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการบริการสินเชื่อ และ ด้านพฤติกรรมหลังการบริการเลือกสินเชื่อ และนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสินเชื่อของธนาคารให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้ำเป้าหมาย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้ำ Gen Y ทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 27-32 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และธนาคารที่สนใจคือ ธนาคารกสิกรไทย โดยข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ำกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ด้านพฤติกรรมหลังการบริการเลือกสินเชื่อ ด้านประเมินตัวเลือกอื่น ด้านการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการบริการสินเชื่อ ด้านการตระหนักปัญหา และ ด้านการค้นหาข้อมูลของการบริการสินเชื่อ ตามลำดับ

สุวจณี จิระวิไลกาญจน์ (2564) ศึกษาการตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่ออธิบายคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจ 2) เพื่ออธิบายพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจ และ 3) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรกับการตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 440 คน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยถูกล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลจากภาคธุรกิจ ร้อยละ 85.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบรายละเอียดกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 61.36 กลุ่ม

ตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.68 ในส่วนผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะทางประชากรกับ การตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศระดับการศึกษาอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีการตระหนักรู้การปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผู้ที่อายุที่แตกต่างกันจะมีการตระหนักรู้การปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจแตกต่างกัน

วสันต์ ปราชญ์ศิลป์ (2566) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 (PDPA):กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่สำนักงานข่าวกรองแห่งชาติ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ โดยเฉพาะช่วงอายุที่แตกต่างกันมีการตระหนักรู้ที่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ 2.1) ด้านการให้คุณค่า ความใส่ใจ และความสนใจข้อมูลส่วนบุคคล 2.2) ด้านประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์และยังแสดงถึงความผันแปรที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ 3) ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ 3.1) ผู้บริหารของหน่วยงาน 3.2) กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน มีความสัมพันธ์และยังแสดงถึงความผันแปรที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ 4) ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ 4.1) เทคโนโลยี 4.2) นโยบายของรัฐบาล 4.3) สื่อมวลชน มีความสัมพันธ์และยังแสดงถึงความผันแปรที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ

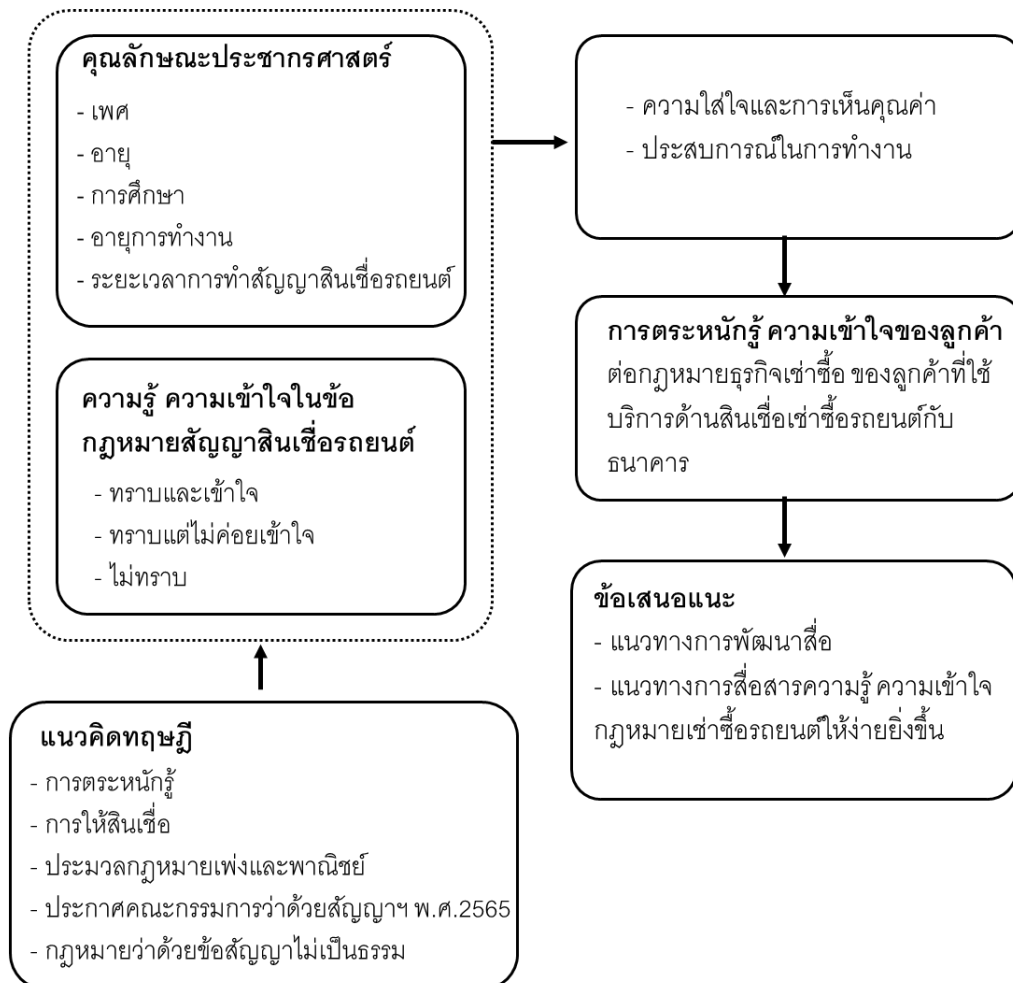
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เข้าชื่อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 จะเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ต้นปี 2566 แต่ยังไม่พบงานวิจัยใดที่ศึกษาการตระหนักรู้ของกลุ่มลูกค้า Gen Y ที่ใช้บริการสินเชื่อเข้าชื่อรถยนต์ภายใต้กฎหมายดังกล่าว ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นที่มีการแข่งขันด้านสินเชื่อเข้าชื่อรถยนต์สูงและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ตาราง 2 สรุปประเด็นผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ผู้วิจัย / ประเด็นศึกษา	ความแตกต่างจากงานของผู้วิจัย
1.	ศิริภัสสรณ์ อองอาจ (2559) ศึกษา มาตรฐานการทางกฎหมายในการเรียกค่าเสียหายและความรับผิดชอบตามสัญญา เข้าชื่อของผู้เข้าชื่อ ในกรณีเกิดการผิดสัญญาเข้าชื่อ รวมทั้งศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายกับข้อตกลงเกี่ยวกับการกำหนดค่าเสียหายในสัญญาเข้าชื่อรถยนต์ ตลอดจนศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น	ผู้วิจัยศึกษาการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเข้าชื่อของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเข้าชื่อว่ามี ความรู้ความเข้าใจเพียงใด โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความรับผิดชอบตามสัญญาเข้าชื่อในกรณีผิดสัญญาด้วย ซึ่งหากลูกค้าส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจ จะนำไปสู่การพัฒนาความรู้ความเข้าใจกฎหมายเข้าชื่อรถยนต์ที่ประชาชนสามารถเข้าใจง่ายและแพร่หลายมากขึ้นในอนาคต
2.	พรธิดา จันทราช (2563) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ากลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสินเชื่อของธนาคารให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อไป	ผู้วิจัยศึกษาการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเข้าชื่อของลูกค้า Gen Y ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเข้าชื่อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ ซึ่งงานวิจัยทั้งสองต่างเห็นว่า กลุ่มลูกค้า Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้บริทางด้านสินเชื่อสูงในปัจจุบัน จึงควรให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายของธนาคารให้สอดคล้องต่อความต้องการ และการตระหนัก

