

SUTHIPARITHAT JOURNAL



วารสารสุทธิปริทัศน์

ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2565

(THAI - JOURNAL CITATION INDEX CENTER: TCI 2)

ISSN 2730-2717 (online)

ISSN 2730-2709 (print)

VOL 36 NO.3 July - September 2022



dpujournal@dpu.ac.th



[/suthiparithat](https://www.facebook.com/suthiparithat)



www.dpu.ac.th/dpurc/journal



วารสารสุทธิปริทัศน์

SUTHIPARITHAT JOURNAL

ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๓ กรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๕
Volume 36 Number 3 July - September 2022

ISSN 2730-2717 (Online)

ISSN 2730-2709 (Print)

<http://www.dpu.ac.th/duprc/journal>

วารสารสุทธิปริทัศน์ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจาก
ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย กลุ่มที่ 2 (Thai - Journal Citation Index Center: TCI 2)
ประกาศ ณ วันที่ 10 มกราคม 2563

เจ้าของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร. 02-954-7300 (อัตโนมัติ 30 หมายเลข) ต่อ 646
Dhurakij Pundit University 110/1-4 Prachachen Road Laksi, Bangkok 10210
Telephone 02-954-7300 (Automatic 30 Number) # 646

คณะที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ สินลารัตน์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
	รองศาสตราจารย์ ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
	รองศาสตราจารย์ ดร.นิตย เพ็ชรรักษ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
	คณบดีทุกคณะ/วิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บรรณาธิการ	ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พุดมกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
-------------------	--------------------------	-------------------------

กองบรรณาธิการบุคคลภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริวัศมี	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญจนา ลิขิตตันศิริกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปริยา วิบูลย์เศรษฐ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองสิน วิเศษศิริ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภา ปิตินันต์	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริ บวรกิตติ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา คณะสุวรรณ	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี เหล่าพัดจัน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ดร.พุมวิทย์ บุญนา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ดร.สินาด ตรีวรรณไชย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ทัศนะข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารสุทธิปริทัศน์ เป็นทัศนะวิจารณ์อิสระทางคณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยกับทัศนะ
ข้อคิดเห็นเหล่านั้นแต่ประการใด ลิขสิทธิ์บทความของผู้เขียนและวารสารสุทธิปริทัศน์ และได้รับการสงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย
The View Expressed in each Article are Solely those of Author(s).

กองบรรณาธิการบุคคลภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา จิตรน้อมรัตน์
รองศาสตราจารย์ ดร.นิตย์ เพ็ชรรักษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล
รองศาสตราจารย์ ฟินิจ ทิพย์มณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทันทกานต์ ดวงรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิวัรัตน์ พิมลศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันนอร์ จะนุ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสรณ์ พงศ์ยี่หล้า

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

กองการจัดการ

ปัทมพร โพนโส
สุตารัตน์ ชำภักตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ออกแบบรูปเล่ม/จัดหน้า

ทัตพิชา บุญคล้าย

กำหนดออก

ราย 3 เดือน ฉบับละ 550 บาท

E-mail: dpujournal@dpu.ac.th

จัดจำหน่าย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

โทร. 02-954-7300 ต่อ 415

พิมพ์ที่

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

โทร. 02-954-7300 ต่อ 136

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์
ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริวิทย์
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ลิขิตตันศิริกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ชาติไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวิ บุญลือ
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรกรณ์ ศิริประกอบ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียา วิบูลย์เศรษฐ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม
รองศาสตราจารย์ ดร.มาพะ ขิตตะสังคะ
รองศาสตราจารย์ ดร.เริงชัย ต้นสุชาติ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัศกดิ์ สุนทรไชย
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัฒน์ พุกเจริญ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยนเรศวร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก (ต่อ)

รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ

รองศาสตราจารย์ วิรัช สงวนวงศ์วาน

รองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย

รองศาสตราจารย์ ศิริพร ลัจจานันท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรศุทธิ์ ขอฟงกลาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานดา บุญโสธรสถิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตศร เทอดเผ่าพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภีรานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุพล ยงศร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวรรณ ปลั่งพงษ์พันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชานนท์ โกมุกพุดมพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ต่อพงศ์ กิตติยานุพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ฤกษ์เจริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนศักดิ์ สายจำปา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนิตย์ จันทร์จรัส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนันท์ ศุภศิริพงษ์ชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน ไส้ตรูไกล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยจิรา ชีรเวทย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา กองจันทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองสิน วิเศษศิริ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลอย สืบวิเศษ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภา ปิตัสันต์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรุณา ไบโล่วส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาตาลักษณ์ เสรมะธากุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธพล วิเชียรอินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริ บวรกิตติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แววตา เตชาทวีวรรณ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยรังสิต

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยพะเยา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

พระนครเหนือ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา คณะสุวรรณ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลิทธิ วงศ์ทองคำ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี เหล่าพัตจัน
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไสว พักขาว
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อสมมา คัมภีรานนท์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศศกร ไชยพงษ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกบุญ วงศ์สวัสดิ์กุล
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถพล อนันตวรสกุล
 ดร.กัลยา ขาวบ้านแพ้ว
 ดร.จินตนิย ไพโรสณฑ์
 ดร.ประสิทธิ์ เขียวศรี

ดร.พัฒนวิทย์ บุณนาค
 ดร.ม.ล. กุณฑลรัตน์ ทวีวงศ์
 ดร.มานิต บุญประเสริฐ
 ดร.ละเอียด ศิลาน้อย
 ดร.วนิดา พลเดช
 ดร.วินัย หอมสมบัติ
 ดร.วิมลลา ผ่องแผ้ว
 ดร.สมปรารถนา รัตนกุล
 ดร.สัตยะพล สัจจะเดชะ
 ดร.ลินาต ตริวรรรณไชย
 ดร.สุขยีน เทพทอง
 ดร.สุเทพ นิมสหาย
 ดร.เอกพงศ์ กิตติสาร
 Asst.Prof.Dr. Harald A. Kraus

มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และ
บุคลากรทางการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยศิลปากร
สมาคมทรัพย์สินทางปัญญาแห่งประเทศไทย
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (อาจารย์พิเศษ)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.กล้า ทองขาว
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริภัสสรศรี วงศ์ทองดี
รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย บุญประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ พินิจ ทิพย์มณี
รองศาสตราจารย์ พิพัฒน์ ไทยอารี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรภิรมย์ โกมลารขุน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จัญญา ปานเจริญ

[illegible]

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายใน (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิฏฐิรัตน์ พิมลศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินสุดา ลีธีรวัชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลีลา เตีย่งสูงเนิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัยพร รัตนเศรษฐ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิลาวัลย์ อินทร์ชำนาญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธีรา นิมิตรนิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสรณ์ พงศ์ยี่หล้า

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี ทองेम

ดร.จิราพร ชมสวน

ดร.พงษ์ภิญโญ แม่นโกศล

ดร.พสุธิดา ตันตราจิณ

ดร.มนต์ ขอบเจริญ

ดร.รชฏ ขำบุญ

ดร.วาสนา วิสฤตภา

ดร.สุรวี คุนาลัย

ดร.อาทร จิตสุนทรชัยกุล

Mr. Stephen Cannell

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สารบัญ Contents

บทความวิชาการ

ผู้กระทำความผิดหลายคน: ศึกษากรณีผู้ใช้และผู้ถูกใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัว ที่กฎหมายกำหนด / PARTICIPATION: A CASE STUDY ON INSTIGATORS AND INSTIGATEDS LAKING THE PERSONAL QUALIFICATION THE LAW REQUIRED <i>กรรภิรมย์ โกมลารจุน</i> <i>Kanpirom Komalarajun</i>	1
---	---

บทความวิจัย

กระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร / THE PURCHASING DECISION PROCESS EFFECTING TRUST IN ATTENDING THE MUSIC FESTIVAL OF ADOLESCENTS IN BANGKOK <i>ธรรมยุทธิ์ จันทรทิพย์</i> <i>Thamayut Jantip</i> <i>พรพรหม ชมงาม</i> <i>Pornprom Chomngam</i>	24
---	----

การค้าชายแดนด้านสิงขรกับการพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเศรษฐกิจไทย / SINGKHON BORDER TRADE AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE AND THE THAI ECONOMY <i>อรวรรณ นักปราชญ์</i> <i>Orawan Nugprachaya</i>	43
--	----

สารบัญ Contents

การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์ สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาบริษัท XYZ / BUSINESS INTELLIGENCE DEVELOPMENT TO SUPPORTING LOGISTICS MANAGEMENT FOR SMES: A CASE STUDY OF XYZ COMPANY	65
---	----

คุณากร วิวัฒนากรวงศ์

Kunakorn Wiwattanakornwong

วริศ ลิ้มลาวัลย์

Varis Limlawan

ศิริตัน แจ่มรักษ์สกุล

Sirat Jangruksakul

รชฏ ขำบุญ

Rachata Khumboon

ธนรัตน์ บาลทิพย์

Tanarat Banthip

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย / THE RELATIONSHIP BETWEEN CREDIT FACTORS AND PROFITABILITY IN THE COVID-19 SITUATION OF COMMERCIAL BANKS LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND	83
--	----

ปนัดดา วงษ์ศิริ

Panadda Wongsiri

เปรมารัช วิลาลัย

Premarat Vilalai

อริสรา ธาเนรานนท์

Arisara Thaneerananon

สารบัญ Contents

ความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ /	100
--	-----

AUDIT RISK AND EARNINGS MANAGEMENT OF COMPANIES LISTED ON THE MARKET FOR ALTERNATIVE INVESTMENT (MAI)

อรณัชชา อุไรเวศ

Onnatcha Uraived

เปรมารัช วิลาลัย

Premarat Vilalai

อริสรา ธาเนียรณานนท์

Arisara Thaneerananon

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ /	117
--	-----

GUIDELINES FOR LEADERSHIP DEVELOPMENT FOR FIRST-LINE MANAGERS OF XYZ STATE ENTERPRISE

เกตศิรินทร์ กาญจนกังวาลกุล

Katesirin Kanchanakangwankul

วิเชศ คำบุญรัตน์

Wichet Khambunrat

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อ	133
---	-----

IN BANGKOK / SERVICE MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING THE BUYERS DECISIONS FOR GAMING GEARS PRODUCT IN BANGKOK

จักริน เวียนบุญนาค

Jakrin Weanboonnark

สายพิณ ปั่นทอง

Saiphin Panthong

สารบัญ Contents

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า อุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร / SERVICE MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING THE BUYERS DECISIONS FOR GAMING GEARS PRODUCT IN BANGKOK จักรพงษ์ จักรจิต Jakapong Chakchit สายพิน บั่นทอง Saiphin Panthong	152
ผลกระทบของการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของ สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 / EFFECTS OF REMOTE AUDITING USAGE ON THE AUDIT EFFECTIVENESS OF THE CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANT OF THAILAND IN THE EPIDEMIC CORONA VIRUS 2019 SITUATIONS อัญชา เหมวงศ์กุล Anchana Hemwongkul	171
อิทธิพลของการติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย / THE INFLUENCES OF SOCIAL MEDIA ADDICTION ON MENTAL HEALTH STATUS AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN THAILAND ปริยานุช วุฒิ ชูประดิษฐ์ Priyanut Wutti Chupradit สุภัทร ชูประดิษฐ์ Supat Chupradit	188

สารบัญ Contents

อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี / 208

INFLUENCE OF SOCIAL RESPONSIBILITY AND CORPORATE IMAGE
AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION OF SERVICE USERS OF A STATE
ENTERPRISE AGENCY IN SUPHANBURI PROVINCE

โสรยา สุภาพล

Soraya Supaphol

ลัดดาวัลย์ สำราญ

Laddawan Someran

อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ
ของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ / 226

INFLUENCE AFFECTING DECISION TO STUDY IN CORPORATE UNIVERSITY
OF STUDENTS IN THREE SOUTHERN BORDER PROVINCES

อิสมาแอ สะแม

Isma-ae Sa-mae

สายพิน ปั่นทอง

Saiphin Panthong

แนะนำหนังสือ

Poor Economics The Surprising Truth about Life on Less Than \$1 a Day 245

วราวุฒิ เรือนคำ

Warawut Ruankham

บทบรรณาธิการ

วารสารสุทธิปริทัศน์ มุ่งเน้นตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและบทความวิจัยจากบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจและนวัตกรรม วารสารได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 36 ปัจจุบันนับเป็นฉบับที่ 3 เดือนกรกฎาคม - กันยายน 2565 ทำการตีพิมพ์บทความวิจัยและบทความวิชาการ ที่มีความหลากหลายทางด้านธุรกิจและนวัตกรรมที่น่าติดตาม

หนังสืออ่านประจำฉบับนี้ได้แก่ Poor Economics The Surprising Truth about Life on Less Than \$1 a Day ผลงานจากนักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบล หนังสือเล่มนี้ถือเป็นหนังสือจำนวนน้อยที่ให้ความสำคัญกับมุมมองและวิถีคิดของคนที่ใช้ชีวิตอยู่ภายใต้เส้นความยากจน (1\$ ต่อวัน) โดยหนังสือเล่มนี้ได้ไขภาพ “มายาคติ” ที่คนน้อยคนเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ชีวิต การตัดสินใจ การใช้จ่ายเงิน ภายใต้เส้นความยากจน อาทิเช่น ทำไมผู้ชายในโมร็อกโกที่ไม่มีเงินเพียงพอต่อการใช้ชีวิตประจำวันนำไปซื้อโทรศัพท์ทั้ง ๆ ที่จะเดือดร้อน ทำไมคนยากจนที่สุดในอินเดียจึงใช้เงินแทนซื้อขนมหวานแทนที่จะนำไปซื้ออาหาร รวมถึงฉายภาพทำไมคนจนถึงเป็นหนี้ ทำไมคนจนถึงถูกมองว่าเป็น irrational agent ในทางเศรษฐศาสตร์ ทำไมคนจนถึงไม่ประสบความสำเร็จ และอีกหลากหลายมายาคติที่คนในสังคมตีตราคนจนในมุมต่าง ๆ ด้วยความไม่เข้าใจอย่างถ่องแท้

วารสารสุทธิปริทัศน์ยึดมั่นที่จะตีพิมพ์บทความที่หลากหลายเช่นเดิม และได้รวบรวมบทความต่าง ๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์วารสารสุทธิปริทัศน์อย่างเต็มรูปแบบ ผู้อ่านและผู้สนใจสามารถมาค้นคว้า สืบค้นหาความรู้เพิ่มเติมได้ภายหลัง ขอท่านผู้อ่านจงประสบความสำเร็จ สุข ความเจริญก้าวหน้า สืบไป

ดร. ภูมิพัฒน์ พงศ์พุดมกุล

บรรณาธิการและผู้เชี่ยวชาญพิเศษ

อาจารย์ประจำวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

ผู้กระทำความผิดหลายคน: ศึกษากรณีผู้ใช้และผู้ถูกใช้ ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด

PARTICIPATION: A CASE STUDY ON INSTIGATORS AND INSTIGATEDS LAKING THE PERSONAL QUALIFICATION THE LAW REQUIRED

Received: 26 August, 2020

Revised: 11 March, 2022

Accepted: 15 June, 2022

กรรภิรมย์ โกมลารจุน*

Kanpirom Komalarajun*

* Dr.iur. (University of Bonn, Germany) และผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิติศาสตร์ปริดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* Dr.iur., (University of Bonn, Germany), Assistant Professor, Pridi Banomyong Faculty of Law, Dhurakij Pundit University

* Email: kanpirom.kon@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

ในการกระทำความผิดอาญาครั้งหนึ่ง ๆ ที่มีผู้เข้าร่วมในการกระทำความผิดหลายคน แต่ละคนเข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดมากน้อยแตกต่างกัน โทษของแต่ละคนจึงแตกต่างกันไปด้วย หากเป็นตุลาการตามมาตรา 83 ต้องระวางโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้สำหรับการกระทำนั้น หรือเป็นผู้ใช้ตามมาตรา 84 ซึ่งกฎหมายกำหนดให้รับโทษเสมือนตุลาการ หรือเป็นผู้สนับสนุนการกระทำความผิดของผู้อื่นตามมาตรา 86 ซึ่งกฎหมายกำหนดให้รับโทษสองในสามของโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดที่สนับสนุนนั้น

อย่างไรก็ตาม มีประเด็นปัญหาที่ควรศึกษาในฐานความผิดที่กฎหมายกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด เช่น มาตรา 161 ความผิดฐานเจ้าพนักงานปลอมเอกสาร หรือ มาตรา 157 ความผิดฐานเจ้าพนักงานปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบหรือโดยทุจริต บุคคลที่ไม่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวดังกล่าวย่อมไม่อาจเป็นผู้กระทำความผิดหรือเข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดได้ บุคคลนั้นจึงมีความรับผิดชอบเพียงในฐานะผู้สนับสนุนเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่บุคคลธรรมดาใช้เจ้าพนักงานให้ไปปลอมเอกสาร เจ้าพนักงานย่อมมีความผิดตามมาตรา 161 ในฐานะผู้กระทำความผิด ส่วนคนธรรมดาจะเป็นผู้ใช้ในความผิดตามมาตรา 161 ไม่ได้ เพราะคนธรรมดาเป็นตุลาการไม่ได้ คนธรรมดาจึงผิดได้แค่เป็นผู้สนับสนุนในความผิดฐานเจ้าพนักงานปลอมเอกสารตามมาตรา 161 ประกอบมาตรา 86 เท่านั้น (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2079/2536) ในทางกลับกัน เจ้าพนักงานใช้ให้คนธรรมดาปลอมเอกสาร คนธรรมดาไม่อาจมีความผิดตามมาตรา 161 ได้เพราะขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด จึงผิดได้แต่เพียงความผิดฐาน (คนธรรมดา) ปลอมเอกสารสิทธิ มาตรา 265 เจ้าพนักงานผู้ใช้จึงผิดเพียงแค่ว่าใช้ให้คนธรรมดาปลอมเอกสารตามมาตรา 265 ประกอบมาตรา 84 เท่านั้น (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2907/2526)

คำสำคัญ: ผู้กระทำความผิดหลายคน ตุลาการ ผู้ใช้ ผู้สนับสนุน คุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด

Abstract

In committing a criminal offence in which there are more than one participant, each participant contributes in the offence differently, the criminal sanction among them is different. The principal according to Article 83 shall be punished as provided by the law for such offence. An Instigator according to Article 84 shall be punished as a principle. A supporter according to Article 86 shall be punished by two-thirds of the punishment as provided for such offence.

However, there is one problem required further discussion: In an offence in which the law required a personal qualification, for example Article 161 Forging documents by an official or Article 157 Corruption by an official, a person, who does not have the personal qualification the law required cannot be an offender or a participant, will be liable only as a supporter. For example, a normal person instigates an official to forge an official document. The official is liable for Article 161 as an offender. The general person cannot be liable as an instigator for Article 161 because he cannot be a principle, so he can be liable only as a supporter. (2079/2536) On the other hand, an official instigates a normal person to forge a document. The normal person cannot be liable for Article 161 because he lacks the personal qualification the law required, so he can be liable only for Article 265 Forging documents. The instigating official can be liable only instigating a normal person to forge the document. (2907/2526)

Keywords: Participation, Principle, Instigator, Supporter, Personal Qualification

1. บทนำ

ในการกระทำความผิดอาญาครั้งหนึ่ง ๆ ที่มีผู้เข้าร่วมร่วมในการกระทำความผิดหลาย คน แต่ละคนเข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดมากน้อยแตกต่างกัน โทษของแต่ละคนจึงแตกต่างกันไปด้วย กล่าวคือ ผู้ที่ได้ร่วมกระทำความผิดด้วยกันนั้นเป็นตัวการ มาตรา 83 ประมวลกฎหมายอาญา ให้ลงโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้สำหรับการกระทำนั้น กรณีที่การกระทำความผิดเกิดจากผู้ใดคนหนึ่ง มีผู้ก่อให้ผู้อื่นกระทำความผิด มาตรา 84¹ กำหนดให้ผู้รับโทษเสมือนตัวการ การกระทำความผิดอาญาบางครั้งอาจมีผู้สนับสนุนคอยช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกให้ผู้อื่นกระทำความผิด มาตรา 86 ก็บัญญัติให้ผู้สนับสนุนระวางโทษสองในสามของโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดที่สนับสนุนนั้น

อย่างไรก็ตาม ฐานความผิดที่กฎหมายกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น มาตรา 161 ความผิดฐานเจ้าพนักงานปลอมเอกสาร หรือมาตรา 157 ความผิดฐานเจ้าพนักงานปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบหรือโดยทุจริต บุคคลที่ไม่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวดังกล่าวย่อมไม่อาจเป็นผู้กระทำความผิดหรือเข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดได้ บุคคลนั้นจึงมีความรับผิดชอบเพียงในฐานะผู้สนับสนุนเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่บุคคลที่ไม่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวใช้เจ้าพนักงานให้ไปปลอมเอกสาร เจ้าพนักงานย่อมมีความผิดตามมาตรา 161 ในฐานะผู้กระทำความผิด ส่วนคนธรรมดาจะเป็นผู้ใช้ในความผิดตามมาตรา 161 ไม่ได้ เพราะคนธรรมดาเป็น ตัวการไม่ได้ คนธรรมดาจึงผิดได้แค่เป็นผู้สนับสนุนในความผิดฐานเจ้าพนักงานปลอมเอกสารตาม มาตรา 161 ประกอบมาตรา 86 เท่านั้น (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2079/2536) ในทางกลับกัน เจ้าพนักงานใช้ให้คนธรรมดาปลอมเอกสาร คนธรรมดาไม่อาจมีความผิดตามมาตรา 161 ได้ เพราะขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด จึงผิดได้แต่เพียงความผิดฐาน (คนธรรมดา) ปลอมเอกสารสิทธิ มาตรา 265 เจ้าพนักงานผู้ใช้จึงผิดเพียงแค่ว่าใช้ให้คนธรรมดาปลอมเอกสารตาม มาตรา 265 ประกอบมาตรา 84 แต่การกระทำของเจ้าพนักงานก็เป็นความผิดฐาน 161 ด้วย เจ้าพนักงานจึงผิดมาตรา 161 อีกบทหนึ่ง (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2907/2526)

จะเห็นได้ว่า ในกรณีตัวอย่างแรก คนธรรมดาที่เป็นผู้ใช้กลับได้รับโทษเพียงในฐานะผู้สนับสนุน ส่วนกรณีตัวอย่างหลัง ก็มีปัญหาวนสงสัยว่าเจ้าพนักงานเปิดโอกาสให้คนธรรมดาที่ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวกระทำความผิด ถือว่าเจ้าพนักงานกระทำความผิดด้วยตนเองหรือไม่ สถานการณ์ปัญหาเช่นนี้ทำให้เกิดความน่าสนใจที่จะศึกษาและค้นคว้าหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม รวมถึงหลักกฎหมายของต่างประเทศ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงหลักกฎหมายของประเทศไทยในเรื่องดังกล่าวให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น

¹ หากไม่ใช่ชื่อกฎหมาย หมายถึง ประมวลกฎหมายอาญาของไทย.