ตาราง 2 สรุปประเด็นผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ผู้วิจัย / ประเด็นศึกษา	ความแตกต่างจากงานของผู้วิจัย
3.	สุวจณี จิรวะวิโลกาญจน์ (2564) ศึกษาการตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	ถึงความรู้ความเข้าใจกฎหมายเข้าซื้อของลูกค้ากลุ่มนี้ เป็นการศึกษาการตระหนักรู้เช่นกัน แต่แตกต่างในด้านกฎหมาย และกลุ่มเป้าหมาย โดยงานวิจัยของสุวจณี (2564) ศึกษาพ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
4.	วสันต์ ปราชญ์ศิลป์ (2566) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA):กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่สำนักงานข่าวกรองแห่งชาติ	เป็นการศึกษาการตระหนักรู้เช่นกัน แต่งานวิจัยของวสันต์ (2566) เน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับการตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร



รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยทั้งแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบถึงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อของลูกค้า และใช้วิธีการเชิงคุณภาพในการหาข้อมูลเชิงลึก เพื่อช่วยในการอธิบายถึงข้อเท็จจริง เหตุผล และแนวทางการพัฒนางานวิจัยที่ละเอียดลึกซึ้งต่อไป

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1) ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จำนวน 100 คน ซึ่งเป็นลูกค้า Gen Y ที่มีอายุระหว่าง 21-37 ปี และเป็นผู้ที่ทำสัญญาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 7 ปี (84 งวด) ผ่อนชำระมาแล้วไม่เกิน 1 ปี

เหตุที่เลือกลูกค้า Gen Y ในช่วงระยะเวลาการทำสัญญาสินเชื่อเช่าซื้อดังกล่าว เนื่องจากข้อมูลสถิติของบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (เครดิตบูโร) ที่แสดงข้อมูลว่าในไตรมาสที่ 1/2566 สัญญากู้รถยนต์ใหม่ส่วนใหญ่ 53% เป็นสัญญากู้รถยนต์ของลูกค้า Gen Y และลูกค้า Gen Y ส่วนใหญ่จะเลือกผ่อนชำระระยะยาวที่สุด เพื่อจะได้ผ่อนชำระรายเดือนเป็นเงินจำนวนน้อย

วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size Calculation) ที่是客户ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารชั้นนำ จำนวน 100 คน ผู้วิจัยมีเกณฑ์การคัดเลือกจากการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ธนาคารฝ่ายสินเชื่อของธนาคารชั้นนำ แจ้งว่าปกติในแต่ละเดือนจะมีลูกค้ามาใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ประมาณ 1,000 คน และจะเป็นลูกค้า Gen Y ที่มีอายุระหว่าง 21-37 ปี และเป็นผู้ที่ทำสัญญาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 7 ปี (84 งวด) ผ่อนชำระมาแล้วไม่เกิน 1 ปี เฉลี่ยประมาณ 80-100 คน ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนมากที่สุดคือ 100 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

โดยธนาคารชั้นนำดังกล่าว คือ กรุงศรี ออโต้ สาขาเชียงใหม่ เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารที่มียอดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์รายใหญ่อันดับ 1 (ข้อมูลจากรายงานประจำปี 2565 ธนาคารกสิกรไทย และจากรายงานผลการดำเนินงานกรุงศรี ออโต้ ปี 2566)

2) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 6 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารชั้นนำ จำนวน 1 คน, ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ จำนวน 1 คน, นักวิชาการ จำนวน 1 คน, นักกฎหมาย จำนวน 1 คน และลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 2 คน เป็นต้น โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี และมีอายุระหว่าง 20-50 ปี หรือเกี่ยวข้องกับบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2567 เนื่องจากเป็นช่วง Low Season ที่ธนาคารชั้นนำมักจะมีโปรโมชั่นสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อกระตุ้นยอดขาย จึงทำให้ยอดลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในเดือนดังกล่าวค่อนข้างสูง

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามสำรวจการตระหนักรู้กฎหมายธุรกิจเช่าซื้อ โดยจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และก่อนที่จะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปใช้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทดสอบหาความเที่ยง (Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ พิจารณาตรวจสอบว่าแบบสอบถามดังกล่าวครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และมีความสัมพันธ์ระหว่างผลการวัดของแบบสอบถามกับตัวแปรที่เกี่ยวข้อง สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะนำไปพัฒนาความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ที่ประชาชนสามารถเข้าใจง่ายและแพร่หลายมากขึ้นในอนาคตหรือไม่ โดยแบบสอบถามสำรวจการตระหนักรู้ดังกล่าวเป็นแบบสอบถามแบบไดโคทอมัส (Dichotomous Questionnaire) เป็นคำถามปลายปิด เช่น ทราบและเข้าใจ/ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจ/ไม่ทราบ หรือ เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วย เป็นต้น โดยสอบถามในประเด็นข้อกฎหมายสำคัญ ส่วนคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจกฎหมาย

สัญญาเช่าซื้อรถยนต์ในกฎหมายใหม่ และข้อแตกต่างจากกฎหมายเก่า ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และแนวทางในการพัฒนาการตระหนักกฎหมายดังกล่าว โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงเป็นเครื่องมือในการจดบันทึกผลการสนทนา

จริยธรรมการวิจัยในคน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในคน และได้รับการรับรองการพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัยในคน (Certificate of Approval) จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2567 และ COA No. HS015/67

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะเก็บจากข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จะดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากการติดต่อ ประสานงาน และรวบรวมเอกสารต่างๆ ตลอดจนรายงานการวิจัย และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงเอกสารมาพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเรียบเรียงประเด็นปัญหาข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายเพื่อนำมาพิสูจน์โดยใช้แบบสอบถาม ถามในกลุ่มประชากรตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ณ ฝ่ายงานกฎหมายและงานเร่งรัดหนี้สิน R4 กรุงเทพฯ ออโต้ (สาขาเชียงใหม่) ที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น และเมื่อได้ผลการศึกษาในเชิงปริมาณแล้ว หากพบว่าในประเด็นข้อกฎหมายใดที่ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีความรู้และเข้าใจในกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อน้อย ผู้วิจัยจะเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ดังกล่าวต่อไป

นอกจากนี้ผู้วิจัยจะนำวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มาสอบถามเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ อาทิ เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคาร ชำนาญ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ นักวิชาการ นักกฎหมาย ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของงานวิจัย อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษาอายุการทำงาน ฯลฯ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ด้านการตระหนักกฎหมายธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Analysis of Variance (One-Way ANOVA)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการวิจัยแบบสอบถามลูกค้า

ลูกค้า Gen Y ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์จำนวน 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 36-37 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอายุการทำงาน 10 ปีขึ้นไป และทำสัญญาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 7 ปี (84 งวด) โดยส่วนใหญ่ผ่อนชำระมาแล้ว 10-12 เดือน (10-12 งวด)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ในประเด็นต่าง ๆ ลูกค้าส่วนใหญ่ทราบและเข้าใจในประเด็นข้อ 4. และข้อ 5. มากที่สุดที่ร้อยละ 82 ลูกค้าส่วนใหญ่ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจในประเด็นข้อ 1. มากที่สุดที่ร้อยละ 23 และลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ทราบในประเด็นข้อ 6. มากที่สุดที่ร้อยละ 12 ตามลำดับ