2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการกระทำความผิด

2.1 รูปแบบของการมีส่วนร่วมในการกระทำความผิด

ประมวลกฎหมายอาญาของไทยแบ่งแยกประเภทของการมีส่วนร่วมในการกระทำความผิด (Beteiligung) เอาไว้ 3 ประเภท ได้แก่ ตัวการ (มาตรา 83) ผู้ใช้ (มาตรา 84) และผู้สนับสนุน (มาตรา 86) ระบบเช่นนี้ถูกเรียกขานกันว่า “ระบบผู้ร่วมกระทำความผิด” หรือ “ระบบผู้ร่วมกระทำความผิดแบบทวี” (Dualistisches Beteiligungssystem) ซึ่งเป็นระบบที่แบ่งแยกความแตกต่างระหว่างผู้กระทำความผิด (Täterschaft) กับผู้ร่วมกระทำความผิด (Teilnehme) โดยผู้กระทำความผิดก็แบ่งแยกออกเป็นผู้กระทำความผิดคนเดียว ผู้กระทำความผิดร่วม (ตัวการ) และผู้กระทำความผิดข้างเคียง ส่วนผู้ร่วมกระทำความผิดก็แบ่งแยกเป็นผู้ใช้และผู้สนับสนุน ผู้กระทำความผิดแต่ละรูปแบบต่างมีส่วนร่วมในการกระทำความผิดแตกต่างกันไปอันส่งผลต่อความรุนแรงของโทษที่จะลงแก่ผู้กระทำความผิดแต่ละประเภทด้วย²

ส่วนอีกระบบหนึ่ง เรียกว่า “ระบบผู้กระทำความผิดหนึ่งเดียว” (Einheitstäter) ซึ่งเป็นระบบที่เห็นว่าผู้มีส่วนร่วมในการกระทำความผิดทุกกรณีต่างเป็นผู้กระทำความผิดทั้งสิ้น โดยไม่ต้องคำนึงว่าการมีส่วนร่วมของบุคคลนั้นจะมีความหมายหรือความสำคัญต่อการกระทำทั้งหมดอย่างไร ระวังโทษที่จะลงแก่ผู้มีส่วนร่วมในการกระทำความผิดจึงเท่ากันทุกคน³

2.2 การแบ่งแยกผู้กระทำความผิดกับผู้ร่วมกระทำความผิดออกจากกัน

เมื่อประมวลกฎหมายอาญาของไทยใช้ระบบผู้ร่วมกระทำความผิดแบบทวี จึงมีความจำเป็นต้องแบ่งแยกผู้กระทำความผิด (Täterschaft) กับผู้ร่วมกระทำความผิด (Teilnehme) ออกจากกัน เพื่อพิจารณาความรับผิดชอบและกำหนดบทลงโทษให้ถูกต้องตามหลักกฎหมาย

การแบ่งแยกระหว่างผู้กระทำความผิดกับผู้ร่วมกระทำความผิดที่มักมีปัญหา ได้แก่ การแบ่งแยกระหว่างผู้กระทำความผิดโดยอ้อมกับผู้ใช้ และการแบ่งแยกระหว่างตัวการกับผู้สนับสนุน ระหว่างผู้กระทำความผิดโดยอ้อมกับผู้ใช้นั้น ทั้งสองต่างเป็นผู้เปิดโอกาสให้ผู้อื่นกระทำความผิดอาญา หากนายแดงกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดให้นายดำซึ่งเป็นผู้ป่วยทางจิตฆ่า นายขาว นายแดงอาจเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อม หรือเป็นเพียงผู้ให้หมายคำกระทำความผิดก็ได้ ระหว่างตัวการกับผู้สนับสนุนนั้น ทั้งสองต่างมีส่วนร่วมในการกระทำความผิด

² Kindhäuser/Zimmermann. (2019). Strafrecht Allgemeiner Teil (9. Aufl.). Baden-Baden, Nomos, §38, Rn.1-4; คณิต ณ นคร. (2560). กฎหมายอาญา ภาคทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน. น. 391; สุรสิทธิ์ แสงวิโรจน์พัฒน์. (2541). ผู้กระทำความผิดและการร่วมกระทำความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน. ดุลพาท, 45(3), น. 193.

³ Roxin. (2003). Strafrecht Allgemeiner Teil, Band II. München: C.H.Beck, §25, Rn.2; คณิต ณ นคร. เล่มเดิม. น. 393; สุรสิทธิ์ แสงวิโรจน์พัฒน์. เล่มเดิม. น. 193, 194.

การที่นายแดงขับรถให้นายดำไปยังธนาคารเพื่อปล้นธนาคาร ระหว่างการปล้น ก็คอยดูเส้นทางให้และยังขับรถพานายดำออกมาจากธนาคารเมื่อการปล้นสิ้นสุดลง นายแดงอาจเป็นตัวการในการกระทำความผิดของนายดำหรือเป็นผู้สนับสนุนก็ได้⁴

2.2.1 ทฤษฎีแบ่งแยกแบบอัตตะวิสัย

ทฤษฎีแบ่งแยกแบบอัตตะวิสัย (subjektive Theorie) เป็นทฤษฎีที่ฝ่ายศาลในเยอรมนียึดถือใช้อยู่มาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน ทฤษฎีนี้ยึดโยงอยู่กับความประสงค์ของผู้กระทำความผิดและประโยชน์ที่ผู้กระทำความผิดได้รับจากการกระทำความผิด กล่าวคือ ผู้กระทำความผิดคือบุคคลที่กระทำความผิดด้วยความประสงค์ว่าจะเป็นผู้กระทำความผิด (Täterwille) และต้องการให้ความผิดเป็นความผิดของตน ส่วนผู้ร่วมกระทำความผิดคือผู้ที่กระทำความผิดด้วยความประสงค์ว่าจะเป็นผู้ร่วมกระทำความผิด (Teilnahmewille) และต้องการก่อหรือสนับสนุนการกระทำความผิดโดยต้องการให้การกระทำความผิดดังกล่าวเป็นการกระทำของบุคคลอื่น⁵

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีแบ่งแยกแบบอัตตะวิสัยไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติมาตรา 25 วรรคแรก ท่อนแรก ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน (Strafgesetzbuch - StGB)⁶ และยังไม่สอดคล้องกับฐานความผิดอาญาหลายฐาน

ที่กำหนดให้การกระทำเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นก็เป็นความผิดอาญาได้⁷ ประมวลกฎหมายอาญาของไทยก็มีฐานความผิดลักษณะนี้เช่นกัน เช่น ความผิดฐานลักทรัพย์ ซึ่งทรัพย์ ปล้นทรัพย์ กรรโชกทรัพย์ ริดเอาทรัพย์ และฉ้อโกง เป็นต้น ดังนั้น ทฤษฎีแบ่งแยกแบบอัตตะวิสัยก็คงจะไม่สอดคล้องกับระบบกฎหมายอาญาไทยเช่นเดียวกัน

นอกจากนั้น ศาลสูงสุดแห่งอาณาจักร (Reichsgericht - RG) และศาลสูงสุดแห่งสหพันธ์ (Bundesgerichtshof - BGH) ในเยอรมนี เคยใช้ทฤษฎีนี้ตัดสินคดีความที่เกิดขึ้นในเยอรมนีแต่ถูกฝ่ายตำรวจวิพากษ์วิจารณ์มาก⁸ คดีแรกคือคดี Badewanne หรือคดีอ่างอาบน้ำ (RGSt 74, 85) ที่ตัดสินเมื่อปี ค.ศ. 1940 หญิงสาว

คนหนึ่งตั้งครุกับแฟนหนุ่มที่ชอบใช้กำลังทำร้ายเธอ เมื่อทารกคลอดออกมาแล้ว ในขณะที่น้องสาวของเธอกำลังอาบน้ำให้ทารกอยู่นั้น เธอได้บอกให้น้องสาวกดทารกให้จมน้ำตาย น้องสาวทำตาม ทารกถึงแก่ความตาย ศาล RG ตัดสินว่า น้องสาวกระทำความผิดฐานฆ่าผู้อื่นในฐานะผู้สนับสนุน เพราะน้องสาวมิได้กระทำความผิดด้วยความประสงค์ต้องการให้

⁴ Kühl. (2015). Strafrecht Allgemeiner Teil (8. Aufl.). München: Franz Vahlen, §20, Rn. 18-19.

⁵ Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §38, Rn.38; Otto. (1987). Täterschaft, Mittäterschaft, mittelbare Täterschaft,“ Jura, Heft 5. 246, 247; คณิต ฌ นคร. เล่มเดิม. น. 395-396; สุรสิทธิ์ แสงวีโรจน์พัฒน์. เล่มเดิม. น. 195.

⁶ “Whoever commit an offence themselves ... incurs a penalty as an offender.”

⁷ เช่น มาตรา 242 (ลักทรัพย์), 246 (ยักยอก) และ 263 (ฉ้อโกง) ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน เป็นต้น.

⁸ Herzberg. (1987). Täterschaft, Mittäterschaft und Akzessorietät der Teilnahme, ZStW, Heft 1, 49, 51.

ความผิดเป็นความผิดของตน เป็นเพียงผู้ช่วยเหลือการกระทำของแม่ของทารกเท่านั้น ส่วนแม่ของทารกเป็นผู้กระทำความผิดหลัก และคดีที่สองคือคดี Stashchynsky (BGHSt 18, 87) ที่ตัดสินเมื่อปี ค.ศ. 1962 Stashchynsky เป็นสายลับ KGB ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในเยอรมนี ได้ลอบฆ่านักการเมืองรัสเซีย 2 คนที่ลี้ภัยเข้ามาอยู่ในเยอรมนีตะวันตกด้วยปืนเคิลบยาพิชด้วยมือของตนเอง ศาล BGH ตัดสินให้ Stashchynsky รับโทษฐานเป็นผู้สนับสนุน โดยองค์กร KGB เป็นผู้กระทำความผิดหลัก

ตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษ 70 ศาล BGH จึงเริ่มละทิ้งแนวทางอัตตะวิสัยและหันมายอมรับทฤษฎีนายเหนือการกระทำ (Tatherrschaftslehre) มากขึ้นเรื่อย ๆ⁹

2.2.2 ทฤษฎีนายเหนือการกระทำ

ทฤษฎีนายเหนือการกระทำ (Tatherrschaftslehre) คือ ทฤษฎีที่อธิบายว่าผู้กระทำความผิดคือผู้ที่เป็นเจ้านายหรือเป็นผู้ควบคุมการกระทำความผิดในความหมายที่ว่ากระทำความผิดอยู่ในกำมือของเขา (In-den-händen-Halten) ผู้กระทำความผิดคือผู้ที่ควบคุมการกระทำความผิดผ่านการตัดสินใจของเขาในฐานะที่เขาเป็นจุดศูนย์กลางหรือเป็นกุญแจสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การเป็นนายเหนือของการกระทำความผิดสามารถสังเกตได้จากการเป็นผู้ควบคุมว่าจะกระทำความผิดหรือไม่ และเป็นผู้ควบคุมว่าจะกระทำความผิดอย่างไร¹⁰ ในกรณีผู้กระทำความผิดโดยตรง การเป็นนายเหนือการกระทำความผิดจึงหมายถึงการที่ผู้กระทำเป็นผู้ควบคุมการกระทำต่าง ๆ ของตนเอง (Handlungsherrschaft) ในกรณีผู้กระทำความผิดโดยอ้อม การเป็นนายเหนือการกระทำ หมายถึง การควบคุมผู้ที่ตกเป็นเครื่องมือของผู้กระทำความผิดโดยอาศัยความประสงค์ของผู้กระทำความผิด (Willensherrschaft) ในกรณีตัวการ การเป็นนายเหนือการกระทำปรากฏให้เห็นในลักษณะของการแบ่งหน้าที่กันทำ (funktionelle Tatherrschaft) โดยส่วนงานของตัวการทุกคนมีส่วนทำให้การกระทำความผิดสำเร็จลงได้ ส่วนกรณีผู้ร่วมกระทำความผิดนั้น หมายถึง ผู้ที่ก่อให้เกิดความผิดหรือสนับสนุนให้เกิดการกระทำความผิด และมีบทบาทเป็นเพียง “ตัวประกอบ” ที่ทำให้เกิดความผิดเกิดขึ้นเท่านั้น¹¹

ทฤษฎีแบ่งแยกผู้กระทำความผิดกับผู้ร่วมกระทำความผิดออกจากกัน ทั้งทฤษฎีแบ่งแยกแบบอัตตะวิสัยและทฤษฎีนายเหนือการกระทำความผิด ไม่อาจนำมาใช้กับความผิดที่ต้องทำเองเฉพาะตัวและความผิดที่ผู้กระทำต้องมีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวได้ ในความผิดดังกล่าวนี้ บุคคลที่กฎหมายไม่ประสงค์จะลงโทษและบุคคลที่ไม่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวย่อมเป็นได้เพียงผู้ร่วมกระทำความผิดเท่านั้น เป็นผู้กระทำความผิดไม่ได้¹²

⁹ Otto, op.cit., 249; Roxin, op.cit., §25, Rn.22.

¹⁰ Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §38, Rn.42; Roxin, op.cit., §25, Rn.27; สุรสิทธิ์ แสงวีโรจนพัฒน์. เล่มเดิม. น. 193, 195.

¹¹ Ibid, §38, Rn.42; Roxin, Ibid, §25, Rn.10-13; คณิต ญ นคร. เล่มเดิม. น. 396-398; สุรสิทธิ์ แสงวีโรจนพัฒน์. เล่มเดิม. น. 193, 195.

¹² Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §38, Rn.49-52.

2.3 การอยู่ในอาณัติของความผิด

ทั้งประมวลกฎหมายอาญาของไทยและของเยอรมนีวางหลักความรับผิดชอบของผู้ร่วมกระทำความผิด (ผู้ใช้และผู้สนับสนุน) อยู่บนความรับผิดชอบในความผิดหลัก (Haupttat) ของผู้กระทำความผิด¹³ กล่าวคือ ความรับผิดชอบของผู้ร่วมกระทำความผิดขึ้นอยู่กับกระทำความผิดหลักของผู้กระทำความผิด ซึ่งต้องเป็นการกระทำโดยเจตนาและความผิดกฎหมาย หลักการนี้ในเยอรมนีเรียกกันว่า “การอยู่ในอาณัติของความผิดของผู้ร่วมกระทำความผิด” (Akzessorietät der Teilnahme) ดังนั้น สำหรับการกระทำที่ไม่ครบองค์ประกอบความผิด อาทิ การฆ่าตัวตาย หรือ การกระทำที่กฎหมายอนุญาตให้กระทำได้ อาทิ การป้องกันโดยชอบด้วยกฎหมาย การร่วมกระทำความผิดจึงไม่อาจเกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม ทั้งในกฎหมายไทยและกฎหมายเยอรมัน¹⁴ ยังปรากฏหลักกฎหมายอีกประการหนึ่ง เรียกว่า “ความเป็นอิสระของความชั่วสำหรับผู้เข้ามีส่วนร่วมในกระทำความผิด” (Schuldunabhängigkeit der Beteiligung) ซึ่งหมายความว่า ผู้เข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดอาญาต่างรับโทษตามความชั่วของตัวเอง โดยไม่ต้องคำนึงถึงความชั่วของผู้มีส่วนร่วมในการกระทำความผิดคนอื่น นั่นหมายความว่าผู้เข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดจะต้องรับผิดชอบในการกระทำความผิดของตนเองแม้ว่าผู้กระทำความผิดหลักจะปราศจากความชั่วก็ตาม¹⁵

3. ผู้กระทำความผิดหลายคนตามกฎหมายอาญาเยอรมัน

ตามที่ได้กล่าวไว้แล้วว่า ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมันแบ่งแยกผู้เข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ผู้กระทำความผิด (ผู้กระทำความผิดคนเดียว ผู้กระทำความผิดร่วม และผู้กระทำความผิดข้างเคียง) และผู้ร่วมกระทำความผิด (ผู้ใช้และผู้สนับสนุน) ในหัวข้อนี้ จึงจะได้มีการไล่เรียงในรายละเอียดเกี่ยวผู้เข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดประเภทต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ผู้กระทำความผิดคนเดียว

3.1.1 ผู้กระทำความผิดโดยตรง

ผู้กระทำความผิดโดยตรง (unmittelbarer Täter) หมายถึง ผู้ที่กระทำความผิดอาญาด้วยตัวเอง ตามที่ปรากฏในมาตรา 25 วรรคแรก ท่อนแรก ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน กล่าวคือ เขาเป็นผู้ทำให้องค์ประกอบภายนอกและภายในเกิดขึ้นครบถ้วนด้วยตัวเอง¹⁶

3.1.2 ผู้กระทำความผิดโดยอ้อม

ผู้กระทำความผิดโดยอ้อม (mittelbarer Täter) หมายถึง ผู้ที่กระทำความผิดผ่านบุคคลอีกคนหนึ่ง ตามที่ปรากฏในมาตรา 25 วรรคแรก ท่อนหลัง ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน

¹³ เกียรติขจร วังนะสวัสดิ์. (2562). คำอธิบายกฎหมายอาญา ภาค 1 เล่ม 2 (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพฯ พับลิชชิ่ง. น. 176 และ Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §38, Rn.19.

¹⁴ มาตรา 89 ประมวลกฎหมายอาญาไทย และมาตรา 29 ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน.

¹⁵ Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §38, Rn.17-20; คณิต ณ นคร. เล่มเดิม. น. 393, 401-402.

¹⁶ Ibid, §39, Rn.1; Roxin, op.cit., §25, Rn.47.

ถือเป็นการณิผู้กระทำความผิดคนเดียวเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดโดยตรง ผู้กระทำความผิดโดยอ้อมหรือเรียกว่า “ผู้ที่อยู่เบื้องหลัง” (Hintermann) มีความรับผิดชอบทางอาญาผ่านการกระทำของอีกบุคคลหนึ่งหรือเรียกว่า “ผู้ที่อยู่หน้า” (Vordermann) ในฐานะที่เป็นการกระทำของตัวของผู้ที่อยู่เบื้องหลังเอง เพราะผู้ที่อยู่หน้าไม่อาจกระทำความผิดครบโครงสร้างของความรับผิดชอบทางอาญาได้ อันเนื่องจากเหตุบางประการ และผู้ที่อยู่เบื้องหลังต้องรับผิดชอบในเหตุดังกล่าว ผู้ที่อยู่หน้าถือว่าเป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดของผู้ที่อยู่เบื้องหลังซึ่งควบคุมการกระทำของผู้ที่อยู่หน้าอยู่หรือเป็นนายเหนือการกระทำของผู้ที่อยู่หน้านั้น กล่าวโดยสรุป ผู้ที่อยู่เบื้องหลังจะต้องมีสถานะเหนือกว่าผู้ที่อยู่หน้า คอยควบคุมและสั่งการให้ผู้ที่อยู่หน้ากระทำการ ส่วนผู้ที่อยู่หน้าก็มีหน้าที่เพียงต้องกระทำการตามที่ผู้ที่อยู่หน้าสั่งการเท่านั้น¹⁷

ผู้กระทำความผิดโดยอ้อมจะต้องเป็นผู้ที่สามารถทำให้องค์ประกอบภายนอกและภายในของความผิดอาญาเกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง ความผิดอาญาที่ต้องทำเองเฉพาะตัวจึงไม่อาจมีการกระทำความผิดโดยอ้อมได้ ความรับผิดชอบของผู้ที่อยู่เบื้องหลังสามารถเกิดขึ้นได้จากความบกพร่องของผู้ที่อยู่หน้าในทุกประเด็นในโครงสร้างความรับผิดชอบทางอาญา กล่าวคือ ผู้ที่อยู่หน้าสามารถเป็นเครื่องมือของผู้ที่อยู่เบื้องหลังได้หากว่าเขากระทำการที่ขาดข้อเท็จจริงที่เป็นองค์ประกอบความผิด การกระทำของเขาได้รับอนุญาตจากกฎหมาย หรือตัวเขาปราศจากความชั่ว หากผู้ออกหน้ากระทำความผิดเกินกว่าเจตนาของผู้อยู่เบื้องหลัง (Exzess des Tatmittlers) ผู้ที่อยู่เบื้องหลังไม่มีความรับผิดชอบเจตนาต่อสิ่งที่เกินจากเจตนา แต่เขาอาจต้องรับผิดชอบกระทำโดยประมาท¹⁸

การกระทำความผิดโดยอ้อมอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีต่อไปนี้

1) กรณีที่ผู้ออกหน้ากระทำการไม่ครบองค์ประกอบความผิด

ความบกพร่องประการแรกที่สามารถเกิดขึ้นกับผู้ออกหน้าคือกรณีที่ผู้ออกหน้ากระทำการไม่ครบองค์ประกอบความผิด เช่น การฆ่าตนเอง หรือการทำร้ายตนเอง เป็นต้น หากผู้ออกหน้าฆ่าตนเองตายเพราะผู้อยู่เบื้องหลังบอกให้ทำผู้ออกหน้าไม่ได้กระทำการที่ครบองค์ประกอบความผิดใด แต่ผู้อยู่เบื้องหลังกระทำการครบองค์ประกอบความผิดฐานฆ่าผู้อื่น ความเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมเกิดจากการที่ผู้อยู่เบื้องหลังเป็นนายเหนือการกระทำของผู้ออกหน้า หากปราศจากความเป็นนายเหนือการกระทำเสียแล้ว ผู้อยู่เบื้องหลังย่อมมีบทบาทเป็นเพียงผู้ร่วมกระทำความผิด (ผู้ใช้หรือผู้สนับสนุน) และการกระทำของเขาย่อมไม่เป็นความผิดเพราะการกระทำของผู้ออกหน้าไม่เป็นความผิดอาญา

การเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมอาจเกิดจากการที่ผู้อยู่เบื้องหลังหลอกลวงผู้ที่อยู่หน้าเป็นการณิการกระทำความผิดโดยอ้อมอันเกิดจากความสำคัญผิด (Irrtumsherrschaft)¹⁹ เช่น

¹⁷ Ibid, §39, Rn.5-6; Kühl, op.cit., §20, Rn.39-40.

¹⁸ Ibid, §39, Rn.7-9.