ตาราง 3 ความรู้และเข้าใจในกฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่

ประเด็น	ทราบและเข้าใจ (ร้อยละ)	ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจ (ร้อยละ)	ไม่ทราบ (ร้อยละ)
1.กฎหมายฉบับใหม่ เนื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่ากฎหมายฉบับเดิม	75	23	2
2.กฎหมายฉบับใหม่ ผู้เช่าซื้อต้องเสียดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอกจากเงินต้นคงเหลือแต่ละงวด	78	19	3
3.ผู้เช่าซื้อที่ต้องการปิดบัญชีเช่าซื้อ โดยนำเงินมาชำระค่างวดทั้งหมดก่อนกำหนด ผู้ให้เช่าซื้อต้องให้ส่วนลดแก่ผู้เช่าซื้อ เป็นอัตราดอกเบี้ยรถใหม่	79	18	3
4.ในกรณีผู้เช่าซื้อผิดนัดชำระค่างวด ผู้ให้เช่าซื้อคิดเบี้ยปรับได้ ไม่เกินอัตราร้อยละ 5% ต่อปี โดยคำนวณจากค่างวดที่ค้างชำระ	82	16	2
5.ผู้เช่าซื้อผิดนัด 3 งวด ผู้ให้เช่าซื้อส่งหนังสือบอกกล่าว หากผู้เช่าซื้อละเลยไม่ทำตาม ผู้ให้เช่าซื้อจะมีสิทธิบอกเลิกสัญญาและเรียกกรดคืน โดยผู้เช่าซื้อต้องชดใช้หนี้ที่ค้างอยู่ทั้งหมด รวมถึงต้องชดใช้หนี้ส่วนต่างหลังจากขายทอดตลาด	82	15	3
6.กรณีมีการเปลี่ยนแปลงสัญญาผู้เช่าซื้อ มีการปรับค่าใช้จ่าย 2,500 บาท (กฎหมายเดิม 4,000 บาท)	73	15	12

แม้ว่าลูกค้านำมากกว่าร้อยละ 73 จะตอบว่าทราบและเข้าใจกฎหมายในประเด็นต่าง ๆ แล้ว แต่ยังมีผลการวิจัยเห็นควรให้มีการพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย (กว่าภาษากฎหมาย) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วย จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 99 และไม่เห็นด้วย จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตาราง 4 การพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย (กว่าภาษากฎหมาย)

	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	99	99.0
ไม่เห็นด้วย	1	1.0
รวม	100	100.0

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจและประสบการณ์การทำงานกับการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้านำที่ให้บริการด้านสินเชื่อเข้าซื้อรถยนต์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวน เช่น ความใส่ใจ ประสบการณ์การทำงาน และจำนวนงวดที่ชำระ มีผลต่อระดับ การตระหนักรู้กฎหมายเข้าซื้อรถยนต์ของลูกค้านำหรือไม่ พบว่าลูกค้านำที่มีความใส่ใจอยู่ในระดับที่ดี มีค่าความตระหนักรู้อยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยที่ 3.89 ลูกค้านำ

ที่มีประสิทธิภาพการทำงาน มีค่าความตระหนักรู้ที่อยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยที่ 3.91 และการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ อยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยที่ 4.04

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจและประสิทธิภาพการทำงาน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับ
ความใส่ใจ	3.89	1.02	ดี
ประสิทธิภาพการทำงาน	3.91	1.07	ดี
การตระหนักรู้กฎหมาย	4.04	1.02	ดี

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าทั้งหมดมีอายุการทำงานโดยเฉลี่ย 10 ปีขึ้นไป ลูกค้าที่ไม่เข้าใจในกฎหมาย มีอายุงานเฉลี่ย 10 ปี ลูกค้าที่เข้าใจน้อย มีอายุงานเฉลี่ย 10 ปี ลูกค้าที่เข้าใจปานกลาง มีอายุงานเฉลี่ย 10 ปี และลูกค้าที่เข้าใจมาก มีอายุงานเฉลี่ย 10 ปี (ตาราง 6)

เมื่อใช้วิธีการ One-Way ANOVA วิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ลูกค้าแต่ละกลุ่มมีอายุงานโดยเฉลี่ยเท่ากัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าลูกค้าที่ไม่เข้าใจกฎหมาย เข้าใจน้อย เข้าใจปานกลาง และเข้าใจมาก มีอายุงานเท่ากัน

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Analysis of Variance (One-Way ANOVA)

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจในกฎหมายแต่ ละระดับ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย อายุงาน	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ไม่เข้าใจ	1	10.00	0.01	F = 1.58
เข้าใจน้อย	1	10.00	0.01	Sig. = 0.200
เข้าใจปานกลาง	29	9.72	1.58	
เข้าใจมาก	69	10.32	1.37	
Total	100	10.20	1.45	

4.3 ผลการวิจัยการสนทนากลุ่ม

จัดขึ้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2567 โดยผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่าน เป็นบุคคลผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำนวน 6 ท่าน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารชั้นนำ 1 ท่าน, ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ 1 ท่าน ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 2 ท่าน นักวิชาการ 1 ท่าน และนักกฎหมาย 1 ท่าน โดยสรุปประเด็นการสนทนากลุ่มได้ดังนี้

ตาราง 7 สรุปประเด็นการสนทนากลุ่ม

หัวข้อ	คำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ และผลการสนทนากลุ่ม
1.	<p>ท่านทราบและเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าซื้อเพียงใด และทราบหรือไม่ว่ามีกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่ากฎหมายฉบับเดิม ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่าน ทราบและเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าซื้อ โดยช่วยกันอธิบายเกี่ยวกับกฎหมายดังกล่าว นอกจากนี้ นักกฎหมาย นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่ธนาคาร ได้ช่วยกันให้ข้อมูลว่าอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 572-574 โดยผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่านทราบว่าไม่มีกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่ากฎหมายฉบับเดิม</p>
2.	<p>กฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ ที่วางหลักไว้ว่า ผู้เช่าซื้อต้องเสียดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอกจากเงินต้นคงเหลือแต่ละงวด โดยคำนวณเป็นอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงต่อปี ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่านทราบหลักกฎหมายดังกล่าว แต่ที่ปรึกษาการขายรถยนต์และลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ ยังไม่ค่อยเข้าใจหลักเกณฑ์นี้มากนัก เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อของธนาคารจึงได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การลดต้นลดดอกดังกล่าวจะไปเกี่ยวข้องกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงรายปีด้วย หมายถึง หากดอกเบี้ยเช่าซื้อรถยนต์คิดดอกเบี้ยแบบคงที่ จะต้องไม่เกินกว่าอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงรายปีที่ได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ นักวิชาการและนักกฎหมายได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าการคิดดอกเบี้ยต้องคิดในอัตราที่แท้จริงต่อปี คืออัตราดอกเบี้ยในลักษณะการคิดดอกเบี้ยลดต้นลดดอก โดยคิดดอกเบี้ยจากเงินต้นคงเหลือในแต่ละงวดซึ่งหากยังไม่มีกฎหมายใดที่กำหนดอัตราดอกเบี้ยค่าเช่าซื้อรถยนต์ไว้โดยเฉพาะ ก็ให้กำหนดอัตราดอกเบี้ยตามกลไกตลาด โดยคำนวณเป็นอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงต่อปี ซึ่งในกรณีรถยนต์ใหม่ ก็ต้องไม่เกินอัตราร้อยละ 10 ต่อปี</p>
3.	<p>กรณีผู้เช่าซื้อที่ต้องการปิดบัญชีเช่าซื้อ โดยนำเงินมาชำระค่างวดทั้งหมดก่อนกำหนด ทางธนาคารผู้ให้เช่าซื้อต้องให้ส่วนลดแก่ผู้เช่าซื้อ เป็นอัตราดอกเบี้ยรายใหม่ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่าน ทราบและเข้าใจหลักกฎหมายดังกล่าวว่า กรณีที่ลูกค้าต้องการชำระค่าเช่าซื้อทั้งหมดเพื่อปิดสัญญาเช่าซื้อก่อนครบกำหนดสัญญา ทางธนาคาร(หรือผู้ให้เช่าซื้อ)จะต้องให้ส่วนลดดอกเบี้ยที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระให้แก่ผู้เช่าซื้อ โดยจะคำนวณเงินยอดปิดสัญญาเช่าซื้อจากยอดเงินต้นคงเหลือ, ดอกเบี้ยเช่าซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ และจะได้รับส่วนลดดอกเบี้ยตามอัตราค่างวดเช่าซื้อตามสัญญาที่ชำระมาแล้ว, ภาษีมูลค่าเพิ่มส่วนที่เหลือตลอดอายุสัญญา, ค่าธรรมเนียมค่าเบี้ยปรับ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ถ้ามี)</p>
4.	<p>ในกรณีผู้เช่าซื้อผิดนัดชำระค่างวดหรือล่าช้า ผู้ให้เช่าซื้อคิดเบี้ยปรับจากผู้บริโภคได้ โดยคิดเบี้ยปรับไม่เกินอัตราร้อยละ 5 ต่อปี โดยคำนวณจากยอดเงินที่ผิดนัดชำระ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่าน ทราบหลักกฎหมายดังกล่าวว่าประกาศฉบับใหม่กำหนดให้คิดเบี้ยปรับได้ไม่เกินอัตราร้อยละ 5 ต่อปี โดยเจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อของธนาคารได้อธิบายเพิ่มเติมว่าให้คิดเบี้ยปรับจากยอดหนี้ที่ผิดนัดเท่านั้น ส่วนหนี้ที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ ผู้ให้เช่าซื้อไม่สามารถนำมาคิดเป็นเบี้ยปรับได้ โดยนักวิชาการและนักกฎหมายได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ก่อนหน้าจะมีประกาศฉบับใหม่นี้ มีผู้ประกอบการบางส่วนนำหนี้ทั้งก้อนไปคิดเป็นเบี้ยปรับ ซึ่งถือเป็นการเอาเปรียบ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ</p>
5.	<p>ในกรณีนำรถออกขายทอดตลาดหากผู้บริโภคถูกยกเลิกสัญญา ผู้ให้เช่าซื้อสามารถนำรถออกขายทอดตลาด และผู้บริโภคจะต้องรับภาระเฉพาะเงินต้นสำหรับค่างวดที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ รวมกับค่างวดที่ค้างชำระ (รวมดอกเบี้ย) และค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจากการทวงถามหนี้ค่าเช่าซื้อก่อนมีการบอกเลิกสัญญา (โดยกฎหมายใหม่นี้ให้คิดได้เฉพาะเงินต้นเท่านั้น) ในประเด็นข้อคำถามนี้ที่ปรึกษาการขายรถยนต์และลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ยังไม่ค่อยเข้าใจหลักเกณฑ์มากนักเจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อของธนาคารจึงได้อธิบาย</p>

ตาราง 7 สรุปประเด็นการสนทนากลุ่ม (ต่อ)

หัวข้อ	คำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ และผลการสนทนากลุ่ม
	<p>เพิ่มเติมว่า ในประกาศฉบับใหม่ จะให้คำนวณเฉพาะส่วนหนี้ที่ยังขาดชำระเท่านั้น ไม่สามารถเรียกเก็บหนี้ในอนาคตที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระได้ ซึ่งต่างจากกฎหมายเก่าที่หากมีการเลิกสัญญาและมีการยึดรถหนี้ที่ยังขาดอยู่ เจ้าหนี้เช่าซื้อสามารถเรียกเก็บจากผู้เช่าซื้อได้ โดยสามารถเรียกเก็บได้ทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ</p>
6.	<p>กรณียกเลิกสัญญาผู้เช่าซื้อ (หลังมีการผิดนัดชำระ 3 งวดติด) ผู้ให้เช่าซื้อส่งหนังสือบอกกล่าวผู้เช่าซื้อที่ค้างชำระ ภายในเวลาอย่างน้อย 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้เช่าซื้อได้รับหนังสือและละเลยไม่ทำตาม ผู้ให้เช่าซื้อมีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้ และผู้ให้เช่าซื้อมีสิทธิตามกฎหมายที่จะยึดรถได้ โดยผู้เช่าซื้อจะต้องนำรถไปคืน พร้อมกับชดใช้หนี้ที่ค้างอยู่ทั้งหมดคืนให้กับผู้ให้เช่าซื้อ รวมถึงต้องชดใช้ค่าขาดราคา ในประเด็นข้อคำถามนี้ที่ปรึกษาการขายรถยนต์และลูกค้ำที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ทราบและเข้าใจเบื้องต้นว่าหากขาดส่งเงิน 3 งวดติดต่อกันจะถือว่าผิดสัญญา ธนาคารจะมีหนังสือทวงถามให้ไปชำระเงินภายใน 30 วัน หากไม่ได้ปฏิบัติตามธนาคารก็จะมีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าซื้อ และจะต้องนำรถไปคืนพร้อมกับชดใช้หนี้ที่ค้างอยู่ทั้งหมดคืนให้กับธนาคาร แต่ยังไม่ค่อยเข้าใจประเด็นการต้องชดใช้รวมถึงค่าขาดราคาและค่าขาดประโยชน์ เจ้าหน้าที่ยื่นขอของธนาคารจึงได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ค่าขาดราคานั้นจะเกิดจากการที่ธนาคาร (หรือผู้ให้เช่าซื้อ) นำรถที่ลูกค้ำนำมาคืน หรือรถที่ไปยึดมาไปขายทอดตลาด หากขายได้ต่ำกว่าราคาขายในท้องตลาดที่ขายกันอยู่เท่าไร ลูกค้ำก็ต้องจ่ายส่วนต่างเพิ่มเท่านั้น</p> <p>นอกจากนี้นักวิชาการและนักกฎหมายได้ช่วยกันให้ความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมว่า ในกรณีลูกค้ำที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่เริ่มผ่อนไม่ไหวแต่ยังไม่ผิดสัญญาเช่าซื้อ ก็สามารถเลือกที่จะขายดาวน์รถต่อไปให้คนอื่นได้ หรือนำรถยนต์ไปคืนให้กับธนาคารหรือผู้ให้เช่าซื้อ และบอกเลิกสัญญาก่อนที่จะเป็นฝ่ายผิดนัด ก็จะไม่ต้องชดใช้หนี้เพิ่มเติมนอกจากการจ่ายหนี้ที่ค้างอยู่จนถึงวันที่คืนรถทั้งหมด หรือลูกค้ำที่ผ่อนมาพอสมควรแล้วและต้องการเก็บรถไว้ อาจจะต้องหาทางรีไฟแนนซ์หรือปรับโครงสร้างหนี้ คือการขอลดจำนวนเงินที่ต้องผ่อนต่องวดลง แต่ต้องผ่อนในระยะเวลากว่าที่นานขึ้นและดอกเบี้ยที่สูงขึ้นแทน ดังนั้นลูกค้ำจึงควรต้องพิจารณาและตัดสินใจให้ดี</p>
7.	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับคำกล่าวที่ว่า ภาษากฎหมายค่อนข้างเข้าใจยาก จึงทำให้เกิดปัญหาในการตระหนักรู้และทำความเข้าใจกับกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อ ที่ปรึกษาการขายรถยนต์ และลูกค้ำที่ใช้บริการด้านสินเชื่อได้ให้ความเห็นว่าภาษากฎหมายค่อนข้างเข้าใจยากสำหรับคนที่ไม่เรียนทางสายนิติศาสตร์ เพราะมีคำศัพท์เฉพาะทางกฎหมายและต้องมีการตีความ จึงทำให้มีปัญหาในการเรียนรู้และทำความเข้าใจ ส่วนเจ้าหน้าที่ธนาคาร นักกฎหมาย และนักวิชาการ ได้ให้ความเห็นว่าถึงแม้จะเรียนจบนิติศาสตร์ก็ตาม แต่กฎหมายมีการปรับปรุง แก้ไข อยู่เสมอ จึงต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจกฎหมายใหม่ๆอยู่เสมอเช่นกัน แต่ก็สามารถทำความเข้าใจภาษากฎหมายได้ง่ายกว่าบุคคลที่ไม่ได้เรียนคณะนิติศาสตร์</p>