¹⁹ Kühl, op.cit., §20, Rn.48.

นายดำหลอกนายขาวว่าตนเป็นชาวดาวซีริอูล และสามารถพานายขาวไปใช้ชีวิตอมตะบนดาวซีริอูลได้หากนายขาวลงไปแช่ในอ่างอาบน้ำพร้อมกับแช่ที่เป่าลมที่เสียบบลั๊กพร้อมเปิดสวิทช์ลงไปใต้น้ำด้วย นายขาวหลงเชื่อ จึงทำตาม นายขาวถึงแก่ความตาย เช่นนี้ นายดำเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมเพราะนายขาวกระทำการที่ไม่ครบองค์ประกอบความผิด ทั้งนี้เนื่องจากโดนนายดำหลอกลวง²⁰ การเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมยังอาจเกิดจากการที่ผู้อยู่เบื้องหลังข่มขู่ผู้ที่ออกหน้า จนผู้ที่ออกหน้าต้องกระทำความผิดด้วยความจำเป็น ถือเป็นกรณีการกระทำความผิดโดยอ้อมอันเกิดจากการถูกขู่เชื้อ (Nötigungsherrschaft)²¹

2) กรณีที่ผู้ออกหน้ากระทำการโดยขาดเจตนา

เมื่อผู้ที่ยื่นหน้ากระทำการกระทำการไม่ครบองค์ประกอบความผิดเพราะขาดเจตนาเนื่องจากไม่รู้หรือสำคัญผิดในข้อเท็จจริงที่เป็นองค์ประกอบความผิด ผู้ที่อยู่เบื้องหลังย่อมเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อม ยกตัวอย่างเช่น นายแดงต้องการฆ่า นายขาว จึงหลอกนายดำว่าเป็นไม่มีลูกกระสุน แล้วส่งให้ดำยิงขาวเล่น ๆ ดำหลงเชื่อ เอาปืนมายิงขาว ขาวถึงแก่ความตาย เช่นนี้ นายแดงเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมเพราะนายดำกระทำการโดยขาดเจตนาเพราะสำคัญผิดในข้อเท็จจริงที่เป็นองค์ประกอบความผิด ซึ่งความสำคัญผิดนั้นนายแดงเป็นผู้ควบคุมและสั่งการให้เกิดขึ้น เมื่อใดก็ตามที่ผู้ที่ยื่นหน้ามีเจตนาขึ้นมา ผู้ที่อยู่เบื้องหลังย่อมไม่เป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมอีกต่อไป แต่ถือว่าเป็นผู้ใช้หากเป็นผู้เปิดโอกาสให้กระทำความผิด หรือเป็นผู้สนับสนุนหากว่าเป็นผู้อำนวยความสะดวกแก่การกระทำความผิด²²

3) กรณีที่ผู้ออกหน้ากระทำการที่ชอบด้วยกฎหมาย

นอกจากความบกพร่องในโครงสร้าง “ข้อเท็จจริงครบองค์ประกอบความผิด” แล้ว ยังมีความบกพร่องในโครงสร้าง “ความผิดกฎหมาย” ด้วย เป็นกรณีที่ผู้ที่ยื่นหน้ากระทำการที่ชอบด้วยกฎหมาย แต่ผู้ที่อยู่เบื้องหลังกระทำการผ่านผู้ยื่นหน้าและการกระทำนั้นผิดกฎหมาย เช่น นายดำต้องการแกล้งนายขาว จึงไปแจ้งตำรวจว่านายขาวกระทำความผิดอาญา ตำรวจจึงไปจับนายขาว เช่นนี้ ตำรวจกระทำการครบองค์ประกอบความผิดต่อเสรีภาพ แต่กฎหมายอนุญาตให้กระทำได้ ส่วนนายดำกระทำการครบองค์ประกอบความผิด และการกระทำนั้นผิดกฎหมาย²³

4) กรณีที่ผู้ยื่นหน้าปราศจากความชั่วหรือได้รับยกเว้นโทษ

การเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมย่อมเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ที่อยู่เบื้องหลังหลอกใช้เด็ก ผู้ป่วยทางจิต หรือผู้ซึ่งอยู่ในอาการมึนเมา ซึ่งขาดความสามารถในการรู้ผิดชอบชั่วดี ให้กระทำความผิดอาญา นอกจากนั้น ยังมีกรณีที่ผู้ที่ยื่นหน้ากระทำความผิดโดยจำเป็น เช่น นายแดงบังคับนายดำด้วยปืนสั้น ให้ฆ่านายขาวซึ่งเป็นศัตรูของนายแดง นายดำจึงผลักนายขาวตกน้ำตาย เช่นนี้ นายแดง ผู้ที่อยู่เบื้องหลัง เป็นผู้ควบคุมการกระทำความผิดของนายดำผ่านการบังคับ นายแดง

²⁰ ข้อเท็จจริงจากคดีซีริอูล (Sirius-Fall) (BGHSt 32, 28).

²¹ Kühl, op.cit., §20, Rn.51.

²² Ibid., §20, Rn.52-53.

²³ Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §39, Rn.25; Kühl, Ibid, §20, Rn.57-59.

จึงเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อม ส่วนการกระทำของนายตำรวจประกอบความผิดฐานฆ่าผู้อื่นและการกระทำนั้นเป็นความผิดก็จริง แต่กฎหมายไม่อาจตำหนิเขาได้ นายตำรวจปราศจากความชั่ว²⁴

3.2 ผู้กระทำความผิดร่วม

มาตรา 25 วรรคสอง ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน กำหนดไว้ว่า เมื่อบุคคลหลายคนกระทำความผิดร่วมกัน ให้ทุกคนรับโทษในฐานะผู้กระทำความผิด กฎหมายจึงเรียกว่า “ผู้กระทำความผิดร่วม”

การเป็นผู้กระทำความผิดร่วมวางอยู่บนความรับผิดชอบที่เท่าเทียมกันอันเนื่องมาจากการแบ่งงานกันทำในการทำให้เกิดความผิดเกิดขึ้น การมีส่วนร่วมในการกระทำความผิดคนละเล็กละน้อยของแต่ละคนประกอบกันเข้าเป็นการกระทำความผิดอาญาร่วมกัน ด้วยการตัดสินใจร่วมกัน ผู้กระทำความผิดร่วมแต่ละคนได้รับมอบหมายหน้าที่ประการหนึ่งในการกระทำความผิด ซึ่งผู้กระทำความผิดร่วมต้องรับผิดชอบในการกระทำความผิดทั้งหมดในฐานะที่เป็นการกระทำของตนเอง เสมือนกระทำด้วยตนเอง ดังนั้น ผู้ที่จะเป็นผู้กระทำความผิดร่วมได้จะต้องสามารถกระทำการครอบครองประกอบความผิดทั้งภายนอกและภายในด้วยตนเองได้²⁵

การเป็นผู้กระทำความผิดร่วมจะต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขภายนอก กล่าวคือ ต้องมีการกระทำร่วมกัน (gemeinschaftliche Tatbegehung) และเงื่อนไขภายใน กล่าวคือ ต้องมีการตัดสินใจกระทำความผิดร่วมกัน (gemeinsamer Tatentschluss)

1) การกระทำร่วมกัน

ผู้กระทำความผิดร่วมทุกคนต้องมีส่วนในเชิงภาวะวิสัยในการกระทำความผิด และส่วนงานนั้นจะต้องมีบทบาทและมีความสำคัญสำหรับการกระทำความผิด หากส่วนงานที่ทำมีบทบาทหรือมีความสำคัญน้อย อาจถือว่าผู้กระทำเป็นผู้สนับสนุนซึ่งเป็นเพียงตัวประกอบในการกระทำความผิด ความเห็นฝ่ายข้างมากเห็นว่า การมีส่วนร่วมในขั้นตอนพยายามกระทำความผิดก็เพียงพอที่จะเป็นผู้กระทำความผิดร่วมได้หากว่าส่วนงานของเขามีความสำคัญต่อการกระทำความผิดในภายหลัง²⁶

2) การตัดสินใจกระทำความผิดร่วมกัน

ผู้เข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดที่จะเป็นผู้กระทำความผิดร่วม จะต้องมีการตัดสินใจหรือมีแผนการร่วมกันในการกระทำความผิด โดยอาจเป็นการตัดสินใจร่วมกันโดยปริยายก็ได้ ผู้กระทำความผิดร่วมทุกคนต้องการกระทำส่วนงานของตนทั้งเพื่อตนเองและเพื่อผู้กระทำความผิดร่วมคนอื่น ทั้งนี้ตามแผนการที่ตกลงกันไว้ หากผู้เข้ามีส่วนร่วมในการกระทำความผิดคนหนึ่งคนใดกระทำการเกินแผนการที่ตกลงกันไว้ ผู้เข้ามีส่วนร่วมกระทำความผิดคนอื่น ๆ ไม่ต้องรับผิดชอบในการกระทำที่เกินแผนการนั้น (Exzess eines Mittäters)

²⁴ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §39, Rn.27-39; Kühl, Ibid, §20, Rn.61-62.

²⁵ Ibid, §40, Rn.2-3.

²⁶ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §40, Rn.5; Kühl, op.cit., §20, Rn.107.

ยกตัวอย่างเช่น นายแดงและนายดำกระทำความผิดฐานลักทรัพย์ร่วมกันตามที่ได้ตกลงกันไว้ แดงพกปืนไปด้วยในการกระทำความผิด โดยดำไม่ทราบเรื่องดังกล่าว เช่นนี้ ดำมีความผิดฐานลักทรัพย์ในฐานะผู้กระทำความผิดร่วม ส่วนแดงมีความผิดฐานลักทรัพย์โดยมีอาวุธปืนพุดได้อีกอย่างหนึ่งว่า แผนการกระทำความผิดร่วมกันนี้เป็นทั้งเงื่อนไขของความรับผิดชอบของผู้กระทำความผิดร่วมกัน และเป็นขอบเขตของความรับผิดชอบของผู้กระทำความผิดร่วมกันด้วย²⁷

3.3 ผู้กระทำความผิดข้างเคียง

การกระทำความผิดข้างเคียง หมายถึง การที่บุคคลหลายคนกระทำความผิดอาญา โดยมีได้กระทำความผิดร่วมกัน เป็นกรณีที่ผู้กระทำความผิดแต่ละคนต่างกระทำความผิดอาญาอย่างเป็นอิสระจากการกระทำของอีกคนหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น นายแดงและนายดำต่างคนต่างมายิงนายขาวโดยมิได้นัดหมายกัน นายขาวถึงแก่ความตายด้วยกระสุนของผู้กระทำทั้งสองคน²⁸

3.4 ผู้ใช้

มาตรา 26 ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน บัญญัติว่า ผู้ใดก่อโดยเจตนาให้บุคคลอื่นกระทำการที่ผิดกฎหมายโดยเจตนา ผู้นั้นย่อมได้รับโทษเสมือนตัวการ ดังนั้น การจะเป็นผู้ใช้ได้จะต้องปรากฏเงื่อนไข 3 ประการ คือ 1) มีการกระทำของบุคคลอื่นที่ผิดกฎหมายโดยเจตนา (การกระทำความผิดหลัก) 2) มีการก่อให้เกิดผู้กระทำความผิดหลัก และ 3) มีเจตนาของผู้ใช้

ความรับผิดชอบของผู้ใช้เรียกร้องว่าจะต้องมีการกระทำที่ผิดกฎหมายและกระทำโดยเจตนา หรือที่เรียกกันว่า “ความผิดหลัก” (Haupttat) โดยการกระทำความผิดหลักจะต้องกระทำอย่างน้อยถึงขั้นของการพยายามกระทำความผิด หากการกระทำความผิดหลักเป็นการกระทำโดยประมาท ผู้ใช้ย่อมมีความรับผิดชอบเพียงพยายามใช้ตามมาตรา 30 วรรคแรก ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมันเท่านั้น และกรณีไม่ใช่เรื่องผู้กระทำความผิดโดยอ้อมด้วย เพราะผู้ที่อยู่เบื้องหลังไม่รู้ถึงความบกพร่องของผู้ที่ออกหน้า จึงขาดความเป็นนายเหนือการกระทำความผิด²⁹

การก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิดตามความหมายของมาตรา 26 ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน หมายถึง การก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะกระทำความผิด และในมุมของความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผล ต้องเป็นต้นเหตุประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการกระทำความผิดด้วยความเห็นฝ่ายข้างมาก³⁰ เห็นว่าการก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิดต้องมีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้ใช้กับผู้กระทำความผิดหลัก เช่น การขอร้อง การยั่วยุ การกระตุ้น การเสนอคำตอบแทน เป็นต้น

²⁷ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §40, Rn.3; Otto, op.cit., 246, 252;

²⁸ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §39, Rn.3.

²⁹ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §39, Rn.4.

³⁰ Amelung. (2016). Die Anstiftung als korrumpierende Aufforderung zu strafbedrohlem Verhalten. *Festschrift für Friedrich-Christian Schroeder zum 70. Geburtstag*, 147, 176-177; Jescheck/Weigend. (1996). *Lehrbuch des Strafrechts Allgemeiner Teil* (5. Aufl.). Berlin: Duncker & Humblot. §64, S.687.

ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดหลักยังลังเลใจอยู่ว่าจะกระทำความผิดหรือไม่ และผู้ใช้ทำให้เขาดัดสินใจได้แน่แน่ว่าจะไปกระทำความผิด ก็ถือว่าเป็นการ “ก่อ” ให้กระทำความผิด แต่กรณีผู้กระทำความผิดหลักที่ตัดสินใจแน่แนแล้วว่าจะกระทำความผิด (omnimodo facturus) เป็นกรณีที่ไม่ว่าจะมีผู้ใช้ให้กระทำความผิดได้ แต่ผู้ใช้จะต้องรับโทษฐานพยายามใช้หรือฐานสนับสนุน ส่วนผู้ใช้อาจเป็นผู้ที่ไปทำให้ผู้กระทำความผิดหลักที่ตัดสินใจกระทำความผิดแน่แนแล้วเปลี่ยนใจไปกระทำความผิดด้วยวิธีการอื่นหรือกระทำความผิดอื่น ๆ เพิ่มเติม (Umstiftung) นอกจากนั้น การเป็นผู้ใช้ที่ก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิดบทหนัก (Aufstiftung) ก็สามารถเกิดขึ้นได้เช่นกัน³¹ และสุดท้าย กรณีที่ผู้ใช้ไปทำให้ผู้กระทำความผิดหลักที่ตัดสินใจกระทำความผิดบทหนักเปลี่ยนใจมากระทำความผิดบทหลัก ผู้นั้นไม่ใช่ผู้ใช้ เพราะในแง่ของความผิดบทหลัก ผู้กระทำความผิดหลักได้ตัดสินใจแน่แนที่จะกระทำความผิดแล้ว (omnimodo facturus)³²

เจตนาของผู้ใช้ซึ่งเป็นเงื่อนไขประการสุดท้ายของการเป็นผู้ใช้ ครอบคลุมทั้งเจตนาให้เกิดการกระทำความผิดหลักที่ตนใช้และเจตนาก่อให้เกิดผู้อื่นตัดสินใจกระทำความผิด นักกฎหมายเยอรมันเรียกเจตนาลักษณะนี้ว่า “เจตนาสองชั้นของผู้ใช้” (doppelter Anstiftervorsatz) ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องรู้รายละเอียดเล็กน้อยของการกระทำความผิด แต่ต้องรู้ลักษณะสำคัญของการกระทำความผิด เวลา สถานที่ และวิธีการในการกระทำความผิดสามารถปล่อยให้ผู้กระทำความผิดหลักเป็นผู้ตัดสินใจได้ แม้กระทั่งตัวผู้เสียหาย หากว่าผู้ใช้ไม่เห็นว่าเป็นประเด็นสำคัญ ผู้ใช้อาจไม่ระบุดังผู้เสียหายก็ได้³³

3.5 ผู้สนับสนุน

มาตรา 27 ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน กำหนดไว้ว่า ผู้ใดเจตนาช่วยเหลือบุคคลอื่นให้กระทำการที่ผิดกฎหมายโดยเจตนา ผู้นั้นต้องได้รับโทษในฐานะผู้สนับสนุน ดังนั้นการจะเป็นผู้สนับสนุนได้ จะต้องมิใช่เงื่อนไข 3 ประการ ได้แก่ 1) มีการกระทำของบุคคลอื่นที่ผิดกฎหมายโดยเจตนา (การกระทำความผิดหลัก) 2) มีการช่วยเหลือการกระทำความผิดหลัก และ 3) มีเจตนาของผู้สนับสนุน³⁴

การให้ความช่วยเหลือการกระทำความผิดหลักอาจเกิดขึ้นได้ทั้งในทางกายและทางจิตใจ การช่วยเหลือทางกายภาพ (physische Beihilfe) อาจเป็นการจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น อาวุธหรือเครื่องมือ และรวมไปถึงการกระทำทางร่างกายระหว่างการกระทำความผิดด้วย ผู้กระทำความผิดหลักไม่จำเป็นต้องรู้ว่ามี การช่วยเหลือจากผู้สนับสนุนเกิดขึ้น ส่วนการช่วยเหลือทางจิตใจ (psychische Beihilfe) หรือการช่วยเหลือโดยการให้คำแนะนำนั้น อาจเป็นการให้คำ

³¹ ประเด็นนี้มีความเห็นฝ่ายข้างน้อยเห็นว่า เป็นเพียงการสนับสนุนผู้อื่นให้กระทำความผิดเท่านั้น โปรดดู Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §41, Rn.14, §42, Rn.5-8.32 Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §41, Rn.14, §42, Rn.5-8.

³² Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §41, Rn.11-15; Kühl, op.cit., §20, Rn.177-187.

³³ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §41, Rn.21-22; Kühl, Ibid, §20, Rn.195-196.

³⁴ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §42, Rn.1-2.

แนะนำเกี่ยวกับวิธีการต่าง ๆ ในการกระทำความผิด หรืออาจเป็นการช่วยเหลือตั้งแต่ก่อนที่จะไปกระทำความผิด³⁵

ปัญหาว่าการสนับสนุนจำเป็นต้องเป็นต้นเหตุของความสำเร็จของการกระทำความผิดหรือไม่ นั้น เป็นประเด็นที่นักกฎหมายเยอรมันถกเถียงกัน ฝ่ายศาลมีความเห็นว่า การกระทำที่ครอบงำ ประกอบความผิดของผู้กระทำความผิดหลักจะต้องได้รับความช่วยเหลือจากผู้สนับสนุนไม่ทางใดก็ทางหนึ่งก่อนที่ความผิดจะสิ้นสุดลง แต่การช่วยเหลือไม่จำเป็นต้องเป็นต้นเหตุประการหนึ่งอันทำให้ความผิดสำเร็จก็ได้ แม้ว่าผู้กระทำความผิดหลักจะมีได้ใช้อาวุธที่ผู้สนับสนุนจัดหาให้ ฝ่ายศาลในเยอรมนีก็วินิจฉัยว่า ผู้จัดหาอาวุธเป็นผู้สนับสนุน³⁶ ความเห็นข้างมากจากฝ่ายนักวิชาการเห็นว่า ส่วนงานของผู้สนับสนุนต้องเป็นต้นเหตุประการหนึ่งที่ทำให้การกระทำของผู้กระทำความผิดหลักสำเร็จลง ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดหลักไม่ได้ใช้อาวุธที่ผู้สนับสนุนจัดหาให้ เขาจะเป็นผู้สนับสนุนได้ก็ต่อเมื่อการจัดหาอาวุธเป็นการช่วยเหลือทางจิตใจแก่ผู้กระทำความผิดหลักเท่านั้น เช่น ให้มีความมั่นใจในการกระทำความผิดมากขึ้น³⁷

เจตนาของผู้สนับสนุนมีลักษณะเป็นเจตนาสองชั้น (doppelter Gehilfenvorsatz) เช่นเดียวกับการณของผู้ใช้ กล่าวคือ ครอบคลุมทั้งเจตนาให้มีการกระทำความผิดหลักและเจตนาช่วยเหลือการกระทำความผิดนั้น การช่วยเหลือโดยผู้กระทำความผิดหลักโดยประมาทไม่อาจมีได้ แม้ว่าการช่วยเหลือนั้นจะบังเอิญไปอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้กระทำความผิดหลักเข้า แต่อาจต้องรับผิดชอบในฐานะผู้กระทำความผิดโดยประมาทได้³⁸

4. ผู้กระทำความผิดหลายคนตามกฎหมายอาญาไทย

ข้อกฎหมายเรื่องผู้กระทำความผิดหลายคนมีบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญาไทย หมวด 6 มาตรา 83 ถึง 89 ภายใต้ชื่อหมวด “ตัวการและผู้สนับสนุน” จะเห็นได้ว่า ประมวลกฎหมายอาญาไทยไม่พูดถึงการกระทำความผิดโดยตรง ดังเช่นในมาตรา 25 วรรคแรก ท่อนแรก ในประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน ศาสตราจารย์จิตติ ดิงศภัทย์ อธิบายว่า หากกระทำความผิดคนเดียวโดยตรง ก็ต้องรับโทษตามบทบัญญัติในภาคความผิดของประมวลกฎหมายอาญานั้นอยู่แล้ว³⁹

4.1 ตัวการ

ตัวการตามมาตรา 83 จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีการร่วมกันกระทำและมีเจตนากระทำร่วมกันด้วย⁴⁰

³⁵ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §42, Rn.3-5; สุรสิทธิ์ แสงวีโรจนพัฒน์. เล่มเดิม. น. 205.

³⁶ BayObLG 1959, 132, 138; OLG Karlsruhe NSTZ 1985, 78; BGH NSTZ 1985, 318; RG 6, 169; 113, 114f.; BGH Dallinger MDR 1972, 16.

³⁷ Jescheck/Weigend, op.cit., §64, S.694.

³⁸ Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §41, Rn.28-29; Kühl, op.cit., §20, Rn.242.

³⁹ จิตติ ดิงศภัทย์. เล่มเดิม. น. 416.

⁴⁰ จิตติ ดิงศภัทย์. เล่มเดิม. น. 417; ทวีเกียรติ มินะกะนิษฐ. เล่มเดิม. น. 126.