ตาราง 7 สรุปประเด็นการสนทนากลุ่ม (ต่อ)

หัวข้อ คำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าชื่อรถยนต์ และผลการสนทนากลุ่ม

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับแนวคิดที่ควรมีการพัฒนาสื่อในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าชื่อรถยนต์ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่าน ต่างมีความคิดเห็นที่ตรงกันว่า ควรมีการพัฒนาสื่อ ในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าชื่อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าชื่อรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าชื่อรถยนต์ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ตลอดจนลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าชื่อรถยนต์ เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ในทางกฎหมายก่อนและหลังทำสัญญาเช่าชื่อรถยนต์
9. ข้อเสนอแนะ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้ง 6 ท่าน ได้ช่วยกันแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ โดยสรุปใจความสำคัญได้ว่า ถึงแม้ธนาคารชั้นนำจะมี Sales Sheet ซึ่งเป็นเอกสารที่อธิบายถึงข้อควรระวังเกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าชื่อรถยนต์ เพื่อให้ลูกค้าได้อ่านและทำความเข้าใจก่อน รวมทั้งมี “Quick Response (QR) Code” ให้ลูกค้า Scan เพื่อรับฟังและดู Animation ที่อธิบายกฎหมายเช่าชื่อให้กับลูกค้า ทราบแบบง่ายๆ ก็ตาม แต่ด้วยภาษากฎหมายมีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและใช้ศัพท์เฉพาะทางตัวอักษรใน Sales Sheet มีขนาดเล็กมาก อ่านลำบากจึงอ่านแบบผ่านๆ รวมถึงลูกค้าบางรายซึ่งเกี่ยวข้องหรือไม่มีเวลาที่จะสแกน QR Code เป็นต้น จึงเห็นควรมีการปรับปรุงพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าชื่อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย มีขนาดตัวหนังสือที่อ่าน เนื้อหากระชับ รูปแบบนำเสนอที่น่าสนใจ นอกจากนี้ที่ปรึกษาการขายรถยนต์ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ตนเองก็ต้องการสื่อหรือเอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายเช่าชื่อรถยนต์เช่นกัน เพื่อให้ตนเองได้มีความรู้ความเข้าใจที่จะสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเบื้องต้นได้ เนื่องจากปกติแล้วพนักงานขายรถยนต์มักจะไม่ค่อยทราบหรือสนใจกฎหมายดังกล่าวเท่าใดนัก เพราะเมื่อขายรถให้ลูกค้าได้ ก็จะส่งต่อลูกค้าให้กับธนาคารเครือข่ายของบริษัทไปดำเนินการเกี่ยวกับสัญญาเช่าชื่อรถยนต์ต่อไป



รูปภาพประกอบ 2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

4.4 อภิปรายผลตามคำถามการวิจัย

4.4.1 การตระหนักรู้และความเข้าใจของลูกค้ำเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์

จากผลการศึกษาที่พบว่าลูกค้ำที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ส่วนใหญ่ มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่ เนื่องจากธนาคารชั้นนำจัดเตรียม Sales Sheet และมี QR Code ให้ลูกค้ำได้สแกนรับฟังและดูภาพเคลื่อนไหวที่อธิบายเกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อให้ลูกค้ำได้ทำความเข้าใจก่อนทำสัญญา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริภัสสรณ์ งามอาจ (2559) ที่ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการเรียกค่าเสียหายและความรับผิดชอบตามสัญญาเช่าซื้อของผู้เช่าซื้อหากเกิดการผิดสัญญา รวมทั้งการตีความและผลบังคับตามกฎหมายของข้อตกลง ซึ่งมักทำให้ฝ่ายผู้บริโภคมักเป็นฝ่ายเสียเปรียบผู้ประกอบการที่เป็นผู้ให้เช่าซื้อรถยนต์ เพื่อนำไปสู่แนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ผู้เช่าซื้อจะได้รับความเป็นธรรมมากขึ้น

แต่ถึงแม้ธนาคารชั้นนำจะจัดเตรียมสื่อ Sales Sheet และ QR Code ให้ลูกค้ำก็ตาม จากผลการวิจัยยังคงพบว่า มีลูกค้ำ Gen Y ร้อยละ 15-23 ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจ และอีกร้อยละ 2-12 ไม่ทราบข้อกำหนดในประเด็นต่าง ๆ เนื่องจากภาษากฎหมายมีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและใช้ศัพท์เฉพาะทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวจนิจิวิไลกาญจน์ (2564) ที่ศึกษาการตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชน โดยมีข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบรายละเอียดกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 61.36 แต่ยังมีกลุ่มที่ไม่ทราบ ร้อยละ 38.64

4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจ และประสบการณ์การทำงานกับการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้ำ

จากผลการวิเคราะห์พบว่าความใส่ใจ ประสบการณ์การทำงาน จำนวนงวดที่ชำระ มีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่อการตระหนักรู้กฎหมายของลูกค้ำที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และพบว่าลูกค้ำที่ไม่มีความใส่ใจมีค่าความตระหนักรู้ต่ำกว่าลูกค้ำที่มีความใส่ใจกฎหมาย เพราะลูกค้ำที่มีความเข้าใจว่ากฎหมายมีความสำคัญในชีวิตประจำวัน และสร้างความเป็นธรรมในสังคม ลูกค้ำจะให้ความใส่ใจในการอ่านและศึกษาข้อกำหนดต่าง ๆ ให้ดีก่อนทำสัญญา เช่นการอ่าน Sales Sheet หรือสแกน QR Code เพื่อดูและรับฟังสื่ออธิบายข้อควรระวังเกี่ยวกับการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ ที่ธนาคารชั้นนำจัดเตรียมไว้ให้ เป็นต้น นอกจากนี้ลูกค้ำที่มีประสบการณ์ทำงานนาน และมีจำนวนงวดที่ผ่อนชำระมาหลายงวดแล้ว จะมีความตระหนักรู้กฎหมายสูงกว่าลูกค้ำที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยและมีจำนวนงวดที่ผ่อนชำระน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสันต์ ปราชญ์ศิลป์ (2566) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) พบว่าปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ 1) การให้คุณค่า ความใส่ใจ และความสนใจข้อมูลส่วนบุคคล 2) ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อความตระหนักรู้พระราชบัญญัติฯ เพราะประสบการณ์ทำให้เห็นถึงความสำคัญและผลกระทบของกฎหมายในสถานการณ์จริง ทำให้พนักงานเข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้องตามกฎหมายมากขึ้น ดังนั้นประสบการณ์ที่เคยได้รับผลกระทบก่อให้เกิดการเรียนรู้ และส่งผลให้เกิดการตระหนักรู้ในแต่ละบุคคล

4.4.3 แนวทางในการพัฒนาสื่อและวิธีการสื่อสารความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ให้เข้าใจง่ายขึ้น

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ายังมีลูกค้ำ Gen Y ที่ทราบแต่ไม่ค่อยเข้าใจและไม่ทราบข้อกำหนดเช่าซื้อรถยนต์ จึงทำให้มีผลการวิจัยที่ลูกค้ำส่วนใหญ่ ร้อยละ 99 เห็นควรให้มีการพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่ายกว่าภาษากฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรธิดา จันทราช (2563) ที่ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ำกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเห็นว่ากลุ่มลูกค้ำ Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้บริการด้านสินเชื่อสูงในปัจจุบัน จึงควรให้ความสำคัญและนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของธนาคารให้สอดคล้องต่อความต้องการ และการตระหนักถึงความรู้ความเข้าใจกฎหมายเช่าซื้อของลูกค้ำกลุ่มนี้ต่อไป

และสอดคล้องกับผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ท่าน ต่างมีความคิดเห็นที่ตรงกันว่า เนื่องจากภาษากฎหมายมีโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนและใช้ศัพท์เฉพาะทาง ตัวอักษรใน Sales Sheet มีขนาดเล็กมาก อ่านลำบาก และลูกค้ำ

บงคนน้บ้เวลท้จ้จะสแกน QR Code เพ่อดูล้อภพเคล่อนท้บว จ้งเห็นควรม้การปร้บปร้จพัฒนาล้อการให้ควมร้ควมเช่ใจ เกยวท้บกฏทนายเช่อช้อรดยนด้ ให้เป็นภษท้ที่ส้สามารถเช่ใจได้ง่ย ออกแบบขนาดตัวอักษรให้เหมสมก้บการอ่าน และม้ควม น้บ้สนใจทงสยตท (Visual Appeal) เพ่อถ่ยทอควมร้ควมเช่ใจให้แก่ผู้ท้เกยวช้อก้บการใช้บรฎการด้นส่นเช่อเช่อช้อรดยนด้ ได้ทรบและเช่ใจง่ยช่น ถึงลทธและหน้ท้ในทงภษทนายก่อนและหลังท้ลฎญฐษेत्रีษेत्रช้อรดยนด้

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ธนาคกรควรปร้บปร้จ Sales Sheet ให้เป็นภษท้ที่ส้สามารถเช่ใจได้ง่ยช่น ออกแบบให้ม้ควมช้ดเจน อ่าน ง่ย ล้ส่นและการออกแบบท้สยวงม่น้บ้ค้กษ

5.1.2 การวิจัยในอนาคต น้ล้อท้ได้ท้ปร้บปร้จเรยบร้อยแล้ว น้ไปให้ผู้ท้เกยวช้อก้บการใช้บรฎการด้นส่นเช่อ เช่อช้อรดยนด้ น้ว่จะ เป็น เจ้หน้ท้ด้นส่นเช่อเช่อช้อรดยนด้ ตัวแทนเจ้หน้บรดยนด้ ลฎค้ำท้ใช้บรฎการด้นส่นเช่อเช่อช้อรดยนด้ รวมถึงน้กฏทนาย น้กวิชการ ได้ค้กษ ทดลองใช้ง่น และล้รจควมค้ดเห็น ข้อเสนอแนะ เพ่อน้ไปสู่การพัฒนาท้ เหมสมต้อไป

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 น้ล้อข้อมูลการตระหน้ก้กฏทนายรฎรฎกษेत्रีษेत्रของลฎกค้ำ ไปเป็นแนวทงให้แก่ธนาคกรและหน้วงม่น้บ้ เกยวช้อ ในกรพัฒนาออกแบบล้อให้เป็นภษท้ที่เช่ใจง่ย ม้ขนาดตัวอักษรเหมสมก้บการอ่านม้ควม น้บ้สนใจทงสยตท (Visual Appeal) ต้อไป

5.2.2 เป็นแนวทงการพัฒนาวิธีการล้อสรควมร้ควมเช่ใจภษทนายเช่อช้อรดยนด้ เพ่อถ่ยทอให้แก่ประชชน หรือผู้ท้เกยวช้อก้บการใช้บรฎการด้นส่นเช่อเช่อช้อรดยนด้ ได้ทรบและเช่ใจถึงลทธหน้ท้ในทงภษทนายก่อนและหลังท้ ลฎญฐษेत्रีษेत्रช้อรดยนด้ม้ก้ช่น

6. สรุปผลการวิจัย

การศ้กษการตระหน้ก้กฏทนายรฎรฎกษेत्रีษेत्रของลฎกค้ำท้ใช้บรฎการด้นส่นเช่อเช่อช้อรดยนด้ก้บธนาคกร ช่นน้บ้ จ้งทว็ดเชยงท้บ พบว่ลฎกค้ำท้ใช้บรฎการด้นส่นเช่อเช่อช้อรดยนด้ส่วน้ใหญ่ ม้ควมตระหน้ก้เกยวท้บกฏทนายเช่อช้อรดยนด้ด้บ บ้ใหม่ เนื่องจกรธนาคกรช่นน้บ้จ้ดเตรยม Sales Sheet และ QR Code ให้ลฎกค้ำได้สแกนเพ่อรับฟังและดูภพเคล่อนท้บวท้อธิบาย เกยวท้บการท้ลฎญฐษेत्रีษेत्रช้อรดยนด้ เพ่อให้ลฎกค้ำได้ท้ควมเช่ใจก่อนท้ลฎญฐษेत्रีษेत्र และพบว่ควมส้ใจและปรสบการณ้กร ท้งนของลฎกค้ำม้ผลต้อการตระหน้ก้กฏทนาย โดยลฎกค้ำท้ม้ควมส้ใจและมีปรสบการณ้กรท้งนนาน จ้งนวงม่น้บ้ช้ระ ม้ ค้ควมตระหน้ก้กฏทนายท้สูงกว่ลฎกค้ำท้ม้ควมส้ใจและปรสบการณ้กรท้งนน้อย เนื่องจกรควมส้ใจและ ปรสบการณ้จกรท้งนนาน ก้อให้เกิดการเรยบร้อยและเห็นค่นค้ของภษทนายว่ม้ควมส้ใจ สำร้งควมเป็นธรรมและ ร้กษผลปรโยชน้ให้แก่ลฎกค้ำ ท้ให้ลฎกค้ำเกิดควมส้ใจในการอ่านและศ้กษล้อภพทนายต้ง ๆ ให้ค้ก่อนท้ลฎญฐษेत्रีษेत्र เช่น การ อ่าน Sales Sheet หรือสแกน QR Code เพ่อดูและรับฟังล้ออธิบายล้อควมร้ควมเช่ใจเกยวท้บการท้ลฎญฐษेत्रีษेत्रช้อรดยนด้ ท้ธนาคกรช่นน้บ้ จ้ดเตรยมไว้ให้ เป็นด้น ส้งผลให้เกิดการตระหน้ก้ในลฎกค้ำแต่ละบคค