การกระทำร่วมกันของตัวการอาจเป็นการกระทำซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกระทำทั้งหมด เช่น ร่วมทำร้ายผู้เสียหายด้วยกัน ไม่ว่าจะทำมากหรือน้อย บางคนอาจตีไม้โดนเลยทุกคนต้องร่วมกันรับผิดชอบที่เกิดขึ้นเสมือนทำด้วยตนเองทุกคน การกระทำร่วมกันของตัวการหมายรวมไปถึงการกระทำส่วนหนึ่งของการกระทำความผิดที่มีการกระทำหลายอันเป็นองค์ประกอบความผิด เช่น ในความผิดฐานชิงทรัพย์ คนหนึ่งขโมยโทรศัพท์มือถือผู้เสียหายให้ล้มลง อีกคนหนึ่งวิ่งออกจากที่ซ่อนมาคว้ากระเป๋าผู้เสียหายไป ทั้งสองคนรับผิดชอบเป็นตัวการแม้ว่าคนแรกจะมีได้แต่ต้องทรัพย์เลยก็ตาม การกระทำส่วนหนึ่งของความผิดอาจเกิดจากการแบ่งหน้าที่กันทำด้วย ซึ่งการกระทำของตัวการบางคนลำพังไม่เป็นการกระทำความผิดแต่การกระทำดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของแผนการ ก็เป็นตัวการเช่นกัน ได้แก่ การคอยดูต้นทางหรือคอยให้สัญญาณ หรือติดเครื่องยนตร์ผู้ที่กระทำความผิดเพื่อพาหลบหนี⁴¹

ประเด็นที่การกระทำส่วนหนึ่งเป็นลักษณะแบ่งหน้าที่กันทำ และตัวการบางคนมิได้กระทำการอันเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบความผิดเลย เพียงแต่อยู่ร่วมในที่เกิดเหตุเท่านั้นเป็นประเด็นที่มีปัญหาถกเถียงกัน⁴² ศาลฎีกาได้วางหลักในประเด็นนี้เอาไว้ว่า การอยู่ร่วมในที่เกิดเหตุจะต้องอยู่ในลักษณะที่สามารถเข้าช่วยเหลือได้ทันที หากอยู่ห่างออกไป ย่อมไม่เป็นตัวการ⁴³

นอกจากนั้น ผู้กระทำต้องมีเจตนากระทำร่วมกันด้วย มิใช่เพียงเจตนาเหมือนกันและมีใช้ต่างคนต่างทำ หากนายดำและนายแดงต่างมีเจตนาทำร้ายนายขาว จึงลงมือทำร้ายนายขาวในเวลาเดียวกัน เช่นนี้ทั้งสองคนไม่เป็นตัวการ แต่เป็นผู้กระทำความผิดข้างเคียง⁴⁴ ทุกคนที่กระทำจะต้องรู้ถึงการกระทำของกันและกัน และต่างต้องประสงค์ถือเอาการกระทำของแต่ละคนเป็นการกระทำของตนด้วย และเช่นเดียวกับที่ปรากฏในคำอธิบายของกฎหมายเยอรมัน กล่าวคือ เจตนาเป็นขอบเขตของความรับผิดชอบของตัวการด้วย เจตนาร่วมกระทำความผิดต้องมีอยู่ตลอดจนกว่าการกระทำจะเกิดเป็นความผิด เจตนาร่วมกันสิ้นสุดเมื่อใดการกระทำความผิดร่วมกันก็มีได้เพียงวาระนั้น⁴⁵

4.2 ผู้ใช้

การจะเป็นผู้ใช้ตามมาตรา 84 จะต้องปรากฏเงื่อนไข 3 ประการ ได้แก่ 1) ต้องมีการกระทำอันเป็นการก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิด 2) ต้องมีผลคือมีความผิดกระทำลงตามที่ก่อขึ้น และ 3) ต้องมีเจตนาก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิด

⁴¹ จิตติ ดิงศภัทัย. เล่มเดิม. น. 422, 437; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. น. 126-127 และคำพิพากษาฎีกาที่ 4984/2546, 1715/2528, 1750/2544

⁴² เฉลิมชัย ศิลหา. (2557). *ความรับผิดชอบทางอาญาของตัวการ: ศึกษาเฉพาะกรณีตัวการอยู่ร่วมในที่เกิดเหตุ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารนิติ). กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. น. 1-7.

⁴³ คำพิพากษาฎีกาที่ 1141/2514, 1306/2520, 4667/2554, 1264/2557 และคำพิพากษาฎีกาที่ 2154/2511, 346/2529.

⁴⁴ ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. น. 130.

⁴⁵ จิตติ ดิงศภัทัย. เล่มเดิม. น. 460, 476; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. น. 128-129 และโปรดดูคำพิพากษาฎีกาที่ 1261/2513, 2810/2526.

การก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิด หมายถึง การกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดที่เป็นเหตุให้ผู้อื่นตัดสินใจกระทำความผิด เข้าทำนอง “ถ้าไม่ใช่ เขาคงไม่ทำ”⁴⁶ โดยวิธีการในการ “ก่อ” นั้น อาจเป็นการบังคับ ชูเชิญ จ้าง วาน ยุยงส่งเสริม ลัง หรือขอร้อง ก็ได้

การก่อให้เกิดการกระทำความผิดต้องมีผล คือมีการกระทำความผิดเกิดขึ้น เพราะความรับผิดชอบของผู้ใช้ยอม “อิง” อยู่กับความรับผิดชอบของผู้กระทำความผิดหลัก ดังนั้น หากไม่มีความผิดหลักเกิดขึ้น ย่อมไม่อาจมีผู้ใช้ได้⁴⁷ ประเด็นนี้แสดงให้เห็นถึงหลักการอยู่ในอาณัติของความผิดของผู้ร่วมกระทำความผิดในระบบกฎหมายอาญาไทย ผู้กระทำความผิดต้องตัดสินใจกระทำความผิดเพราะผู้ใช้มาก่อนให้กระทำความผิด ผู้กระทำความผิดต้องไม่มีเจตนากระทำความผิดอยู่แล้ว หากผู้กระทำความผิดตัดสินใจกระทำการนั้นอยู่ก่อนแล้ว ผู้ใช้ก็ไม่ได้ก่อให้เกิดการกระทำความผิด⁴⁸ หรือพูดอีกอย่างได้ว่าการใช้กับการกระทำความผิดหลักต้องสัมพันธ์กันในฐานะของต้นเหตุกับผล (Kausalität)

ผู้ใช้อาจมีเจตนาในการก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิด กล่าวคือ ผู้ใช้ต้องกระทำโดยเจตนา เช่นเดียวกับการกระทำความผิดทั่ว ๆ ไป กรณีจึงอาจมีการใช้ให้กระทำความผิดโดยประสงค์ต่อผล หรือเล็งเห็นได้ว่าจะเป็นเหตุก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิดก็ได้⁴⁹ ประเด็นนี้อาจตั้งเป็นข้อสังเกตได้ว่า นักกฎหมายไทยมิได้อธิบายเจตนาของผู้ใช้ในขณะที่เป็นเจตนาสองชั้น จึงทำให้การอธิบายถึงเจตนาของผู้ใช้นั้นยังไม่ชัดเจนว่าหมายถึงเจตนาของผู้ใช้ในการก่อหรือเจตนาของผู้ใช้ที่ประสงค์ผู้กระทำความผิดนั้นจนสำเร็จ

4.3 ผู้กระทำความผิดโดยอ้อม

ในตำรากฎหมายไทย มักมีการอธิบายถึงผู้กระทำความผิดโดยอ้อมไปพร้อม ๆ กับการอธิบายถึงผู้ใช้ให้กระทำความผิด⁵⁰ ทั้ง ๆ ที่ผู้กระทำความผิดโดยอ้อมเป็นผู้กระทำความผิด (Täter) ประเภทหนึ่ง แต่ผู้ใช้เป็นผู้ร่วมกระทำความผิด (Teilnehme)

หากผู้กระทำความผิดหลักไม่มีความผิดฐานกระทำโดยเจตนา กรณีไม่ถือเป็นการใช้ตามมาตรา 84 หรือก็คือกรณีที่ผู้ถูกใช้เป็นเครื่องมือไม่ต้องรับโทษตามกฎหมายในฐานะกระทำโดยเจตนาเช่นเดียวกันกับผู้ใช้ เช่นนี้ ผู้ใช้ไม่ใช่ผู้ใช้ แต่เป็นผู้กระทำความผิดเองโดยอ้อม⁵¹ เช่น นายแดงต้องการฆ่านายดำ จึงหลอกนางสาวขาวซึ่งเป็นพยาบาลมีหน้าที่ดูแลรักษาด่าว่ายาพิษคือยาบำรุงกำลัง ขาวหลงเชื่อเอายาพิษไปให้ด่ากิน ด่าถึงแก่ความตาย เช่นนี้ ขาวไม่ผิด

⁴⁶ ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. น. 131.

⁴⁷ เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 176; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. หน้าเดิม.

⁴⁸ จิตติ ดิงศภัทัย. เล่มเดิม. น. 486; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. หน้าเดิม.

⁴⁹ เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 172; จิตติ ดิงศภัทัย. เล่มเดิม. น. 508; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. น. 132.

⁵⁰ เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 174-175, 203; จิตติ ดิงศภัทัย. เล่มเดิม. น. 502; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. น. 133.

⁵¹ เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 174; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. หน้าเดิม.

ฐานฆ่าผู้อื่นโดยเจตนาเพราะไม่รู้ข้อเท็จจริงอันเป็นองค์ประกอบความผิดตามมาตรา 288 และ
แดงจึงไม่ใช่ผู้ใช้ตามมาตรา 84 แต่แดงเป็นผู้กระทำความผิดเองโดยอ้อมโดยมีชาวเป็นเครื่องมือ
(innocent agent) ในการกระทำความผิด⁵²

การกระทำความผิดโดยทางอ้อมอาจเกิดได้จาก⁵³ 1) การใช้เด็กอายุไม่เกิน 10 ปี
(ตามมาตรา 73) ให้กระทำความผิด 2) การใช้ผู้ที่ไม่สามารถรู้ผิดชอบ หรือไม่สามารถบังคับ
ตนเองได้เพราะเป็นผู้มีจิตบกพร่อง โรคจิต หรือจิตฟั่นเฟือน (ตามมาตรา 65) ให้กระทำ
ความผิด 3) การใช้ผู้ที่ไม่สามารถรู้ผิดชอบหรือไม่สามารถบังคับตนเองได้เพราะความมึนเมา
เพราะเสพยาหรือสิ่งมาอย่างอื่นซึ่งผู้เสพไม่รู้ว่าสิ่งนั้นจะทำให้มึนเมาหรือได้เสพโดยถูกขืนใจ
ให้เสพ (ตามมาตรา 66) 4) การใช้บุคคลที่สำคัญผิดในข้อเท็จจริงให้กระทำความผิด โดย
บุคคลนั้นไม่ต้องรับผิดชอบ 5) การใช้ให้บุคคลกระทำความผิดโดยประมาท 6) การใช้ให้บุคคลที่ไม่มี
คุณสมบัติที่จะเป็นผู้กระทำความผิดได้ ให้กระทำความผิด 7) การใช้บุคคลให้กระทำตามคำสั่ง
ของตนที่มีชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งผู้ถูกใช้มีหน้าที่หรือเชื่อโดยสุจริตว่ามีหน้าที่ต้องปฏิบัติตาม

หากวิเคราะห์อ้างอิงกับคำอธิบายในตำรากฎหมายเยอรมัน จะพบว่า กรณีข้อ 1 ถึง
3 และ 7 เป็นเรื่องการกระทำความผิดโดยอ้อมกรณีที่ผู้ออกหน้าปราศจากความชั่วหรือได้รับ
ยกเว้นโทษ กรณีข้อ 4 และ 5 เป็นเรื่องการกระทำความผิดโดยอ้อมกรณีที่ผู้ออกหน้ากระทำ
การโดยขาดเจตนา ส่วนกรณีข้อ 6 เป็นกรณีที่นักกฎหมายเยอรมันยังมีข้อถกเถียงกันว่า
เป็นกรณีการกระทำความผิดโดยอ้อมหรือเป็นการใช้ให้ผู้อื่นกระทำความผิด

4.4 ผู้สนับสนุน

การเป็นผู้สนับสนุนตามมาตรา 86 นั้น ต้องมี 1) การกระทำความผิดหลักเกิดขึ้น
2) มีการกระทำที่เป็นการสนับสนุน และ 3) มีเจตนาในการสนับสนุน⁵⁴

การกระทำความผิดที่เป็นความผิดหลักนั้น อาจเป็นการกระทำความผิดในชั้นพยายาม
หรือสำเร็จก็ได้ หากการกระทำความผิดหลักยังไม่มีมีการกระทำถึงขั้นที่กฎหมายบัญญัติเป็น
ความผิด ก็ไม่มีผู้สนับสนุน⁵⁵

การกระทำที่เป็นการสนับสนุนจะใช้วิธีการใดก็ได้ เช่น นำทางไปปล้น ขั้บรถหรือ
ขั้บเรือไปคอยรอรับ หรือหาเครื่องมือเครื่องไม้ให้ใช้ในการกระทำความผิด⁵⁶ แต่ผู้กระทำความผิด
หลักต้องได้รับประโยชน์ไม่ว่าทางใดทางหนึ่งจากการช่วยเหลือนั้น โดยผู้กระทำความผิดหลัก

⁵² เกียรติขจร วังนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. หน้าเดิม.

⁵³ ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. น. 133; หยุด แสงอุทัย. (2556). กฎหมายอาญา ภาค 1 (พิมพ์ครั้งที่ 21). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. น. 113-114.

⁵⁴ เกียรติขจร วังนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 215-224; จิตติ ดิงศกัทธิย์. เล่มเดิม. น. 522, 546.

⁵⁵ เกียรติขจร วังนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 215-216; จิตติ ดิงศกัทธิย์. เล่มเดิม. น. 522 และคำพิพากษาฎีกาที่ 2800/2522, 495-496/2526.

⁵⁶ คำพิพากษาฎีกาที่ 342/2509, 50/2511, 1338/2517.

ไม่จำเป็นต้องรู้ถึงการสนับสนุนนั้นก็ได้⁵⁷ คำอธิบายของนักกฎหมายไทยในประเด็นนี้แสดงให้เห็นว่า การกระทำของผู้สนับสนุนตามระบบกฎหมายไทยต้องเป็นต้นเหตุประการหนึ่งของการกระทำความผิดสำเร็จ ซึ่งเป็นความเห็นเดียวกันกับฝ่ายตำราในเยอรมนี อย่างไรก็ตาม คำพิพากษาฎีกาที่ 350/2481 ตัดสินว่า ให้อาวุธไปปล้น แม้อาวุธนั้นจะไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการปล้น ก็ผิดฐานผู้สนับสนุนได้

การกระทำที่เป็นการสนับสนุนต้องมีเจตนาช่วยเหลือหรือให้ความสะดวกด้วย อาจเป็นเจตนาประสงค์ต่อผลหรือเล็งเห็นผลก็ได้⁵⁸ ตรงนี้อีกเช่นกันที่คำอธิบายในเรื่องเจตนาไม่ชัดเจน กลายเป็นว่าผู้สนับสนุนมีเพียงเจตนาสนับสนุนก็เพียงพอ แต่ไม่จำเป็นต้องประสงค์ให้ความผิดหลักสำเร็จลงด้วย

5. บทวิเคราะห์ปัญหากรณีผู้ใช้และผู้ถูกใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด

หลักการอยู่ในอาณัติของความผิดของผู้ร่วมกระทำความผิด ความรับผิดชอบของผู้ร่วมกระทำความผิด (ผู้ใช้และผู้สนับสนุน) ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบในการกระทำความผิดหลักของผู้กระทำความผิด ซึ่งต้องเป็นการกระทำโดยเจตนาและมีความผิดกฎหมาย กรณีจึงเกิดปัญหาถกเถียงกันในหมู่นักกฎหมายถึงกรณีที่ใช้ผู้ใช้และผู้ถูกใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้กระทำความผิดอยู่ 2 กรณี

ประการแรก กรณีผู้ใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด ในความผิดฐานเจ้าพนักงานปลอมเอกสาร ตามมาตรา 161 หากคนธรรมดาใช้ให้เจ้าพนักงานไปปลอมเอกสาร ผู้ใช้ซึ่งเป็นคนธรรมดาจะรับผิดชอบอย่างไร? เพราะเมื่อเจ้าพนักงานกระทำความผิด เขาก็จะมีความผิดตามมาตรา 161 แต่กรณีของผู้ใช้ซึ่งเป็นคนธรรมดาซึ่งความรับผิดชอบของเขาขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบของผู้กระทำความผิดหลัก จะผิดฐานเป็นผู้ใช้ตามมาตรา 161 ก็ไม่ได้ เนื่องจากเป็นผู้กระทำความผิดหลักไม่ได้ ก็เป็นผู้ใช้ไม่ได้ คนธรรมดาจึงไม่อาจรับผิดชอบฐานใช้ให้เจ้าพนักงานปลอมเอกสาร ตามมาตรา 161 ประกอบมาตรา 84 ได้ อย่างนั้นแล้ว คนธรรมดาจะต้องรับผิดชอบอย่างไร? รับผิดชอบเป็นผู้สนับสนุนเจ้าพนักงานปลอมเอกสารได้หรือไม่ เพราะการใช้ก็เป็นการสนับสนุนอย่างหนึ่ง? หรือรับผิดชอบเป็นผู้ใช้ให้ผู้อื่นปลอมเอกสารตามมาตรา 264 ประกอบ 84?

ประการที่สอง กรณีผู้ถูกใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด หากเจ้าพนักงานใช้ให้คนธรรมดาไปกระทำความผิด เจ้าพนักงานจะต้องรับผิดชอบอย่างไร? เพราะเมื่อคนธรรมดาซึ่งเป็นผู้กระทำความผิดหลักไม่อาจมีความรับผิดชอบตามมาตรา 161 ได้ จึงผิดได้เพียงมาตรา 264 ฐานปลอมเอกสารเท่านั้น ความรับผิดชอบของเจ้าพนักงานซึ่งเป็นผู้ใช้ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบของผู้กระทำความผิดหลัก ก็จะต้องรับผิดชอบฐานเป็นผู้ใช้ให้ปลอมเอกสารตามมาตรา 264 ประกอบมาตรา 84 เท่านั้น หรือไม?

⁵⁷ เกียรติขจร วังนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 220; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. น. 138.

⁵⁸ เกียรติขจร วังนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 224; ทวีเกียรติ มินะกนิษฐ. เล่มเดิม. หน้าเดิม.

5.1 กรณีผู้ใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด

สำหรับประเด็นปัญหาประการแรก กรณีผู้ใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด ศาลฎีกาเคยตัดสินไว้ในคำพิพากษาฎีกาที่ 2079/2536 ว่า คนธรรมดาซึ่งเป็นผู้ใช้ไม่อาจรับโทษเสมือนตัวการได้ จึงไม่อาจมีความผิดฐานเป็นผู้ใช้ให้เจ้าพนักงานปลอมเอกสารได้ คงเป็นเพียงแค่ผู้สนับสนุนให้เจ้าพนักงานปลอมเอกสารเท่านั้น คำพิพากษานี้บ่งชี้ก่อให้เกิดข้อกังขาอยู่มาก ทั้งนี้เพราะผู้ใช้ซึ่งเป็นผู้ก่อให้เกิดผู้อื่นกระทำความผิด เป็นต้นเหตุประการสำคัญของการกระทำความผิดหลัก กลับต้องรับโทษเพียงในฐานะผู้สนับสนุน ซึ่งระวางโทษเพียง 2 ใน 3 ของความผิดนั้นเท่านั้น สถานการณ์เช่นนี้จะทำให้อาชฎาการที่เป็นคนนอกวงการราชการ ที่มาก่อนให้เจ้าหน้าที่ของรัฐกระทำความผิดต่อตำแหน่งหน้าที่ราชการ ได้รับโทษไม่เหมาะสมกับความไม่ชอบธรรมของการกระทำความผิดและความชั่วของผู้กระทำ และก่อให้เกิดความยุ่งยากกลับมากระทำความผิดซ้ำอีก⁵⁹

นักกฎหมายไทยได้มีความเห็นต่อประเด็นนี้แตกต่างออกเป็น 2 ความเห็น ความเห็นแรกเห็นสอดคล้องกับคำพิพากษาของศาลฎีกาว่า หากบุคคลนั้นเป็นผู้กระทำความผิดหลักตามมาตรา 83 ไม่ได้เพราะขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด ก็จะเป็นผู้ใช้ตามมาตรา 84 ไม่ได้เช่นกัน แต่เป็นผู้สนับสนุนได้⁶⁰ ความเห็นที่สองเห็นว่า แม้จะเป็นความผิดที่ผู้กระทำต้องมีคุณสมบัติเฉพาะตัว คนธรรมดาผู้ไม่อาจเป็นผู้กระทำความผิดหลักในการกระทำความผิดเพราะขาดคุณสมบัติ ก็สามารถเป็นผู้ใช้และรับผิดฐานผู้ใช้ได้

ในระบบกฎหมายอาญาเยอรมัน ประเด็นนี้เป็นประเด็นเรื่องการปลดล็อกหลักการอยู่ในอาณัติของความผิดของผู้ร่วมกระทำความผิด (Akzessorietätslockerung)⁶² เนื่องจากหลักการอยู่ในอาณัติของความผิดของผู้ร่วมกระทำความผิดจะก่อให้เกิดปัญหาในการใช้กฎหมายบางประการ มาตรา 28 ประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน จึงคลายล็อกหลักการดังกล่าวในกรณีที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง

กรณีวรรคแรกของมาตรา 28 เป็นกรณีปลดล็อกเล็กน้อย เป็นกรณีที่คุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวที่เป็นเหตุผลของความรับผิดชอบทางอาญาของผู้กระทำความผิด ไม่ปรากฏในผู้ร่วมกระทำความผิด (ผู้ใช้หรือผู้สนับสนุน) เขาจึงได้รับลดโทษตามมาตรา 49 วรรคแรก มาตรานี้ส่งผลให้มีการลดโทษแก่ผู้ร่วมกระทำความผิดโดยยังอาศัยฐานความผิดเดียวกันกับที่ผู้กระทำความผิดหลักได้กระทำลง เช่น นายขาว คนธรรมดา ใช้ให้นายดำ เจ้าพนักงาน กระทำความผิดฐานบิตเบือนกฎหมาย (Rechtsbeugung) ตามมาตรา 339 นายขาวจะมีความผิดฐานเป็น

⁵⁹ เอกกมล บำรุงพงศ์. (2553). ความรับผิดชอบในทางอาญาของตัวการและผู้ใช้: ศึกษาเฉพาะความผิดที่กฎหมายกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้กระทำ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารนิติ). กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. น.1-4.

⁶⁰ เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 184; จิตติ ดิงศักดิ์. เล่มเดิม. น. 472-473.

⁶¹ หยุต แสงอุทัย. (2505). บุคคลที่ไม่สามารถเป็นตัวการในทางอาญา. บทบัณฑิตย, 20(4), น. 784.

⁶² Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §38, Rn.22-24; Kühl, op.cit., §20, Rn.148-151.