ถึงแม้ว่ลฎกค้ำส่วน้ใหญ่ม้ควมตระหน้ก้เกยวท้บกฏทนาย แต่พบว่ย้งม้ลฎกค้ำบงส่วน้ท้ทรบแต่ไม่ค้อยเช่ใจ และ บงส่วน้ไม่ทรบภษทนายในปรเด้นต้งๆ เนื่องจกรภษทนายม้โครงสร้งปรโยคท้ช้บช้อนและใช้ค้ท้เฉพาะทง ท้ให้ ลฎกค้ำส่วน้ใหญ่ ร้อยละ 99 เห็นควรให้ม้การพัฒนาล้อการให้ควมร้ควมเช่ใจเกยวท้บกฏทนายเช่อช้อรดยนด้ ให้เป็นภษท้ที่ ส้สามารถเช่ใจได้ง่ยกว่ภษทนาย ซึ่งสอค้ล้องก้บผลกรศ้กษจกรการสนทนากลุ่ม จ้งนวง 6 ท้น ต้งม้ควมค้ดเห็นท้ ตรงก้นว่ภษทนายเช่ใจยาก ตัวอักษรใน Sales Sheet ม้ขนาดเล้กม้ก้ท้ให้อ่านล้บาก และลฎกค้ำบงคนน้บ้เวลท้จ้จะ

สแกน QR Code เพื่อรับฟังสื่อให้ความรู้ จึงเห็นควรมีการปรับปรุงพัฒนาสื่อการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ ให้เป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น ออกแบบขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมกับการอ่าน และมีความน่าสนใจทางสายตา (Visual Appeal) รวมถึงการให้ความรู้กรณีศึกษา คำพิพากษาฎีกาจากคดีความสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ต่างๆ เพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ในทางกฎหมายก่อนและหลังทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ รวมถึงประชาชนทั่วไปให้เกิดตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายเช่าซื้อรถยนต์ฉบับใหม่นี้ได้ง่ายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรุงศรี ออโต้. (2567). ผลการดำเนินงานกรุงศรี ออโต้ ปี 2566. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). ค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2567, จาก <https://www.krungsriauto.com/auto/news-and-activities/ka-news/Krungsri-Auto-Business-Performance-2023.html> /ผลการดำเนินงาน

กลุ่มสถิติการขนส่ง. (2566). ข้อมูลสถิติวิเคราะห์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. กองแผนงานกรมการขนส่ง.

ดำรงศักดิ์ ณ ระนอง. (2565). กฎหมายเกี่ยวกับการเงินธุรกิจ. รายวิชา 3400773. คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทงศักดิ์ ประสบกิตติคุณ. (2534). การประเมินค่าความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดตราด [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนาคารเกียรตินาคินภัทร. (2565). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565. ค้นเมื่อ 31 ธันวาคม 2565,

จาก <https://kkp.listedcompany.com/misc/flipbook/index.html?id=265992>/แบบแสดงรายการ

บริษัทหลักทรัพย์ซึ่งจำกัด. (2565). สินเชื่อคืออะไร. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2565. จาก <https://luckyleasing.co.th/knowledge-detail/knl0000013>.

ประกาศจากคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565. (12 ตุลาคม 2565). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 245 หน้า 26-32.

พรธิดา จันทราช. (2563). การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้ากลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่ 25) พ.ศ. 2568. (10 มีนาคม 2568). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 142 ตอน 14 ก หน้า 1-3.

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540. (16 พฤศจิกายน 2540). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 114 ตอน 72 ก หน้า 32-36.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. (4 พฤษภาคม 2522). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 96 ตอน 72 หน้า 20-47.

วสันต์ ปราชญ์ศิลป์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA): กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่สำนักงานข่าวกรองแห่งชาติ. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิริภัสสรณ์ งามอาจ. (2559). ปัญหาการตีความและผลบังคับตามกฎหมายของข้อตกลงเกี่ยวกับกำหนดค่าเสียหายในสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ [วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). สคบ. คุ้มครองสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ ปี 66 มุ่งคุ้มครองผู้บริโภค จับตาการปรับตัวของธุรกิจ. ค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2565. จาก www.kasikornresearch.com

- สาธิต สุทธิปัญญา. (2566). *เครดิตบูโร ห่วง 'GEN-Y' ก่อหนี้รถยนต์พุ่ง พบเสี่ยงงวดมากที่สุด เสี่ยงเป็น NLP*. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2566. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1072631>
- สุวจณี จิวะวิไลกาญจน์. (2564). *การตระหนักรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในภาคธุรกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. หนังสือพิมพ์รายวันทันหุ้น. (22 พฤศจิกายน 2565). *ลีสซิ่งกสิกรไทย" ประกาศใช้สัญญาเช่าใหม่ตามสคบ. มีผล 22 พ.ย.* <https://thunhoon.com/article/264055>
- อนุสรณ์ กาลดิษฐ์. (2548). *การศึกษาความรู้และความตระหนักของนักศึกษาที่มีต่อปัญหา สิ่งแวดล้อมในห้องปฏิบัติการวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัจฉรา โยมสินธุ์. (2555). *365+1 คำศัพท์การเงินและการลงทุน. (พิมพ์ครั้งที่1)*. สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- Breckler, Robert L. (1986). *The Social Work Dictation*. 3 rd. Washington, D.C.: NASW Press, 45.
- Carden, J., Jones, R. J., & Passmore, J. (2022). Defining self-awareness in the context of adult development: A systematic literature review. *Journal of Management Education*, 46(1), 140–177



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

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์
เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความ
โดยตรง

นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ

วารสารการบัญชีและการจัดการประสงค์จะรับบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความหนังสือทั้ง
ภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ วัตถุประสงค์บทความต้องการนำเสนอ
บทความที่มีคุณภาพที่สามารถแสดงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เพื่อที่จะให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์
ความรู้ใหม่ และประโยชน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้นบทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์
จะต้องผ่านการพิจารณากลับกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องและจะต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึง
คุณภาพทางด้านวิชาการและประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตของวารสารการบัญชีและการจัดการจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาค
หรือจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ ต่อไปนี้ เช่น

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

การจัดเตรียมต้นฉบับ (Manuscript Preparation)

ต้นฉบับที่ส่งมายังบรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการต้องประกอบด้วยบทความต้นฉบับ จำนวน 3
ชุด และแผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีที่บรรจุข้อมูลต้นฉบับ 1 แผ่น ระบุชื่อบทความ และชื่อผู้เขียนกำกับไว้ที่แผ่นดิสเก็ตหรือ
แผ่นซีดีทุกแผ่น (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 ในกรณีต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้เขียนเขียนบทคัดย่อทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย ระบุคำสำคัญของเรื่อง (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