ผู้ใช้ (มาตรา 26) ให้ผู้อื่นกระทำความผิดฐานบิตเป็นกฎหมาย โดยชาวจะได้รับประโยชน์จากการขาดคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวเพียงได้รับลดโทษเท่านั้น⁶³

ส่วนกรณีวรรคสองของมาตรา 28 เป็นการปลดล็อกมาก เป็นกรณีที่คุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวส่งผลให้โทษหนักขึ้น เบาลง หรือยกเว้นโทษไปเลย โทษที่หนักขึ้นหรือเบาลง หรือการยกเว้นโทษนั้นจะมีผลเฉพาะกับผู้กระทำความผิดหรือผู้ร่วมกระทำความผิดที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวเท่านั้น หลักกฎหมายนี้ส่งผลให้ผู้กระทำความผิดร่วม (ตัวการ) หรือผู้ร่วมกระทำความผิด (ผู้ใช้หรือผู้สนับสนุน) รับผิดด้วยฐานความผิดที่แตกต่างกัน เช่น นายชาวนครธรมดา ใช้ให้นายดำ เจ้าพนักงาน ไปกระทำความผิดฐานทำร้ายร่างกายผู้อื่นในขณะปฏิบัติหน้าที่ (Körperverletzung im Amt) ตามมาตรา 340 วรรคแรก นายชาวนครธรมดาไม่อาจมีความผิดฐานเป็นผู้ใช้ให้ผู้อื่นกระทำความผิดตามมาตรา 340 วรรคแรกได้ แต่ต้องรับผิดฐานเป็นผู้ใช้ (มาตรา 26) ในความผิดฐานทำร้ายร่างกายผู้อื่นตามมาตรา 223 (Körperverletzung) เพราะความเป็นเจ้าพนักงานซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวซึ่งส่งผลให้โทษตามมาตรา 340 วรรคแรก หนักกว่าโทษตามมาตรา 223 มีผลเฉพาะกับนายดำซึ่งเป็นเจ้าพนักงานเท่านั้น แต่ไม่มีผลกับนายชาวนครธรมดาซึ่งเป็นคนธรรมดา⁶⁴

สรุปว่า กรณีคนธรรมดาใช้เจ้าพนักงานกระทำความผิดนั้น หากเป็นกรณีวรรคแรก ของมาตรา 28 คนธรรมดารับโทษฐานเดียวกับเจ้าพนักงาน แต่จะได้รับลดโทษ ส่วนกรณี วรรคสองของมาตรา 28 คนธรรมดาจะได้รับโทษตามฐานความผิดซึ่งเป็นบทหลักซึ่งมีโทษ น้อยกว่า

ประเด็นที่เป็นปัญหานั้นนักกฎหมายเยอรมันวิพากษ์วิจารณ์กันมากคือกรณีวรรคสอง เพราะเหตุใดคนธรรมดาใช้ให้เจ้าพนักงานไปกระทำความผิดฐานบิตเป็นกฎหมาย จึงผิดฐาน เป็นผู้ใช้ฐานบิตเป็นกฎหมายได้ แต่คนธรรมดาใช้ให้เจ้าพนักงานไปทำร้ายร่างกายในขณะ ปฏิบัติหน้าที่ กลับไม่ผิดฐานเป็นผู้ใช้ฐานทำร้ายร่างกายในขณะปฏิบัติหน้าที่ แต่ผิดแค่เป็นผู้ใช้ฐาน (คนธรรมดา) ทำร้ายร่างกาย? กลายเป็นว่าความรับผิดของผู้ร่วมกระทำความผิดไม่ได้ อยู่ในอาณัติของความรับผิดของผู้กระทำความผิดหลัก เขากลับมีความรับผิดที่เป็นอิสระของ ตัวเขาเอง Professor Dr. Roxin จึงเสนอว่า มาตรา 28 วรรคสอง จะต้องเอามาใช้ในฐานะ ที่ เป็นกฎหมายเกณฑ์ในการใช้ดุลพินิจกำหนดโทษเท่านั้น เมื่อคนธรรมดาใช้ให้เจ้าพนักงานไปกระทำ ความผิดฐานทำร้ายร่างกายในขณะปฏิบัติหน้าที่ คนธรรมดาควรต้องรับผิดฐานเป็นผู้ใช้ (มาตรา 26) ในความผิดฐานทำร้ายร่างกายในขณะปฏิบัติหน้าที่ (มาตรา 340) แต่โทษที่จะ ลงแก่คนธรรมดา จะเกินไปจากระวางโทษของความผิดฐาน (คนธรรมดา) ทำร้ายร่างกาย ตามมาตรา 223 ไม่ได้⁶⁵

⁶³ Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §38, Rn.23; Kühl, op.cit., §20, Rn.149-150.

⁶⁴ Kindhäuser/Zimmermann, Ibid, §38, Rn.24; Kühl, Ibid, §20, Rn.151.

⁶⁵ Roxin, op.cit., §27, Rn.18-19.

5.2 กรณีผู้ถูกใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด

สำหรับปัญหาประการที่สอง กรณีผู้ถูกใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวที่กฎหมายกำหนด ศาลฎีกาเคยตัดสินไว้ในคำพิพากษาฎีกาที่ 2907/2526 ว่า เจ้าพนักงานใช้ให้คนธรรมดาปลอมเอกสารสิทธิ เจ้าพนักงานผู้ที่มีความผิดฐานเป็นผู้ใช้ในความผิดฐาน (คนธรรมดา) ปลอมเอกสารสิทธิ ตามมาตรา 265 ประกอบมาตรา 84 และยังมีความผิดฐานเจ้าพนักงานปลอมเอกสารตามมาตรา 161 อีกบทหนึ่งด้วย

ส่วนทางฝ่ายตำรวจมีความเห็นว่า คนธรรมดาไม่อาจมีความผิดตามมาตรา 161 ได้ กรณีจึงถือว่าไม่มีความผิดหลักตามมาตรา 161 เกิดขึ้น เจ้าพนักงานจึงไม่อาจเป็นผู้ใช้ได้ เพราะจะมีผู้ใช้ฐานใด ต้องมีการกระทำความผิดหลักในความผิดฐานนั้น⁶⁶ เป็นการให้เหตุผลตามหลักการอยู่ในอาณัติของความผิดของผู้ร่วมกระทำความผิดนั่นเอง แต่ถือว่าเจ้าพนักงานเป็นผู้กระทำความผิดเองโดยอ้อม และคนธรรมดาเป็นผู้สนับสนุนการกระทำของเจ้าพนักงาน นอกจากนั้น คนธรรมดายังเป็นผู้กระทำความผิดหลักตามมาตรา 265 และเจ้าพนักงานมีความผิดฐานเป็นผู้ใช้ให้คนธรรมดาปลอมเอกสารสิทธิตามมาตรา 265 ประกอบมาตรา 84 อีกบทหนึ่ง⁶⁷ สรุปง่าย ๆ ว่า ฝ่ายศาลกับฝ่ายตำรวจมีความเห็นตรงกัน เพียงแต่ว่าฝ่ายตำรวจได้กล่าวไว้ชัดเจนว่า กรณีเป็นประเด็นเรื่องการกระทำความผิดโดยอ้อม

ในระบบกฎหมายอาญาเยอรมัน ประเด็นนี้เป็นประเด็นปัญหาว่าผู้ที่อยู่เบื้องหลังเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมโดยอาศัยเหตุผลใด โดยมีการพยายามโจมตีทฤษฎีนายเหนือการกระทำว่า ไม่สามารถอธิบายความเป็นผู้กระทำความผิดโดยอ้อมในกรณีนี้ได้ เพราะลำพังเพียงอธิบายโดยอาศัยความหมายของความผิดต่อหน้าที่ ก็สามารถอธิบายความรับผิดชอบของผู้กระทำความผิดโดยอ้อมได้แล้ว กล่าวคือ ความผิดที่กฎหมายกำหนดคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวของผู้กระทำความผิดเป็นความผิดประเภทที่เรียกว่า “ความผิดต่อหน้าที่” (Pflichtdelikt) ซึ่งลงโทษผู้กระทำความผิดเพราะเขาทำร้ายหน้าที่ของตนเอง เจ้าพนักงานจึงสามารถเป็นผู้กระทำความผิดได้แม้ว่าเขาจะดึงเอาคนธรรมดาที่ไม่มีหน้าที่ใด ๆ เข้ามาช่วยในการกระทำความผิดด้วย เพราะเขาได้กระทำการที่เป็นการทำร้ายหน้าที่ของตนเองแล้ว⁶⁸

Professor Dr. Roxin ซึ่งเป็นผู้ที่พัฒนาทฤษฎีนายเหนือการกระทำจนได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ได้ยอมรับถึงข้อบกพร่องของทฤษฎีนายเหนือการกระทำในประเด็นนี้ และเหมือนจะยอมรับคำอธิบายในเรื่องความผิดต่อหน้าที่ด้วย โดยกล่าวว่า หากใช้ทฤษฎีนายเหนือการกระทำมาปรับกับกรณีนี้ ทั้งคนธรรมดาผู้ออกหน้าและเจ้าพนักงานผู้อยู่เบื้องหลัง

⁶⁶ เกียรติขจร วังนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. น. 179-180; จิตติ ดิงศภัทัย. เล่มเดิม. น. 501; หยุด แสงอุทัย. เล่มเดิม. น. 113.

⁶⁷ เกียรติขจร วังนะสวัสดิ์. เล่มเดิม. หน้าเดิม.; จิตติ ดิงศภัทัย. เล่มเดิม. น. 501; หยุด แสงอุทัย. เล่มเดิม. หน้าเดิม.

⁶⁸ Jescheck/Weigend, op.cit., §62, S.669-670; Kindhäuser/Zimmermann, op.cit., §39, Rn.17.

จะไม่ต้องรับผิดชอบใด ๆ เลย เพราะผู้ออกหน้าไม่เป็นเจ้านักงาน ส่วนผู้อยู่เบื้องหลังแม้เป็นเจ้านักงาน แต่ไม่อยู่ในสถานะที่ควบคุมผู้ออกหน้าได้ ซึ่งทางออกนี้ไม่ใช่ทางออกที่ฝ่ายนิติบัญญัติต้องการโดยแน่แท้⁶⁹

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในความพิสดารที่กฎหมายกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้กระทำความผิดเอาไว้ ปัญหาว่าหากผู้ใช้หรือผู้ถูกใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัวดังกล่าว เขาจะต้องมีความรับผิดชอบอย่างไร ได้คลี่คลายออกมาเป็น 2 ปัญหาที่อาศัยทฤษฎีและหลักกฎหมายที่เป็นหลักในการคิดที่แตกต่างกัน

ปัญหาประการแรก กรณีผู้ใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือกรณีคนธรรมดาใช้ให้เจ้านักงานไปกระทำความผิด เป็นปัญหาเรื่องการคล้อยหลักการอยู่ในอาณัติของความรับผิดชอบของผู้ร่วมกระทำความผิด เพื่อให้โทษที่ลงแก่คนธรรมดาที่ขาดคุณสมบัติเฉพาะมีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ประเด็นที่น่าจะมีการถกเถียงต่อไปก็คือ กฎหมายไทยจะยอมรับหลักการคล้อยหลักดังกล่าวได้หรือไม่ และถ้าได้ กว้างขวางเพียงใด

ส่วนปัญหาประการที่สอง กรณีผู้ถูกใช้ขาดคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือกรณีเจ้านักงานใช้ให้คนธรรมดาไปกระทำความผิด เป็นปัญหาเรื่องการกระทำความผิดโดยอ้อมในความผิดต่อหน้าที่ ดังนั้น ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจึงเป็นเรื่องความหมายและลักษณะสำคัญของความผิดต่อหน้าที่ ซึ่งดูเหมือนจะยังไม่ถูกยกขึ้นมาพูดเป็นประเด็นทางวิชาการให้มีการศึกษาค้นคว้าต่อไป

⁶⁹ Roxin, op.cit., §25, Rn.279.

บรรณานุกรม

- เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. (2562). *คำอธิบายกฎหมายอาญา ภาค 1 เล่ม 2* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: กรุงสยาม พับลิชชิง.
- คณิต ณ นคร. (2560). *กฎหมายอาญา ภาคทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- จิตติ ดิงศภัทย์. (2555). *กฎหมายอาญา ภาค 1* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.
- เฉลิมชัย ศิลาขาว. (2557). *ความรับผิดทางอาญาของตัวการ: ศึกษาเฉพาะกรณีตัวการอยู่ร่วมในที่เกิดเหตุ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิติศาสตร์). กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ. (2558). *กฎหมายอาญา ภาคทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- สุรสิทธิ์ แสงวิโรจน์พัฒน์. (2541). ผู้กระทำความผิดและการร่วมกระทำความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน. *จุลพาท*, 45(3), 193.
- หยุด แสงอุทัย. (2505). บุคคลที่ไม่สามารถเป็นตัวการในทางอาญา. *บทบัญญัติ*, 20(4), 784.
- หยุด แสงอุทัย. (2556). *กฎหมายอาญา ภาค 1* (พิมพ์ครั้งที่ 21). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกกมล บำรุงพงศ์. (2553). *ความรับผิดในทางอาญาของตัวการและผู้ใช้: ศึกษาเฉพาะความผิดที่กฎหมายกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้กระทำความผิด* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิติศาสตร์). กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Amelung, K. (2016). Die anstiftung als korrumpierende aufforderung zu strafbedrohtem verhalten. *Festschrift für Friedrich-Christian Schroeder zum 70. Geburtstag*, 147.
- Herzberg, R. D. (1987). Täterschaft, mittäterschaft und akzessorietät der teilnahme. *ZStW, Heft 1*, 49.
- Jescheck, H.-H., & Weigend, T. (1996). *Lehrbuch des strafrechts allgemeiner teil* (5 Aufl.). Berlin: Duncker & Humblot.
- Kindhäuser, U., & Zimmermann, T. (2019). *Strafrecht allgemeiner teil* (9 Aufl.). Baden-Baden: Nomos.
- Kühl, K. (2015). *Strafrecht allgemeiner teil* (8 Aufl.). München: Franz Vahlen.
- Otto, H. (1987). Täterschaft, mittäterschaft, mittelbare täterschaft. *Jura, Heft 5*, 246.
- Roxin, C. (2003). *Strafrecht allgemeiner teil, band II*. München: C.H.Beck.

กระบวนการตัดสินใจซื้อมีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชม เทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

THE PURCHASING DECISION PROCESS EFFECTING TRUST IN ATTENDING THE MUSIC FESTIVAL OF ADOLESCENTS IN BANGKOK

Received: 5 July, 2022

Revised: 7 September, 2022

Accepted: 14 September, 2022

ธรรมยุทธิ์ จันท์ทิพย์*

Thamayut Jantip*

พรพรหม ชมงาม**

Pornprom Chomngam**

* นักศึกษาปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

* Master student, Master of Communication Art Program in Strategic Communications, Bangkok University

* Email: thamayut.j@bu.ac.th

** รองศาสตราจารย์ และปริญญเอก ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

** Associate Professor, Public Relations Department, School of Communication Arts, Bangkok University

** Email: pornprom.c@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น 2) เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น 3) เพื่อศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ วัยรุ่นเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 15-24 ปี ที่ตัดสินใจในการเข้าชมเทศกาลดนตรี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 138 คน โดยใช้โปรแกรม G* Power และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความโดดเด่นของตัวแปร ผลการศึกษาทั่วไป พบว่า 1) พฤติกรรมหลังการซื้อเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในกระบวนการตัดสินใจซื้อในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถบอกเล่าความรู้สึกหลังเข้าชมเทศกาลดนตรีกับเพื่อนและครอบครัว 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีในด้านความเอื้อเฟื้อของผู้จัดเทศกาลดนตรีทำให้เกิดความเชื่อมั่นมากที่สุด เพราะผู้จัดเทศกาลดนตรีตั้งใจมอบความบันเทิงและความต้องการ 3) กระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลกับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน เมื่อพิจารณาการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการตัดสินใจซื้อกับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่เมื่อวิเคราะห์ด้วยการถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้อกับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี พบว่าการค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจซื้อ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เป็นเพราะตัวแปรอิสระสามตัวคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ และการประเมินทางเลือก มีความโดดเด่นมากกว่าตัวแปรการค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจซื้อ เมื่อนำตัวแปร 2 ตัวหลังนี้เข้าโมเดล จึงไม่ทำให้ R Square ของโมเดลเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: กระบวนการตัดสินใจซื้อ ความเชื่อมั่น เทศกาลดนตรี วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

Abstract

A study of the purchasing decision process affecting trust in attending the music festival of adolescents in Bangkok aimed to study 1) the purchasing decision process in attending the music festival of adolescents 2) the trust in adolescents' attendance at the music festival 3) the purchasing decision process effecting trust in adolescents the music festival attendance. The samples size designed by G*Power were 138 male and female adolescents between the ages of 15-24 years who decide to attend music festivals and live in Bangkok. Pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis was utilized to examine the data and to find the prominent of variables, which was collected through questionnaire. The general finding indicated that 1) Adolescents' post-purchase behavior is the most significant factor in their decision to purchase tickets to a music festival because they can share with their friends and family. 2) Most of respondents were trust in attending the music festival of adolescents, in the generosity of the festive organizers of the music festival intend to provide entertainment and demand. 3) there was a statistically significant relationship between the purchasing decision process and trust in attending music festival of adolescent at 0.01 level. The results of hypothesis testing revealed that when examining the relationship between the purchasing decision process and trust in attending music festival of adolescent by using Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, the result revealed that there was a statistically significant relationship between the purchasing decision process and trust in attending music festival of adolescent at 0.01 level. But when analyzing by Multiple Regression Analysis between predictors of the purchasing decision process and trust in attending music festival of adolescent, the result showed that there was no statistically significant of information search and purchase decide at 0.05 level. Due to the three independent variables consists of post purchase evaluation, problem recognition, and evaluation of alternatives which are more prominent than information search and purchase decide. When the latter two variables were added to the model, there was no statistically significant increase in the model of R square at the 0.05 level.

Keywords: Purchasing Decision Process, Trust, Music Festival, Adolescent in Bangkok Area

บทนำ

กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจสื่อและบันเทิงในประเทศไทยได้รับความนิยมและมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ผ่านกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ก้าวหน้า โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2564 กลุ่มอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยสามารถสร้างรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศกว่า 5.5 แสนล้านบาทต่อปี หรือเติบโตราว 6.3 เปอร์เซ็นต์ จากปี พ.ศ. 2563 และคาดการณ์ว่ารายได้ของอุตสาหกรรมนี้ในประเทศไทยจะสูงกว่า 6 แสนล้านบาท ภายในปี 2567 จากการเติบโตดังกล่าวจึงทำให้อุตสาหกรรมธุรกิจสื่อและบันเทิงอยู่ในความสนใจทั้งของกลุ่มนักลงทุนหรือผู้จัดงาน และประชาชนในฐานะผู้ชมหรือผู้เสพงาน ซึ่งหนึ่งในประเภทของอุตสาหกรรมธุรกิจสื่อและบันเทิงไทยที่ได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างมากมาอย่างต่อเนื่องและยาวนานคือ เทศกาลดนตรี (Kate, 2564)

เทศกาลดนตรี เป็นงานแสดงดนตรีสดที่มีการรวมตัวของศิลปินจำนวนมากและหลากหลายแนวดนตรี ทำให้กลุ่มผู้ฟังสามารถเสพเสียงเพลงได้หลากหลายแนวดนตรี (Tangit, Kibat, & Adanan, 2016) โดยเทศกาลดนตรีนี้นั้นมีต้นกำเนิดเริ่มมาจากการงาน Newport Jazz Festival ซึ่งเป็นงานเทศกาลแสดงดนตรีครั้งแรก เกิดขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1954 ที่เมืองเคมบริดจ์ ประเทศสหรัฐอเมริกา (Gajanan, 2019) ได้รับความสนใจจากผู้ชมกว่า 13,000 คน จนได้รับการบันทึกให้เป็นประวัติศาสตร์งานเทศกาลวัฒนธรรมของประเทศสหรัฐอเมริกา (Worsley, 1981)

สำหรับเทศกาลดนตรีในประเทศไทยเกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2544 คืองานไฮเนเก้น เฟต เฟสติวัล (Heineken Fat Festival) จัดขึ้นที่โรงงานยาสูบเก่า โดยมีสถานีวิทยุกระจายเสียง 104.5 เฟตเรดิโอในขณะนั้นเป็นผู้จัดงาน โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักในการเข้าชมเทศกาลดนตรีคือ คนไทยโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น นักเรียนนักศึกษาที่เป็นฐานแฟนเพลงของคลื่นวิทยุกระจายเสียงเฟตเรดิโอ สำหรับการจัดงานครั้งแรกมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 20,000 คน (ยุทธนา บุญอ้อม, 2 กันยายน 2565)

กระบวนการตัดสินใจเป็นพฤติกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี เนื่องจากเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาขั้นพื้นฐานที่ได้ทบทวนถึงเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อที่แท้จริงของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ (2548) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีคือ การชื่นชอบในตัวศิลปิน และชอบเพลงหรือแนวเพลง ค้นหาข้อมูลของการแสดงดนตรีจากเพื่อนมากที่สุด ประเมินผลจากศิลปินและราคาบัตรมากที่สุด ผลการวิจัยยังพบอีกว่า หากเกิดความพึงพอใจหลังเข้าชมการแสดงดนตรีจะเกิดพฤติกรรมการบอกต่อบุคคลใกล้ชิด และแนะนำให้ซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรี ดังนั้น บริษัทชั้นนำต่าง ๆ จึงพยายามทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าอย่างถ่องแท้ ซึ่งก็คือประสบการณ์ทั้งหมดในการ

เรียนรู้ การเลือก การใช้ และแม้กระทั่งการหยุดใช้ผลิตภัณฑ์ โดยผู้บริโภคมักมีกระบวนการตัดสินใจซื้อจาก 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ (Kotler & Keller, 2016) จนนำไปสู่ความเชื่อมั่นที่มีต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อันเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งความสามารถ ความน่าเชื่อถือ ความเอื้อเฟื้อ และความมีชื่อเสียงของตราสินค้า

ทั้งนี้ ในยุคปัจจุบันผู้จัดงานเทศกาลดนตรีมักจะเลือกจัดงานเทศกาลดนตรีจำนวนมากในหัวเมืองใหญ่เฉกเช่นพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ศูนย์กลางความเจริญและมีความพร้อมในการจัดงาน ทั้งการคมนาคมที่สะดวก การรวมตัวของบริษัทจำนวนมากในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และที่สำคัญคือ กลุ่มประชากรวัยรุ่นที่มีความพร้อมในการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรี ดังนั้น หากผู้จัดงานเลือกจัดงานในพื้นที่กรุงเทพมหานครก็จะเอื้อประโยชน์ต่อการสร้างมูลค่าของธุรกิจการจัดงานเทศกาลดนตรีได้อย่างสำเร็จและยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจอีเวนต์และดนตรี รวมถึงนักศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอีเวนต์ และการจัดการนิทรรศการและการประชุม นำข้อมูลและผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและสร้างกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารสำหรับการจัดเทศกาลดนตรีในประเทศไทย อีกทั้งเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมดนตรีไทย พร้อมกับพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์ที่จะช่วยขับเคลื่อนและเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