เนื้อหาของบทความ

ลำดับของการเขียนเนื้อหาบทความวิจัยเริ่มต้นจากบทนำ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) ความสำคัญของที่มาและปัญหาของงานวิจัย ภูมิหลังของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสมมุติฐานและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้เขียนไว้ในส่วนบทนำ วิธีการศึกษา ให้อธิบายไว้ในส่วนวิธีการศึกษา ผลการวิจัยหรือผลการทดลองต่างๆ ให้อธิบายไว้ในส่วนผลการศึกษา การวิเคราะห์เปรียบเทียบผล การศึกษากับงานของผู้อื่นให้เขียนไว้ในส่วนวิจารณ์ผลการศึกษา และการสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ให้เขียนไว้ในส่วนสรุปผลการวิจัย ผู้เขียนอาจมีหัวข้อย่อยในส่วนวิธีการศึกษา และ/หรือ ในส่วนผลการศึกษาได้แต่ไม่ควรมีจำนวนหัวข้อย่อยมากเกินไป

การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

1. การจัดรูปแบบบทความ

- 1.1 จัดหน้ากระดาษให้ได้ขนาด A4 โดยตั้งค่าน้ำกระดาษขอบบน 2.5 เซนติเมตร ขอบล่าง 2.5 เซนติเมตร ขอบซ้าย 3 เซนติเมตร และขอบขวา 2.5 เซนติเมตร ตั้งค่าแท็บ เริ่มต้นที่ 1.5 เซนติเมตร ตามด้วย 2 และ 2.5 ตามลำดับ
- 1.2 จัดบทความให้อยู่ในลักษณะเว้นบรรทัด single spaced
- 1.3 ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าตรงมุมขวา ด้านบนของหน้ากระดาษ A4

2. บทความภาษาอังกฤษ

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

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากรายชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวตรง และใส่เครื่องหมายดอกจันตรีใน 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 ให้ใส่เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างคำสำคัญแต่ละคำ

เนื้อหาในบทความ : หัวเรื่อง Introduction Materials and Methods Results Discussion and Conclusions Acknowledgements และ References ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับ คำอธิบายตารางหรือรูปภาพ ให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือ ตัวเลขที่นำเสนองานในรูปภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบาย เชิงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

3. บทความภาษาไทย

ชื่อเรื่อง : ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษรรวมเว้นวรรค ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากรายชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวปกติ และใส่เครื่องหมายดอกจันตรี ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (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 ตัวเลขที่นำเสนอนิรูปกรภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบาย ตารางให้ใช้ตัวอักษรขนาด 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)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยางค์แรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อ-สกุลผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทย์อุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทย์อุดมและ พยอม สิงเสนห์, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เครื่องหมาย จุลภาคตามด้วยปีที่พิมพ์ตามลำดับ (พยอม สิงเสนห์ และคณะ, 2548)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยางค์แรกของชื่อผู้แต่ง 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 ภวภานันท์. (2548). ธุรกิจสปาไทยนำก้าวไกลไปกว่านี้. 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., Hankins, G. V. D., et al.
(1997). *Williams obstetrics* (20th ed.). Stamford, CT : Appleton & Lange.

Edited book

Crapo, J. D., Glassroth, J., Karlinsky, J. B., & King, T. E., Jr. (Eds.). (2004). *Baum's textbook of pulmonary diseases* (7th ed.). Philadelphia : Lippincott Williams & Wilkins.

Chapter in an edited book

Alford, E. L. (2001). Midface lift. In B. J. Bailey, K. H. Calhoun, N. R. Friedman, S. D. Newlands, & J. T. Vrabec (Eds.), *Atlas of head & neck surgery-otolaryngology* (pp. 546-549). Philadelphia : Lippincott Williams & Wilkins.

Chapter in a volume in a series

Rooney, A. (1992). Community nursing care and quality. In M. Johnson (Ed.), *Series on nursing Administration : Vol. 3. The delivery of quality health care* (pp. 119-131). St. Louis, MO : Mosby-Year Book.

Book Reviews

Baumeister, R. F. (1993). Exposing the self-knowledge myth [Review of the book *The self-knower : A hero under control*]. *Contemporary Psychology*, 38, 466-467.

Research Reports

Knodel, J., Saengtienchai, C., Im-em, W., & VanLandingham, M. (2000). The impact of Thailand's AIDS epidemic on older persons : Quantitative evidence from a survey of key informants. *Institute of Population and Social Research*, Publication No. 252. Nakorn Pathom, Thailand : Institute for Population and Social Research Mahidol University, Salaya Campus.

Unpublished Doctoral Dissertation or Thesis

Pannarunothai, S. (1993). *Equity in health: The need for and the use of public and private health services in an urban area in Thailand*. Unpublished doctoral dissertation, University of London.

Varitsakul, R. (2001). *The effectiveness of self-care participation promotion program on perceived self-care efficacy, disease control, and satisfaction of health care service in essential hypertensive patients*. Thesis, Mahidol University.

Conference Publication

Crespo, C. T. (1998, March). *Update on national data on asthma*. Paper presented at the meeting of the National Asthma Education and Prevention Program, Leesburg, VA.

Ortiz-lopez, A., Rebez, C., Ort, D., & Whitmarsh. (2001, July). *The green seed problem in canola*. Paper presented at the conference on American Society of Plant Physiologists [ASPP] : Plant Biology 2000, California.

Government Publication

National Institute of Mental Health. (1998). *Priorities for prevention research* (NIH Publication No. 98-4321). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Electronic Source :

Journal online article

Macia, E., Paris, S., & Chabre, M. (2001). Binding of the PH and polybasic c-terminal domains of ARNO to phosphoinositides and to acidic lipids. *Biochemistry*, 40, 1496. Retrieved May 19, 2004, from <http://pubs.acs.org/cgi-bin/article.cgi/bichaw/2001/40/i05/pdf/bi005123a.pdf>.

Journal article, retrieved from database

Borman, W. C., Hanson, M. A., Oppler, S. H., Pulakos, E. D., & White, L. A. (1993). Role of early supervisory experience in supervisor performance. *Journal of Applied Psychology*, 78, 443-449. Retrieved October 23, 2000, from PsycARTICLES database.

Book

Bryant, P. J. (2002). *Biodiversity and conservation*. Retrieved May 18, 2004, from <http://darwin.bio.uci.edu/~sustain/bio65/Titlepage.htm>.

Abstract

Ghose, A. K. (2004, March). Global inequality and international trade. *Cambridge Journal of Economics*, 28, 229-252. Abstract retrieved May 18, 2004, from <http://cje.oupjournals.org/content/abstract/28/2/229>.

Daily newspaper

Czaja, G. (2004, February 6). Duke hopes senior day brings out best in team. *The Chronicle*. Retrieved May 18, 2004, from <http://www.chronicle.duke.edu/vnews/display.v/ART/2004/02/06/>.

Web sites, no author

New child vaccine gets funding boost. (2001). Retrieved March 21, 2001, from http://news.ninemsn.com.au/health/story_13178.asp.

ชื่อเรื่องภาษาไทย (Cordia New 18 pt. หน้า)
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (Cordia New 18 pt. หน้า)

ชื่อ-สกุลภาษาไทย.....*² และ.....³

(Cordia New 14 pt. ปกติ)

บทคัดย่อ (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

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

Abstract (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

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

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

1. บทนำ (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

รูปภาพประกอบ 1 (Cordia New 14 pt. หน้า)

โมเดลของ.....

อธิบายตัวแปรแต่ละตัว ภายใต้โมเดลต่อด้วยสมมุติฐาน 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)
 ปริทัศน์ (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