Mothersbaugh, Hawkins and Kleiser (2020) กล่าวว่า สิ่งที่สำคัญเป็นพิเศษสำหรับนักการตลาดคือ สถานการณ์และแหล่งที่มาของอิทธิพลภายในและภายนอกส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออย่างไร กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย ลำดับของกิจกรรม ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินและการเลือกแบรนด์ การเลือกร้านและ

การซื้อ และกระบวนการหลังการซื้อ โดยผู้บริโภคมักมีกระบวนการตัดสินใจซื้อจาก 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ เป็นขั้นตอนที่บุคคลเกิดความรู้สึกรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพการรับรู้จากความจริงที่เกิดขึ้นกับสภาพการรับรู้ในอุดมคติ โดยรู้สึกถึงความจริงที่เกิดขึ้นต่อยาค่าว่าสภาพในอุดมคติ ก่อให้เกิดการรับรู้ถึงปัญหา (เสรี วงษ์มณฑา, 2546) เมื่อผู้บริโภครับรู้ หรือกำลังเผชิญกับปัญหา หรือถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าจากภายในหรือภายนอก ด้วยแรงกระตุ้นภายใน ความหิวกระหาย ส่งผลให้ความต้องการปกติของบุคคลจึงเพิ่มขึ้นถึงระดับวิกฤตจนกลายเป็นแรงผลักดัน ซึ่งความต้องการสามารถกระตุ้นได้ด้วยสิ่งเร้า 2) การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่รวบรวมและค้นหาเพื่อนำมาใช้เป็นทางเลือกประกอบเพื่อใช้แก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการ 3) การประเมินทางเลือก เป็นการใช้องค์ความรู้ที่ได้รับจากการค้นคว้าภายในและภายนอกนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดีหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์และบริการผ่านการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจด้วยตัวเอง เพื่อนำไปสู่ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อต่อไป ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในกระบวนการตัดสินใจซื้อ หากทางเลือกที่นำมาเปรียบเทียบมีจำนวนน้อยมักจะเกิดการภักดีต่อแบรนด์ได้ง่ายกว่าทางเลือกที่มีจำนวนมาก (สุชาติ ไตรภพสกุล, 2564) 4) การตัดสินใจซื้อ เป็นพฤติกรรม การตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นของผู้บริโภค โดยพิจารณาจากข้อมูลและการประเมินผลทางเลือกจากกระบวนการเรียนรู้และทัศนคติอย่างถ่องแท้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2540) 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ เกิดขึ้นหลังจากผู้บริโภคผู้บริโภคทดลองใช้ผลิตภัณฑ์มาระยะเวลาหนึ่งแล้ว ทำให้พิจารณาได้ถึงข้อดีหรือข้อเสียของผลิตภัณฑ์ หากผู้บริโภคพึงพอใจจะทำให้เกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำ การบอกต่อบุคคลรอบข้าง (Kotler & Keller, 2016)

จากกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้ง 5 ขั้นตอน ล้วนมีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์และการสื่อสารการตลาดในการจัดงานเทศกาลดนตรีทั้งสิ้น หากผู้จัดงานเทศกาลดนตรีเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง ก็จะสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการกำหนดรูปแบบและกิจกรรมต่าง ๆ ภายในงานเทศกาลดนตรีให้สามารถตอบสนองและดึงดูดใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเข้าชมเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

Lassoued and Hobbs (2015) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นเป็นอีกปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายเกิดความกังวลใจเมื่อต้องตัดสินใจซื้อสินค้า และจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าลดลงหรือเพิ่มมากขึ้นได้ ซึ่งความไว้วางใจในตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในตราสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัย นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในด้านคุณลักษณะแสดงให้เห็นว่า จะนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้า ทั้งนี้แนวโน้มความไว้วางใจในตราสินค้าจะขึ้นอยู่กับบริบทต่าง ๆ ดังนี้ 1) ความสามารถของตราสินค้า (Brand Competence) เป็นความสามารถ หรืออำนาจของตราสินค้าที่นำไปสู่

การแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคสามารถบรรลุเป้าหมายตามความต้องการของตนเองได้ ซึ่งความสามารถดังกล่าวเป็นทั้งทักษะและคุณสมบัติที่จะนำไปสู่เป้าหมาย และมีอิทธิพลให้บรรลุความต้องการเป้าหมายได้ 2) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand Credibility) เป็นความเลื่อมใสศรัทธาที่ตราสินค้ามีอยู่ และต้องการให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความสามารถและความตั้งใจของตราสินค้าที่ปรารถนาจะส่งมอบสิ่งต่าง ๆ ที่มีคุณค่าแก่ผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลและคุณลักษณะที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้าสามารถเพิ่มการรับรู้คุณภาพและความคุ้มค่าของตราสินค้าได้ 3) ความเอื้อเฟื้อของตราสินค้า (Brand Benevolence) เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความเอื้อเฟื้อขององค์กรที่เป็นเจ้าของตราสินค้าที่มีต่อผู้บริโภค ผ่านการรับรู้ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสุขภาพของผู้บริโภค ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ที่ผู้บริโภคจะได้รับหลังจากซื้อสินค้า 4) ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า (Brand Reputation) คือ ชื่อเสียงของตราสินค้าที่มาจากความคิดเห็นของผู้อื่นที่แสดงให้เห็นว่าตราสินค้านั้นมีคุณภาพดีและน่าเชื่อถือ นอกจากจะสามารถพัฒนาขึ้นจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์แล้ว ยังเกิดจากอิทธิพลของคุณภาพและการใช้งานหรือบริการ ซึ่งความมีชื่อเสียงของตราสินค้าจะนำไปสู่ความคาดหวังของผู้บริโภคที่เป็นบวกต่อตราสินค้า

หากผู้จัดงานเทศกาลดนตรีสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อจัดงานได้ตรงตามความต้องการ และสร้างความมั่นใจด้วยกลวิธีต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายก็จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดกับผู้บริโภคได้ นำไปสู่การสร้างตราสินค้าที่มีความแข็งแรง ผลลัพธ์สุดท้ายคือความจงรักภักดีที่มีต่อตราสินค้านั้นตลอดไป

3. แนวคิดที่เกี่ยวกับเทศกาลดนตรี

Tangit et al. (2016) ให้นิยามของคำว่าเทศกาลดนตรี หมายถึง งานแสดงดนตรีสดที่มีการรวมตัวของศิลปินจำนวนมากและหลากหลายแนวดนตรี ทำให้กลุ่มผู้ฟังสามารถฟังดนตรีได้อย่างหลากหลาย โดยอาจแบ่งองค์ประกอบพื้นฐานได้ 7 องค์ประกอบ คือ 1) ศิลปินที่มีหลากหลายวงดนตรี ทั้งที่มาจากค่ายเพลงเดียวกันหรือต่างค่ายเพลง 2) สถานที่จัดงาน โดยพิจารณาจากหลายปัจจัยทั้งความจุผู้เข้าชม ความสวยงามของภูมิทัศน์ และความสะดวกในการเดินทาง 3) เวที เริ่มตั้งแต่เวทีเดี่ยวไปจนถึงหลายเวที แต่โดยมากจะมีหลายเวทีเพื่อให้สามารถรวบรวมกลุ่มคนจำนวนมากที่มีความชอบแนวดนตรีแตกต่างกันมารวมอยู่ด้วยกันได้ 4) กิจกรรมและความบันเทิงต่าง ๆ เช่น งานศิลปะในรูปแบบการตกแต่งภายในงาน มายากล กายกรรม ขบวนพาเหรด เวิร์คช็อป 5) อาหาร เครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา 6) บรรยากาศของงานเป็นได้ทั้งภาพและเสียง อาจจะมาจากการมีศาสตร์ของสถานที่จัดงาน หรือการตกแต่งสถานที่จัดงานเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ชมงานเกิดสุนทรีภาพในการฟังดนตรี 7) ผู้ชมงาน ซึ่งมีลักษณะทางประชากรและลักษณะภายในจิตใจที่มีความหลากหลาย (ยุทธนา บุญอ้อม, 2 กันยายน 2564)

เนื่องจากเทศกาลดนตรีเป็นงานแสดงดนตรีสดที่มีศิลปินจำนวนมากและกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีกระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชม อันเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกตัวเอง ประกอบกันจนเกิดความเชื่อมั่นด้วยเหตุนี้ การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อและความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีจึงมีความสำคัญกับผู้จัดงานเทศกาลดนตรี เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการกำหนดกลยุทธ์การจัดงานและการสื่อสารตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการมีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

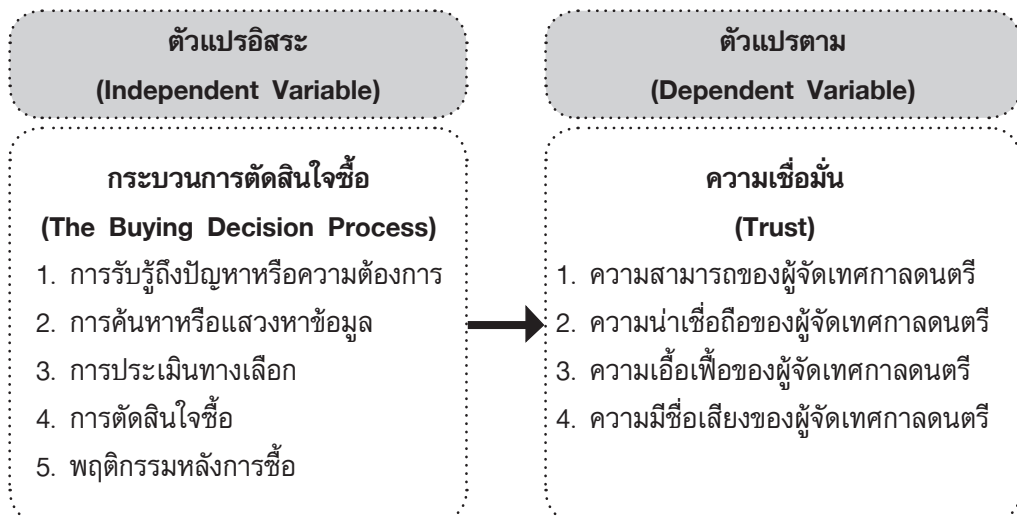
สมมติฐานที่ 2 การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูลมีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 การประเมินทางเลือกมีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 การตัดสินใจซื้อ มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดตามทฤษฎี



ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างคือ วัยรุ่นเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 15-24 ปี ที่ตัดสินใจในการเข้าชมเทศกาลดนตรี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจัดทำในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 ซึ่งการกำหนดช่วงอายุช่วงต้นเพื่อให้สอดคล้องกับองค์การสหประชาชาติ และวารสารการแพทย์ Lancet Child & Adolescent Health ที่มีการขยายช่วงเวลาที่มีมนุษย์พ้นจากวัยเด็กแต่ยังไม่เข้าสู่วัยผู้ใหญ่ให้ยาวนานขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปร เพื่อนำผลมาอธิบายการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของตัวแปรนั้น โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร (Discovery of relationship between variables) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 138 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่สามารถระบุขอบเขตของจำนวนประชากรได้อย่างครบถ้วน (Infinite population) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้คือ วัยรุ่นเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 15-24 ปี ที่ตัดสินใจในการเข้าชมเทศกาลดนตรี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 138 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Input Effect Size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power ($1-\beta$ err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 5 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 138

หลังจากนั้น ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ตอบออกเป็น 2 Clusters คือ ช่วง 1-30 พฤศจิกายน 2564 และ 1-30 ธันวาคม 2564 เนื่องจากปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ในช่วง 1-30 ธันวาคม 2564 และหยุดเก็บข้อมูลเมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 138 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ใช้วัดถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ส่วนที่ 2) คำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรี ได้แก่ (1) การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ (2) การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล (3) การประเมิน

ทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อ และ ส่วนที่ 3) คำถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี ได้แก่ 1) ความสามารถของผู้จัดเทศกาลดนตรี (2) ความน่าเชื่อถือของผู้จัดเทศกาลดนตรี (3) ความเอื้อเฟื้อของผู้จัดเทศกาลดนตรี และ (4) ความมีชื่อเสียงของผู้จัดเทศกาลดนตรี ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale 5 ระดับ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ที่ 0.99 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ก่อนการเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.89 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้ 1) นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบนำร่องจากกลุ่มตัวอย่างมาสร้างเป็นแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นมา หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังฝ่ายการตลาดของบริษัทเอกชนที่เป็นผู้จัดเทศกาลดนตรีและคอนเสิร์ตจำนวน 2 แห่ง ที่ผู้วิจัยได้ทำจดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลการวิจัยโดยผ่าน Google Form เป็นที่เรียบร้อยแล้ว 2) ตรวจสอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับมาเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากร		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	35	25.4
	หญิง	103	74.6
อายุ	15-19 ปี	74	53.6
	20-24 ปี	64	46.4
การศึกษา	มัธยมศึกษา/ปวช.	30	21.7
	อนุปริญญา/ปวส.	2	1.4
	ปริญญาตรี	105	76.1
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.7
รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	70	50.7
	5,001 - 10,000 บาท	38	27.5
	10,001 - 15,000 บาท	17	12.3
	15,001 บาทขึ้นไป	13	9.4

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 74.6 มีอายุระหว่าง 15-19 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 76.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรี

กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ	3.95	0.65	มาก
การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล	3.85	0.73	มาก
การประเมินทางเลือก	4.08	0.76	มาก
การตัดสินใจซื้อ	3.98	0.73	มาก
พฤติกรรมหลังการซื้อ	4.13	0.69	มาก
รวม	4.00	0.71	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.71) โดยกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.69) อยู่ในระดับมาก อันดับสอง การประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมาก อันดับสาม การตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.73) อยู่ในระดับมาก อันดับสี่ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.65) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.73) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี

ความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความสามารถของผู้จัดเทศกาลดนตรี	4.18	0.59	มาก
ความน่าเชื่อถือของผู้จัดเทศกาลดนตรี	4.21	0.65	มาก
ความเอื้อเฟื้อของผู้จัดเทศกาลดนตรี	4.25	0.65	มาก
ความมีชื่อเสียงของผู้จัดเทศกาลดนตรี	4.19	0.66	มาก
รวม	4.21	0.64	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.64) โดยกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความเอื้อเฟื้อของผู้จัดเทศกาลดนตรี ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.65) อยู่ในระดับมาก อันดับสอง ความน่าเชื่อถือของผู้จัดเทศกาลดนตรี ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.65) อยู่ในระดับมาก อันดับสาม ความมีชื่อเสียงของผู้จัดเทศกาลดนตรี ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.66) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย ความสามารถของผู้จัดเทศกาลดนตรี ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.59) อยู่ในระดับมาก

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการตัดสินใจซื้อและความเชื่อมั่นในการเข้าชมของวัยรุ่น

ตัวแปร	การรับรู้ ปัญหา/ความ ต้องการ	การค้นหา หรือแสวง หาข้อมูล	การประเมิน ทางเลือก	การตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรม หลังการซื้อ	ความเชื่อมั่น ในการ เข้าชมฯ
1. การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ	1	.476**	.419**	.553**	.488**	.530**
2. การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล	.476**	1	.322**	.568**	.528**	.432**
3. การประเมินทางเลือก	.419**	.322**	1	.603**	.489**	.511**
4. การตัดสินใจซื้อ	.553**	.568**	.603**	1	.529**	.549**
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ	.488**	.528**	.489**	.529**	1	.608**

หมายเหตุ. **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2 tailed), ตัวแปร ความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี คือ ตัวแปรในภาพรวม ตัวแปรที่เหลือทั้งหมดคือ ตัวแปรในภาพย่อย

จากตารางที่ 4 พบว่า โดยภาพรวม กระบวนการตัดสินใจซื้อมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น ในระดับปานกลาง ($r = .432^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูลมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น

ในระดับมาก ($r = .530^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การประเมินทางเลือก มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น ในระดับมาก ($r = .511^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การตัดสินใจซื้อมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น ในระดับมาก ($r = .549^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมหลังการซื้อมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น ในระดับมาก ($r = .608^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ระหว่างตัวแปรพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้อกับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	1.385	.260		5.335	.000		
การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ	.176	.068	.205	2.598	.010	.620	1.613
การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล	.015	.063	.019	.237	.813	.579	1.728
การประเมินทางเลือก	.121	.060	.164	2.013	.046	.583	1.716
การตัดสินใจซื้อ	.111	.072	.146	1.552	.123	.441	2.269
พฤติกรรมหลังการซื้อ	.275	.066	.341	4.144	.000	.574	1.743

หมายเหตุ. a. Dependent Variable: ความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี F (5, 132) = 25.192, Sig. = 0.000 < 0.05, R Square = 0.488

จากตารางที่ 5 พบว่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.613 – 2.269 ต่ำกว่า 4 แสดงว่าตัวแปรอิสระในโมเดลนี้ไม่น่าจะมีปัญหา Multicollinearity

เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า สถิติ F (5, 132) มีค่าเท่ากับ 25.192 และค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แปลว่า ในภาพรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในภาพย่อย พบว่า

1) สถิติที (t) ของตัวแปร การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ มีค่าเท่ากับ 2.598 และค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แปลว่า ตัวแปร การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) สถิติที (t) ของตัวแปร การประเมินทางเลือก มีค่าเท่ากับ 2.013 และค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แปลว่า ตัวแปร การประเมินทางเลือก ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) สถิติที (t) ของตัวแปร พฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่าเท่ากับ 4.144 และค่า Sig. เท่ากับ .000 แปลว่า ตัวแปร พฤติกรรมหลังการซื้อ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

4) สถิติที (t) ของตัวแปร การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล มีค่าเท่ากับ .237 และค่า Sig. มากกว่า 0.05 แปลว่า ตัวแปร การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล ไม่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) สถิติที (t) ของตัวแปร การตัดสินใจซื้อ ค่าเท่ากับ 1.552 และค่า Sig. มากกว่า 0.05 แปลว่า ตัวแปร การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล ไม่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาจากค่า Beta แล้ว พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีมากที่สุดคือตัวแปร พฤติกรรมหลังการซื้อ (Beta = .341) ตามด้วยตัวแปร การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ (Beta = .205) และตัวแปร การประเมินทางเลือก (Beta = .164) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ในตารางที่ 5 จะพบว่า ตัวแปร การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจซื้อ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจซื้อ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในตารางที่ 5 นั้นไม่ได้แปลว่า ตัวแปร การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจซื้อ ไม่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่แปลว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่ทำให้ R Square (ภาพรวม) ของโมเดลเพิ่มขึ้นจาก 48.80% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้โดยตัวแปรอิสระทั้งห้าตัวรวมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ 48.80% ($0.488 \times 100 = 48.80\%$)

อภิปรายผลการวิจัย

โดยภาพรวมกระบวนการตัดสินใจซื้อมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่น ทั้งด้านการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาหรือแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมหลังการซื้อ ตรงตามสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ Lassoued and Hobbs (2015) ที่กล่าวว่า วัยรุ่นให้ความสำคัญกับความพึงพอใจและความต้องการแบบปัจเจกที่เกิดขึ้นภายในตนเอง ทั้งการผ่อนคลายความเครียด การได้ใกล้ชิดกับศิลปินที่ชื่นชอบ และการทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน

ประกอบกับปัจจัยภายนอกที่เข้ามากระตุ้นหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรี ทั้งในด้านการนำเสนอข่าวสารของผู้จัดงานและสื่อมวลชน โดยจะพิจารณาปัจจัยหลากหลายด้านประกอบกันเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและผลประโยชน์สูงสุด นำไปสู่การเกิดความเชื่อมั่นทั้งด้านความสามารถ ความน่าเชื่อถือ ความเอื้อเฟื้อ และความมีชื่อเสียงของผู้จัดงานเทศกาลดนตรี รวมถึงหากเกิดความพึงพอใจหลังเข้าชมการแสดงดนตรีจะเกิดพฤติกรรมการบอกต่อบุคคลใกล้ชิดและแนะนำให้ซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรี รองลงมาคือการซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีในครั้งต่อไป (Kotler & Keller, 2016)

ทว่า หากพิจารณาจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างตัวแปรพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้อกับความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี เมื่อพิจารณาภาพรวม พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีมากที่สุดคือตัวแปร พฤติกรรมหลังการซื้อ แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นมีพฤติกรรมการสื่อสารกับบุคคลใกล้ชิดและบุคคลรอบข้างเพื่อบอกเล่าความรู้สึกที่มีต่อการเข้าชมเทศกาลดนตรี ฉะนั้นหากผู้จัดงานเทศกาลดนตรีสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจให้แก่วัยรุ่นได้โดดเด่น ก็จะสามารถทำให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมการบอกต่อ ตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรีซ้ำ และมีความจงรักภักดีในผู้จัดงานเทศกาลดนตรีนั้นต่อไปในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีกมล ไทยภักดี และธีรพล ภูริต (2560) เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อเทศกาลดนตรีในประเทศไทย พบว่า ความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และความภักดีของผู้เข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กัน โดยความพึงพอใจมีอิทธิพลเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ เนื่องจากความพึงพอใจก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และท้ายที่สุดคือเกิดความภักดีทั้งโดยตรงโดยอ้อมต่อเทศกาลดนตรี ส่งผลให้เทศกาลดนตรีและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ

ดังนั้น ผู้จัดงานเทศกาลดนตรีจะต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารตลาดด้วยการเน้นกระบวนการตัดสินใจซื้อที่คำนึงถึงความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นที่ต้องการความบันเทิง ความคุ้มค่า การใส่ใจการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลายแหล่ง และต้องให้ความสำคัญกับการจัดงานที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียง เนื่องจากวัยรุ่นเข้าชมเทศกาลดนตรีจากผู้จัดงานที่มีชื่อเสียง หากผู้จัดงานเทศกาลดนตรีสามารถดำเนินกลยุทธ์ได้ตามที่กล่าวมาก็จะทำให้วัยรุ่นเกิดความประทับใจและเชื่อมั่นในเทศกาลดนตรีนั้น นำไปสู่การบอกเล่าความรู้สึกหลังชมเทศกาลดนตรีกับบุคคลใกล้ชิด หรือการบอกต่อ ทำให้เกิดการเพิ่มจำนวนผู้ชมและเกิดความภักดีในเทศกาลดนตรีนั้นได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. จากการศึกษาพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ การประเมินทางเลือก และการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ เป็นหัวข้อที่วัยรุ่นให้ความสำคัญมาก ดังนั้นผู้จัดเทศกาลดนตรีควรให้ความสำคัญกับการจัดเทศกาลดนตรีที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือพึงพอใจของวัยรุ่นให้ได้มากที่สุด เพราะวัยรุ่นให้ความสนใจในเรื่องความคุ้มค่าและประโยชน์ที่ได้รับสูงสุด โดยเฉพาะเรื่องของความบันเทิงภายในงานทั้งจากศิลปิน ที่อาจจะเพิ่มจำนวนศิลปินให้มากยิ่งขึ้น หรือการเปิดโอกาสให้ศิลปินและวัยรุ่นได้ทำกิจกรรมร่วมกัน รวมถึงการเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้ทำกิจกรรมกับเพื่อนผ่านบูธกิจกรรมต่าง ๆ ภายในงานที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะเป็นกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้เป็นกลุ่ม หากสามารถทำได้เช่นนั้นก็จะทำให้วัยรุ่นเกิดพฤติกรรมการบอกเล่าความรู้สึกหลังเข้าชมเทศกาลดนตรีกับบุคคลใกล้ชิดและบุคคลรอบข้าง และเข้าชมเทศกาลดนตรีเดิมซ้ำอีกในอนาคต

2. ผู้จัดเทศกาลดนตรีควรให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในรูปแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ด้วยการจัดทำข้อมูลนำเสนอในสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ดีจากงานเทศกาลดนตรีที่ได้เข้าร่วม เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรีได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่นมีพฤติกรรมหลังการซื้อด้วยการบอกเล่าความรู้สึกหลังชมเทศกาลดนตรีกับบุคคลใกล้ชิดและบุคคลรอบข้าง ดังนั้นบุคคลใกล้ชิดและบุคคลรอบข้างของวัยรุ่นจึงเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดในการชักจูงใจให้วัยรุ่นตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรีได้เป็นอย่างดี

3. จากการศึกษาพบว่า ความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเอื้อเฟื้อของผู้จัดเทศกาลดนตรี เป็นหัวข้อที่วัยรุ่นให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้จัดเทศกาลดนตรีควรให้ความสำคัญดังนี้ 1) การตอบสนองความบันเทิงและความต้องการตามความคาดหวังของกลุ่มวัยรุ่น ทั้งการเพิ่มความหลากหลายแนวดนตรี และการมีศิลปินจำนวนมาก รวมถึงการมีกิจกรรมหลากหลายประเภทเพื่อให้วัยรุ่นสามารถทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อนได้ 2) ใส่ใจและคำนึงถึงสภาพแวดล้อมภายในงาน เช่น การส่งเสริมกิจกรรมภายในงานให้มีจำนวนชียะน้อยที่สุด มีกิจกรรมให้ร่วมแยกชียะ การมีจุดทิ้งชียะที่แยกประเภทอย่างชัดเจนและเพียงพอ การจัดงานที่ไม่ก่อมลภาวะทั้งทางเสียงและสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่จัดงานเป็นวัสดุในการจัดงานศิลปะสำหรับตกแต่งภายในงาน 3) ดูแลความเรียบร้อยของพื้นที่หลังจัดงานให้คงสภาพเดิมอย่างรวดเร็วหรือฟื้นฟูสภาพพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ของชุมชนต่อไป 4) ใส่ใจดูแลสุขลักษณะของผู้เข้าร่วมงาน เช่น การจัดห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ การมีจุดปฐมพยาบาล

ที่ได้รับมาตรฐานและสามารถปฏิบัติงานได้ทันทั้งที่หากมีเหตุฉุกเฉิน 5) ควรสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ท้องถิ่น และพื้นที่โดยรอบของการจัดงาน เช่น การจัดพื้นที่ให้พ่อค้าแม่ค้าในพื้นที่จำหน่ายสินค้าภายในงานได้ การติดต่อประสานว่าจ้างคนในพื้นที่เป็นทีมงานหรือมีส่วนร่วมในการจัดงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น ไม่ครอบคลุมกลุ่มประชากรในช่วงอายุอื่น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปจึงสามารถศึกษากลุ่มประชากรในช่วงอายุอื่น ๆ ได้ เนื่องจากเทศกาลดนตรีมีกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย และมีแนวโน้มการจัดเทศกาลดนตรีที่เน้นผู้ชมเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (Niche Market) เนื่องจากบุคคลในสังคมปัจจุบันมีความต้องการแตกต่างกันและมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น หากศึกษาวิจัยก็จะทำให้ได้รับข้อมูลอันเป็นประโยชน์เพื่อนำมาใช้ในการจัดงานเทศกาลดนตรีที่ตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและประสบความสำเร็จในการจัดงาน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้นำให้ทราบถึงผลการศึกษาเพียงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบ Onsite ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกับในรูปแบบ Online หรือ Virtual ก็ได้ ดังนั้นจึงสามารถศึกษาวิจัยถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีในรูปแบบ Online หรือ Virtual ในอนาคตได้

บรรณานุกรม

- ทวีศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ. (2548). *กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธนา บุญอ้อม. (2564, 2 กันยายน). *จุดกำเนิดเทศกาลดนตรีในประเทศไทย*. (นายธรรมยุทธ์ จันทร์ทิพย์, ผู้สัมภาษณ์).
- ศรกมล ไทยภักดี, และธีรพล ภูริต. (2559). *การศึกษาความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อเทศกาลดนตรีในประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). *การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.
- สุชาติ ไตรภพสกุล. (2564). *หลักการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *หลักการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- Kate, P. T. (2564). *PwC ประเทศไทย คาดปี 64 รายได้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทย* เฉียด 5.5 แสนลพ. สืบค้นจาก <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2021/press-release-27-01-21-th.html>
- Gajanan, M. (2019). *How music festivals became a massive business in the 50 years since woodstock*. Retrieved from <https://time.com/5651255/business-of-music-festivals/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. London: Pearson Education.
- Lassoued, R., & Hobbs, J. E. (2015). Consumer confidence in credence attributes: The role of brand trust. *Food Policy*, 52(1), 99-107.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Tangit, T. M., Kibat, S. A., & Adanan, A. (2016). Lesson in managing visitors experience: The case of Future Music Festival Asia (FMFA) 2014 in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 37, 25-27. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567116300922>.
- Worsley, J. A. (1981). *The newport jazz festival: A clash of cultures*. London: ProQuest Dissertations Publishing.

การค้าชายแดนด้านสิงขรกับการพัฒนาเศรษฐกิจ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และเศรษฐกิจไทย

SINGKHON BORDER TRADE AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE AND THE THAI ECONOMY

Received: 27 June, 2022

Revised: 17 September, 2022

Accepted: 17 September, 2022

อรวรรณ นักปราชญ์*

Orawan Nugprachaya*

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Intelligence Unit ปี 2562 ได้รับทุนจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

* นักวิจัย สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

* Researcher, Institute of East Asian Studies, Thammasat University

* Email: orawan@asia.tu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพทางเศรษฐกิจของด่านสิงขร เมืองมะริด และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และวิเคราะห์โอกาส รวมถึงการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ ณ ด่านสิงขร ผู้การพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และการพัฒนาเศรษฐกิจไทย เนื่องจากการค้าชายแดน นับว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและเศรษฐกิจของจังหวัด เป็นช่องทางที่ช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การค้า และแรงงานขึ้น โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับด่านสิงขรและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจากการทบทวนเอกสาร งานวิจัย เอกสารทางราชการเกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัด ตัวชี้วัดเศรษฐกิจของจังหวัด และการค้าชายแดน ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพทางเศรษฐกิจของด่านสิงขร เมืองมะริด และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เอื้อต่อการทำการค้าระหว่างกัน มีโอกาสในการเชื่อมโยงกันทั้งด้านการค้าสินค้า (Trade in goods) การค้าบริการ (Trade in services) รวมถึงการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัสดุก่อสร้าง สินค้าอุปโภคบริโภค วัตถุดิบด้านประมง และบริการด้านท่องเที่ยว รวมถึงการลงทุนด้านธุรกิจท่องเที่ยว นำเที่ยว และโรงแรม

คำสำคัญ: การค้าชายแดน การพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัด การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ SWOT

Abstract

This research studied and analyzed the economic potential of the border checkpoint, Singkhon Pass for Myeik, Myanmar and Prachuap Khiri Khan Province, Thailand. In addition, opportunities and economic links at the border checkpoint, Singkhon Pass for economic development in Prachuap Khiri Khan Province and Thailand were examined. Border trade is vital to the national economic system and provincial economy as a channel motivating trade and labor. Strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) was used as a tool for data collection and analysis of the in-depth interviews and focus groups discussion on the border

checkpoints - Singkhon Pass and Prachuap Khiri Khan Province of the the public and private sector in Prachuap Khiri Khan. Research and official documents relating to provincial economic development plans, provincial economic indicators, and border trade were also evaluated. Results were that the economic potential of the border checkpoint, Singkhon Pass; Myeik; and Prachuap Khiri Khan Province facilitated mutual trade. Trade linkage opportunities included for goods and services; investment, especially in building materials; consumer goods; raw fishing industry materials; and tourism services, as well as investment in tourism, travel agencies, and hotels.

Keywords: Border Trade, Provincial Economic Development, Economic Linkage, SWOT analysis

บทนำ

การค้าชายแดน นับว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและเศรษฐกิจของจังหวัด ในปี 2564 พบว่า การค้าชายแดนรวมของไทย มีมูลค่า 924,080.72 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.8 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศทั้งหมดของไทย และมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 5.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ประเทศไทยมีด้านการค้าที่สำคัญที่มีการค้าระหว่างประเทศมูลค่าสูง อาทิ ด้านสะเดา ด้านศุลกากรสะเดา จังหวัดสงขลา (ชายแดนไทย-มาเลเซีย) มีมูลค่าการค้าในปี 2564 อยู่ที่ 278,681.63 ล้านบาท ด้านศุลกากร

แม่สอด จังหวัดตาก (ชายแดนไทย-เมียนมา) มีมูลค่าการค้า 106,649.14 ล้านบาท ด้านหนองคาย จังหวัดหนองคาย (ชายแดนไทย-สปป.ลาว) มีมูลค่าการค้า 75,026.52 ล้านบาท และด่านอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (ชายแดนไทย-กัมพูชา) มูลค่าการค้า 103,238.06 ล้านบาท เป็นต้น

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มูลค่าการค้าชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน CLM (กัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมา) มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 80 ของมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับประเทศกัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมา โดยเฉพาะเมียนมา เนื่องจากกำลังซื้อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่เปิดกว้างมากขึ้น ซึ่งเมียนมายังไม่สามารถผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการการบริโภคในประเทศได้อย่างเพียงพอ การนำเข้าจึงมีความสำคัญ และประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นในเมียนมาได้เป็นอย่างดี ทั้งคุณภาพ รูปลักษณ์ ความสวยงาม และความทันสมัย ประกอบกับพรมแดนของไทยกับเมียนมาที่ติดต่อกันถึง 2,401 กิโลเมตร และมีช่องทางคมนาคมในหลายจังหวัดของไทย

ที่อยู่ติดกับเมียนมา อาทิจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ตาก กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และระนอง (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2557)

ด่านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นหนึ่งในจุดเชื่อมโยงการค้าระหว่างไทยกับเมียนมา และเป็นจุดเชื่อมโยงการค้าระหว่างไทยกับเมืองมะริดของเมียนมา เนื่องจากมะริด เป็นเมืองที่มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ห่างจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ประมาณ 201 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากด่านสิงขร ประมาณ 185 กิโลเมตร ด่านสิงขรจึงเป็นด่านการค้าที่สำคัญของไทยในฝั่งตะวันตกอีกแห่งหนึ่ง หรือ อาจจะเรียกได้ว่าเป็นประตูการค้าฝั่งตะวันตกของไทยอีกแห่งหนึ่งด้วยเช่นกัน เดิมด่านสิงขร เป็นจุดผ่อนปรนด่านสิงขร (ติดกับบ้านหนองหิน ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ได้รับการยกระดับเป็นจุดผ่านแดนถาวรเมื่อปี 2553 ส่งผลให้มูลค่าการค้าชายแดนเพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่า 30 ล้านบาท (ภัทรวิทย์ โอฬารวัตร, 2556) พร้อมทั้งยังสร้างโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้ผู้ประกอบการไทยในหลายธุรกิจ อาทิ ประมง หอพัก เย็น เกษตรและเกษตรแปรรูป โรงแรมและการท่องเที่ยว (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2557) จากนั้นในปี 2558 กระทรวงมหาดไทยประกาศเปิดจุดผ่อนปรนพิเศษด่านสิงขรส่งผลให้มูลค่าการค้า ด่านสิงขรเพิ่มขึ้นอย่างมากตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา และในปี 2563 พบว่า มูลค่าการค้าชายแดนไทย-เมียนมา ผ่านด่านสิงขร อยู่ที่ 1,443.55 ล้านบาท (ด่านศุลกากรประจวบคีรีขันธ์, 2562)

ขณะที่ผลิตภัณฑ์จังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ของประจวบคีรีขันธ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยการขยายตัวของเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เติบโตมากที่สุดในช่วงปี 2554 ทุกภาคการผลิตขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากปี 2558-2560 และในปี 2560 GPP ประจวบคีรีขันธ์ ณ ราคาประจำปี มีมูลค่า 94,298 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 95,742 ล้านบาท ในปี 2561 และเพิ่มขึ้นเป็น 97,179 ล้านบาท ในปี 2562 สำหรับสัดส่วนผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อผลิตภัณฑ์ภาค (Gross Regional Product: GRP) ตะวันตก ในปี 2562 พบว่า อยู่ที่ร้อยละ 16.4 โดยผลิตภัณฑ์ภาคตะวันตก มีมูลค่า 590,770 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 1.4 และ GDP ของไทยในปี 2562 มีมูลค่า 16,892,410 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.2 ซึ่งจากการเติบโตทางเศรษฐกิจดังกล่าว การค้าชายแดนไม่เพียงจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ขยายตัว ส่งผลต่อไปยังการขยายตัวของเศรษฐกิจของภูมิภาค และยังช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

จากความสำคัญของด่านสิงขรในการเป็นประตูการค้าฝั่งตะวันตกของไทย และเป็นจุดเชื่อมโยงการค้าระหว่างไทยและเมียนมา ณ เมืองมะริด จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจของด่านสิงขร เมืองมะริด และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อวิเคราะห์โอกาสและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ ณ ด่านสิงขร สู่การพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และเศรษฐกิจไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการปรับตัวและวางยุทธศาสตร์การค้าต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพทางเศรษฐกิจ ณ ด้านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเมืองมะริด ประเทศเมียนมา
2. เพื่อวิเคราะห์โอกาสและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ ณ ด้านสิงขร สู่การพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และการพัฒนาเศรษฐกิจไทย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการค้าชายแดน

การค้าชายแดน หมายถึง การส่งสินค้าออกนอกราชอาณาจักรไทยไปประเทศที่มีพรมแดนติดไทยและการนำเข้าสินค้าจากประเทศดังกล่าว เข้าราชอาณาจักรไทยที่ดำเนินการ ณ ด้านที่ตั้งขึ้นบริเวณเขตแดนทางบก บนทางอนุมติ เพื่อประโยชน์ในการตรวจของที่ขนส่งโดยทางนั้น ๆ ซึ่งครอบคลุมการส่งออกสินค้าไปนอกราชอาณาจักรไทยต่อไปยังประเทศที่สาม และการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่สามผ่านพรมแดนประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดไทยตามความตกลงด้านขนส่งระหว่างประเทศ (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2563)

การค้าผ่านแดน หมายถึง การส่งสินค้าออกฯ ผ่านพรมแดนประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดไทยไปยังประเทศที่สาม และการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่สามผ่านพรมแดนประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดไทยตามความตกลงด้านขนส่งระหว่างประเทศ โดยปัจจุบันมีการจำแนกข้อมูลเฉพาะประเทศจีน (ตอนใต้) เวียดนาม และสิงคโปร์ เท่านั้น (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2563)

จุดผ่านแดน หมายถึง ด้านที่ตั้งขึ้น ณ ด้านพรมแดนที่อยู่ภายใต้การควบคุมของศุลกากร เพื่อให้การอำนวยความสะดวกต่อการค้าชายแดนเป็นไปอย่างถูกต้องรัดกุมและเหมาะสมกับสภาพในปัจจุบัน (มาตรา 51 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560) (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2563)

จุดผ่านแดนถาวร หมายถึง จุดผ่านแดนที่เปิดขึ้นตามความเห็นพ้องในระดับนโยบายของทั้ง 2 ประเทศ เพื่อประโยชน์ต่อการค้าและการสัญจรของบุคคล ยานพาหนะ รวมทั้งการเดินทางเข้า-ออกของบุคคลจากประเทศที่สาม โดยเป็นไปตามระบบสากลที่เกี่ยวกับ การเดินทางและความตกลงในการสัญจรข้ามแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2563)

จุดผ่านแดนชั่วคราว หมายถึง จุดผ่านแดนที่เปิดเป็นการเฉพาะกิจ เพื่อเหตุฉุกเฉิน จำเป็นเฉพาะคราวเท่านั้น ไม่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้า และในบริเวณนั้นหรือบริเวณใกล้เคียง ไม่มีจุดผ่านแดนประเภทอื่น หรือมีแต่ไม่สามารถใช้ หรือไม่เหมาะกับการใช้ด้วยเหตุผลต่าง ๆ (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2563)

จุดผ่อนปรนการค้า หมายถึง จุดผ่านแดนที่เปิดขึ้นเพื่อการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า เครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่ชายแดนทั้งสองประเทศ (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2563)

จุดผ่อนปรนพิเศษ หมายถึง จุดผ่านแดนที่เปิดขึ้นตามนโยบายของรัฐบาลที่จะเปิดจุดผ่านแดนในจุดที่ยังไม่สามารถเปิดเป็นจุดผ่านแดนถาวรได้ แต่เพื่อไม่ให้เสียโอกาสที่ประเทศจะได้รับ เพื่อประโยชน์ทางการค้า การท่องเที่ยว และการสัญจรของบุคคลและยานพาหนะ (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2563)

ซึ่งการค้าและผ่านแดนจะประสบความสำเร็จได้ ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบด้านการอำนวยความสะดวกการค้าการลงทุน ทั้งที่เป็น Hard และ Soft infrastructure ตามการศึกษาของ Ruankham, Rompho, Rangsaritvorakarn, and Pathan (2019) ที่เสนอว่าปัจจัยที่ทำให้การค้าชายแดน (ในกรณีของไทย-สปป. ลาว-เวียดนาม-จีน) ประสบความสำเร็จควรประกอบด้วย 1. Hard Infrastructure อาทิเช่น การอำนวยความสะดวกด้านการโลจิสติกส์ ความพร้อมของถนน จุดพักรถ เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุระหว่างการขนส่ง เป็นต้น ทั้งนี้ยังรวมถึง 2. Soft infrastructure การอำนวยความสะดวกด้านการค้าชายแดนและข้ามแดน เช่น การอำนวยความสะดวกด้านการผ่านแดน เอกสารผ่านแดน การย่นระยะเวลาผ่านแดน การลดจำนวนเอกสารผ่านแดน รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกในการผ่านแดน ทั้งผู้โดยสารและสินค้า

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis) ถูกคิดค้นโดย อัลเบิร์ต เอส ฮัมฟรี (Albert S Humphrey) ในช่วงทศวรรษ 1960-1970 จากการวิจัยของเขาที่มหาวิทยาลัยสแตมฟอร์ด ในการพัฒนาเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนบริษัทในสหรัฐอเมริกา (Husni & Endang, 2017) ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต ในบริบทการค้าชายแดนได้มีการนำ SWOT มาใช้เพื่อสังเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างแพร่หลาย เช่น การศึกษาของสุพรรณิการ์ ชวัญเมือง และวราวุฒิ เรือนคำ (2563) ได้นำเอา SWOT มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจชายแดน โดยทำการสำรวจสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อหาแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนของจังหวัดเชียงราย เป็นต้น

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูล ในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมานบนจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กร

ให้มีน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน

- จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเอง ว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กร
- จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจากมุมมอง ของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร

- โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค
- อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาค ในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งองค์กรจะต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญ แรงกระแทกดังกล่าวได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2565)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนและด่านสิงขร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนและด่านสิงขรที่ผ่านมา มีการศึกษาในหลากหลายประเด็นทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ การหาแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาด่านสิงขร รวมถึงประเด็นด้านอุตสาหกรรม ภัทรวดี โอฬารวัตร (2556) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา และปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา เพื่อต้องการทราบว่าผลกระทบทางเศรษฐกิจภายหลังการเปิดจุดผ่านแดนไทย-เมียนมา ส่งผลต่อการพัฒนาเมืองชายแดนหรือไม่ อย่างไร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ในช่วงปี 2541-2556 สถานการณ์ชายแดนไทย-เมียนมา ณ ด่านสิงขรในภาพรวมไม่เคยประสบปัญหาและไม่ปรากฏเหตุคุกคามหรือสถานการณ์สู้รบตามแนวชายแดนประจวบคีรีขันธ์ นับว่าสถานการณ์ในพื้นที่มี

ความมั่นคงและสงบเรียบร้อย การค้าชายแดนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ภายหลังก่อนได้รับ การยกระดับเป็นจุดผ่านแดนถาวร มูลค่าการค้า ณ ด่านสิงขรเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 30 ล้านบาท ต่อปี ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชายแดน คือ นโยบายภาครัฐ เนื่องจากในช่วงเวลา ดังกล่าวรัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสัมพันธ์ทุกมิติและทุกระดับกับประเทศ เพื่อนบ้าน พัฒนาความสัมพันธ์และพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน และส่งเสริมการตลาด การจ้างงาน การลงทุน และการใช้วัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 และฉบับที่ 11 ให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมโยงกับ ประเทศในภูมิภาคอีกด้วย นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ยังได้วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ทั้งทางบวกและทางลบของเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ซึ่งพบว่า เศรษฐกิจชายแดน ณ ด่านสิงขร ทางด้านการค้า การลงทุน การขนส่ง และการท่องเที่ยว มีผลกระทบทางเศรษฐกิจ ในด้านบวก และผลกระทบทางด้านลบ คือ ปัญหาการเลี้ยงภาษี ปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด รวมทั้งโรคติดต่อต่าง ๆ (โรคเท้าช้าง) ที่มาจากการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี

สำหรับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาด่านสิงขร วลัยพร รัตนเศรษฐ (2560) ได้เสนอ แนวทางไว้ทั้งสิ้น 11 แนวทาง ด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และเส้นทางคมนาคม ได้แก่ การปรับปรุงระบบการบริหารจัดการเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า การลงทุน โครงการสร้างธุรกิจบนเส้นทางเมืองประจวบฯ-เมืองมะริด โครงการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวบริเวณชายแดน โครงการเส้นทางท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม และโครงการด้านระบบโลจิสติกส์ เป็นต้น เนื่องจากด่านสิงขรกับมะริดมี ศักยภาพและมีความสอดคล้องทางอุปสงค์และอุปทานต่อกัน และมีเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการคมนาคมที่ส่งเสริมให้เกิดโอกาสทางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ระหว่างกัน และรวมถึงกับกลุ่มประเทศ BCIMT กลุ่มประเทศ BCIMT (บังกลาเทศ จีน อินเดีย เมียนมา และไทย) ด้วย

นอกจากนี้ ประเด็นด้านอุตสาหกรรม การศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ตามชายแดนในเส้นทางมะริด เมียนมา-ด่านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในงานศึกษาของ วิติยา ปิตตังนาโพธิ์ (2557) พบว่า อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ คือ อุตสาหกรรมประมง และ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน เมืองมะริดเหมาะสมสำหรับการเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำและประเทศไทย เหมาะสมในการเป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำในการแปรรูปสินค้า นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ ได้มีข้อเสนอแนะให้ยกระดับด่านสิงขรเป็นจุดผ่านแดนถาวร พร้อมพัฒนาเส้นทางการค้าควบคู่ไปกับการจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า หรือเขตปลอดภาษีอากรบริเวณชายแดน อีกด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) หรือ Judgement sampling โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนของไทย และเมียนมาที่เกี่ยวข้องกับด้านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเมืองมะริด ประเทศเมียนมา อาทิ สมาคมส่งเสริมพัฒนาการค้าการลงทุนประจวบ-มะริด ด้านศุลกากรประจวบคีรีขันธ์ พาณิชยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อุตสาหกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สำนักงานคลังจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา องค์การบริหารส่วนตำบลคลองวาฬ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหลัก สำนักงานเทศบาลตำบลคลองวาฬ สำนักงานสภาเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สำนักงานประมงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หอการค้าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (YEC) สมาคมท่องเที่ยวเพชรบุรี สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวหัวหิน-ชะอำ หอการค้าจังหวัดสมุทรสาคร และผู้ประกอบการ รวมถึงบริษัทเอกชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดใกล้เคียงที่ส่งออกและนำเข้าสินค้าผ่านด่านสิงขร จำนวนทั้งสิ้น 80 คน โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว คือ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มย่อย และผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาและเป็นตัวแทนของไทยและเมียนมา ซึ่งประกอบด้วย 1) นายกสมาคมส่งเสริมพัฒนาการค้าการลงทุนประจวบ-มะริด 2) ผู้อำนวยการส่วนบริการศุลกากร ด้านศุลกากรประจวบคีรีขันธ์ 3) พาณิชยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4) อุตสาหกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 5) ประธานหอการค้าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 6) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการค้าอาหารทะเล เมืองมะริด ประเทศเมียนมา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

- 1.1 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)
- 1.2 การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

2. ข้อมูลทุติภูมิ

- 2.1 ทบทวนเอกสารงานวิจัย
- 2.2 เอกสารทางราชการเกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.3 ตัวชี้วัดเศรษฐกิจของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และของประเทศ
- 2.4 สถานการณ์และมูลค่าการค้าชายแดน
- 2.5 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของเมืองมะริด ประเทศเมียนมา

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ SWOT เป็นกรอบในการวิเคราะห์ศักยภาพทางเศรษฐกิจ ณ ด่านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเมืองมะริด ประเทศเมียนมา รวมถึงโอกาสและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ ณ ด่านสิงขร ผู้พัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจไทย

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ใช้การวิเคราะห์ SWOT เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาสและอุปสรรค ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด่านสิงขร และเมืองมะริด โดยการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในด้านเศรษฐกิจและปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจ

1. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทางเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทางเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาจากผลวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในด้านเศรษฐกิจและปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจ พบว่า ประจวบคีรีขันธ์ มีศักยภาพทางเศรษฐกิจในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ด้านการท่องเที่ยว ด้านการเกษตร ด้านอุตสาหกรรมและการเกษตร และปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจจังหวัด ได้แก่ ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ ความมั่นคงภายในพื้นที่ชายแดน และความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้านซึ่งช่วยส่งเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดให้มากขึ้น

สำหรับจุดอ่อนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพทางเศรษฐกิจจังหวัด ได้แก่ กำลังแรงงานมีแนวโน้มลดลง ขาดแคลนแรงงานและแรงงานมีฝีมือในกิจการบางประเภท ต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตรสูง สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (น้ำ/น้ำประปา) ยังไม่พร้อมเท่าที่ควร เส้นทางคมนาคมขนส่งทางบก (ถนน) ยังไม่พร้อมรองรับการขยายตัวของการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาด้านการบริหารจัดการขยะและระบบนิเวศของชายฝั่งทะเลและตลิ่งริมแม่น้ำ

1.2 ผลการวิเคราะห์โอกาสทางเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการวิเคราะห์โอกาสทางเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาจากผลวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในด้านเศรษฐกิจและปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจ พบว่า ประจวบคีรีขันธ์ มีโอกาสทางเศรษฐกิจทั้งด้านเส้นทางคมนาคมขนส่ง เนื่องจากเป็น 1 ใน 4 จังหวัด ภายใต้แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (The Royal Coast หรือ Thailand Riviera) (สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) สามารถเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐาน เส้นทางคมนาคม ระบบขนส่งโลจิสติกส์ ทั้งทางถนน ทางราง ทางน้ำ

และทางอากาศ นโยบาย OTOP นวัตกรรม สามารถเชื่อมโยงการผลิตสินค้าชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน สังคมสูงอายุ ทำให้ธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้น อีกทั้งนโยบาย Zoning พื้นที่การเกษตร ด้านสิงขรเตรียมยกระดับเป็นจุดผ่านแดนถาวร ซึ่งจะสร้างโอกาสในการขยายการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของจังหวัดเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาค การสถาปนาความสัมพันธ์เมืองพี่เมืองน้อง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและพัฒนาการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวร่วมกันของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และเมียนมา การเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน ส่งผลต่อการขยายการค้า การลงทุน และความร่วมมือในด้านต่าง ๆ

สำหรับอุปสรรคของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัด คือ ภัยธรรมชาติ ส่งผลให้เกิดความเสียหาย ทั้งทรัพย์สิน บ้านเรือน และพืชผลทางการเกษตร มูลค่าด้านการท่องเที่ยวลดลง ราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ และข้อจำกัดในมาตรการ ระเบียบกฎหมายที่ยังไม่เอื้ออำนวยให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางเข้าออกระหว่าง 2 พื้นที่

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
สภาพแวดล้อมภายใน	1. มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและโดดเด่น ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงนิเวศ สุขภาพ ศิลปะ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการ ซึ่งเป็นที่รู้จักทั่วโลก 2. มีผลผลิตสับปะรดและมะพร้าวจำนวนมากจึงเป็นแหล่งผลิตและแปรรูปที่สำคัญ 3. เป็นแหล่งผลิตและแปรรูปสินค้าด้านประมงและสินค้าปศุสัตว์ที่สำคัญของประเทศ 4. การค้าชายแดนด้านสิงขรเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการเชื่อมต่อการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวกับเมียนมา และประเทศต่าง ๆ 5. เป็นแหล่งรวมความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ	1. มีถนนสายหลักเพียงสายเดียวขาดถนนที่จะเชื่อมโยงเพื่อรองรับการขยายตัวของการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในอนาคต 2. เกษตรกรประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูง 3. น้ำไม่เพียงพอ สำหรับการเกษตร อุปโภคบริโภค อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวในบางปี 4. คุณภาพน้ำยังไม่ได้มาตรฐานในบางพื้นที่ 5. กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลต่อจำนวนแรงงานลดลง และมีภาระสวัสดิการของสังคมสูงขึ้น

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ (ต่อ)

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	6. มีความมั่นคงภายในพื้นที่ชายแดนและชายฝั่งทะเล 7. มีความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้าน	6. ขาดแคลนแรงงานและแรงงานมีฝีมือในกิจการบางประเภทและแรงงานที่มีทักษะด้านภาษาและดิจิทัล 7. ปัญหาด้านการบริหารจัดการขยะโดยเฉพาะของเสียอันตรายและกากอุตสาหกรรม 8. ระบบนิเวศของชายฝั่งทะเลและตลิ่งริมแม่น้ำเสื่อมโทรม เนื่องจากถูกกัดเซาะ
	โอกาส	อุปสรรค
สภาพแวดล้อมภายนอก	1. รัฐบาลมีนโยบายวางโครงสร้างเส้นทางคมนาคมขนส่ง ตามแนวเรียบชายฝั่งทะเลตะวันตก ซึ่งสามารถเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว การลงทุน การค้า และอาชีพในชุมชนตลอดแนวเรียบชายฝั่งทะเลตะวันตก 2. รัฐบาลมีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก (The Royal Coast หรือ Thailand Riviera) สามารถเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐาน เส้นทางคมนาคม ระบบขนส่งโลจิสติกส์ ทั้งทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ 3. นโยบาย OTOP นวัตกรรม สามารถเชื่อมโยงการผลิตสินค้าชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน	1. ภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วมฉับพลัน ดินโคลนถล่ม น้ำป่าไหลหลาก ภัยแล้ง อุทกภัย ส่งผลให้เกิดความเสียหาย ทั้งทรัพย์สิน บ้านเรือน และพืชผลการเกษตร 2. ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศและจังหวัด เช่น มูลค่าด้านการท่องเที่ยวลดลง ราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ 3. ด้านสิทธิยังไม่ได้รับการยกระดับเป็นด้านถาวร และยังมีข้อจำกัดในมาตรการ ระเบียบกฎหมายที่ยังไม่เอื้ออำนวยให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางเข้าออกระหว่าง 2 พื้นที่

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ (ต่อ)

	โอกาส	อุปสรรค
	4. สังคมผู้สูงอายุ ทำให้ธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้น เพื่อการให้บริการผู้สูงอายุในเรื่องของสุขภาพ อาหาร ที่อยู่อาศัย การดูแล และยารักษาโรค เป็นต้น 5. นโยบาย Zoning พื้นที่การเกษตร เกษตรอินทรีย์ และนโยบายเกษตรแปลงใหญ่ 6. รัฐบาลกำหนดให้ด่านสิงขรเป็นจุดผ่อนปรนพิเศษและเตรียมยกระดับเป็นจุดผ่านแดนถาวร ซึ่งจะสร้างโอกาสในการขยายการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของจังหวัดเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาค 7. การสถาปนาความสัมพันธ์เมืองพี่เมืองน้อง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและพัฒนาการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวร่วมกันของจังหวัดและเมียนมา 8. การเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน ส่งผลต่อการขยายการค้า การลงทุน และความร่วมมือในด้านต่าง ๆ	

2. ด่านสิงขร

2.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของด่านสิงขร

ผลวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในด้านเศรษฐกิจและปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจของด่านสิงขร พบว่า ด่านสิงขรอยู่ใกล้กับตัวเมืองประจวบคีรีขันธ์ ทำให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว เป็นประจักษ์ในการเชื่อมโยงการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวกับเมียนมา

มีตลาดการค้าชายแดน จึงเหมาะแก่การท่องเที่ยว สามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดได้ และด่านสิงขร อยู่ใกล้ท่าเรือน้ำลึก อำเภอบางสะพานซึ่งสามารถเชื่อมการขนส่งสู่ประเทศเมียนมาและประเทศในเอเชียได้

สำหรับจุดอ่อน พบว่า ด่านสิงขร มีพื้นที่จำกัด สินค้า ณ ด่านสิงขร ส่วนใหญ่เป็นสินค้าพื้นเมือง การจัดระเบียบการค้ายังไม่ดีเท่าที่ควร สถานที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ และผู้ประกอบการร้านค้าควรพัฒนาด้านภาษาอังกฤษในการสื่อสาร

2.2 ผลการวิเคราะห์โอกาสทางเศรษฐกิจด่านสิงขร

ผลการวิเคราะห์โอกาสทางเศรษฐกิจด่านสิงขร มาจากผลการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในด้านเศรษฐกิจและปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจ พบว่า การยกระดับด่านสิงขรเป็นจุดผ่านแดนถาวร จะเป็นผลดีต่อการค้าชายแดน และการท่องเที่ยวระหว่างไทย-เมียนมา มีความพยายามในการผลักดันด่านสิงขรเป็นด่านถาวรอย่างต่อเนื่อง มีแผนพัฒนาจังหวัดที่กำหนดแนวทางในการส่งเสริมด่านสิงขรอย่างเป็นรูปธรรม การปรับปรุงเส้นทางคมนาคมจากเมืองมะริด-ด่านสิงขรจะเป็นโอกาสต่อการขนส่งสินค้า และเป็นประโยชน์ต่อการค้าชายแดน และการท่องเที่ยว

สำหรับอุปสรรคที่พบ ณ ด่านสิงขร ได้แก่ การปักปันเขตแดน พื้นที่ด่านสิงขร ส่วนใหญ่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ ทำให้การพัฒนาพื้นที่ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ ด่านสิงขรยังขาดความสะดวกบางประการในการเข้าออก และยังไม่มีการส่วนบริการพิธีการทางศุลกากร และตรวจคนเข้าเมือง

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของด่านสิงขร

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
สภาพแวดล้อมภายใน	1. การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว ด่านสิงขรอยู่ใกล้กับตัวเมือง ประจวบคีรีขันธ์ 2. ด่านสิงขรเป็นประตูในการเชื่อมโยงการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวกับเมียนมา 3. ภูมิประเทศบริเวณด่านสิงขรมีลักษณะเป็นที่ราบเชิงเขา และมีตลาดการค้าชายแดน จึงเหมาะแก่การท่องเที่ยว สามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดได้	1. พื้นที่จำกัด เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของกรมป่าไม้ 2. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ ไม่มีมัคคุเทศก์ในท้องถิ่น 3. ต้องพัฒนาด้านภาษาอังกฤษในการสื่อสาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการร้านค้า 4. สินค้า ณ ด่านสิงขร ส่วนใหญ่เป็นสินค้าพื้นเมือง 5. การจัดระเบียบการค้ายังไม่ดีเท่าที่ควร

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของด่านสิงขร (ต่อ)

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4. อยู่ใกล้ท่าเรือน้ำลึก อำเภอบางสะพาน ระยะทางประมาณ 99 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง	6. สถานที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ
	โอกาส	อุปสรรค
สภาพแวดล้อมภายนอก	1. หากด่านสิงขรได้รับการยกระดับเป็นจุดผ่านแดนถาวร จะเป็นผลดีต่อการค้าชายแดน และการท่องเที่ยวระหว่างไทย-เมียนมา 2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนของประจวบคีรีขันธ์ มีความพยายามในการผลักดันด่านสิงขรเป็นด่านถาวรอย่างต่อเนื่อง และมีแผนพัฒนาจังหวัดที่กำหนดแนวทางในการส่งเสริมเกี่ยวกับด่านสิงขรอย่างเป็นรูปธรรม 3. การปรับปรุงเส้นทางคมนาคมไปยังจังหวัดมะริด ประเทศเมียนมาเสร็จสมบูรณ์แล้ว จะทำให้การขนส่งจากเมืองมะริดสู่ด่านสิงขรสะดวกยิ่งขึ้น เป็นประโยชน์ต่อการค้าชายแดน และการท่องเที่ยว 4. เส้นทางจากเมืองมะริด-ด่านสิงขรสามารถช่วยย่นระยะทางในการขนส่งสินค้าประมง และสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่น ๆ ในภาคกลาง เช่น เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และภาคใต้ รวมถึงกรุงเทพฯ 5. ชายแดนเมียนมาบริเวณหมู่บ้านมูตองไม่มีปัญหาชนกลุ่มน้อยเหมาะแก่การท่องเที่ยว 6. ชาวมะริด และชาวเมียนมานิยมสินค้าอุปโภค บริโภคของไทย	1. การปักปันเขตแดนระหว่างไทยกับเมียนมายังอยู่ระหว่างการเจรจา 2. พื้นที่ด่านสิงขร ส่วนใหญ่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ เขตป่าสงวนแห่งชาติ ซึ่งเป็นพื้นที่ในความรับผิดชอบของกรมป่าไม้ ทำให้การพัฒนาพื้นที่ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ 3. ชาวเมียนมาที่เดินทางผ่านทางด่านสิงขร จะถูกจำกัดให้เดินทางได้ภายในเขตพื้นที่อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์เท่านั้น และมีเวลาพำนักได้ครั้งละไม่เกิน 4 วัน (พักค้างได้ 3 คืน) 4. บริเวณด่านสิงขร ยังไม่มีอาคารส่วนบริการพิธีการทางศุลกากร และตรวจคนเข้าเมือง

3. เมืองมะริด ประเทศเมียนมา

3.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองมะริด

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทางเศรษฐกิจเมืองมะริด มาจากผลการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในด้านเศรษฐกิจและปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจของเมืองมะริด พบว่ามีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และการประมงที่มีศักยภาพ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการค้าไข่มุก นอกจากนี้ รัฐบาลเมียนมาส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ และเมืองมะริดและเมียนมากำลังอยู่ในช่วงของการพัฒนาประเทศ มีสิ่งปลูกสร้างใหม่ ๆ เกิดขึ้นเพื่อรองรับความเจริญ และความเป็นเมืองมากขึ้น

สำหรับจุดอ่อนที่สำคัญ คือ เส้นทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากถนนส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก การเชื่อมต่อไปยังเมืองอื่น ๆ ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร มีเพียงโรงแรมขนาดเล็ก สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว และยังไม่มีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

3.2 ผลการวิเคราะห์โอกาสทางเศรษฐกิจเมืองมะริด

ผลการวิเคราะห์โอกาสทางเศรษฐกิจเมืองมะริด มาจากผลวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในด้านเศรษฐกิจและปัจจัยที่จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจ พบว่า มี 2 ปัจจัยที่สำคัญ คือ เส้นทางคมนาคม และบริการด้านท่องเที่ยว โดยมะริดเริ่มพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเพื่อรองรับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และเชื่อมโยงมะริดสู่เมืองอื่น ๆ จากการที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้การท่องเที่ยวในเมืองมะริดมีการพัฒนามากขึ้น

สำหรับอุปสรรคสำคัญที่เกิดขึ้น คือ ความสะดวกในการเดินทางและการข้ามแดน พบว่า การข้ามแดนมาของผู้ประกอบการเมียนมาปัจจุบันอยู่ได้เพียงตัวอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังไม่สามารถออกนอกเขตอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ได้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของเมืองมะริด

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
สภาพแวดล้อมภายใน	1. เป็นเมืองท่า และเป็นศูนย์กลางการค้าไข่มุก 2. การประมงมีศักยภาพ วัตถุดิบด้านการประมง จากเมืองมะริดเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการไทยเพื่อนำมาแปรรูป 3. มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์	1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคม และระบบสาธารณูปโภคยังไม่สะดวกมากนัก 2. ถนนส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก การเชื่อมต่อไปยังเมืองอื่น ๆ ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร 3. ภูมิประเทศเป็นเกาะแก่งจำนวนมาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของเมืองมะริด (ต่อ)

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4. มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลจำนวนมาก เนื่องจากมีเกาะมากถึง 800 เกาะ 5. รัฐบาลเมียนมา มีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านสิงขรและตะนาวศรี 6. เมืองมะริด และเมียนมา กำลังอยู่ในช่วงของการพัฒนาประเทศ เปิดประเทศสู่ความก้าวหน้าและทันสมัย มีสิ่งปลูกสร้างใหม่ ๆ เกิดขึ้นเพื่อรองรับความเจริญ และความเป็นเมืองมากขึ้น	4. มีประชากรอาศัยอยู่ค่อนข้างหนาแน่น 5. มะริด มีเพียงโรงแรมขนาดเล็กสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว 6. ยังไม่มีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
	โอกาส	อุปสรรค
สภาพแวดล้อมภายนอก	1. ปัจจุบันได้มีการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเพื่อรองรับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และเชื่อมโยงจังหวัดมะริดสู่เมืองอื่น ๆ ทั้งหมด 4 เส้นทาง ได้แก่ 1) ถนนจากตัวเมืองมะริด-หมู่บ้านตะนาวศรี 2) ถนนจากหมู่บ้านตะนาวศรี-บ้านมุดอง (ลาดยาง) 3) ถนนจากตัวเมืองมะริด-ทวาย และ 4) ถนนจากตัวเมืองมะริด-เกาะสอง 2. มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้การท่องเที่ยวในเมืองมะริดมีการพัฒนามากขึ้น 3. มีความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมไทย-เมียนมา เป็นศิลปะวัฒนธรรมไทยที่ผสมผสานศิลปะแบบตะนาวศรีของเมียนมา	1. การข้ามด่านมาที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังไม่สะดวก 2. นักธุรกิจจากประเทศที่สาม ยังไม่สามารถเดินทางได้สะดวก 3. การข้ามแดนมาของผู้ประกอบการเมียนมา ปัจจุบันอยู่แค่ตัวอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังไม่สามารถออกนอกเขตอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ได้

สรุปและอภิปรายผล

ศักยภาพทางเศรษฐกิจ ณ ด้านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเมืองมะริด ประเทศเมียนมา

1. เศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขยายตัวอย่างต่อเนื่องนับจากปี 2554 ภายหลังจากยกระดับด้านสิงขร เป็นจุดผ่านแดนถาวรในปี 2553 ในปี 2560 GPP ประจวบคีรีขันธ์ ณ ราคาประจำปี มีมูลค่า 94,298 ล้านบาท และขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 7.23 และเพิ่มขึ้นเป็น 97,179 ล้านบาท ในปี 2562 สัดส่วนผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อผลิตภัณฑ์ภาคตะวันตก อยู่ที่ร้อยละ 16.4 ผลิตภัณฑ์ภาคตะวันตก มีมูลค่า 590,770 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 1.4 และ GDP ของไทยในปี 2562 มีมูลค่า 16,892,410 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.2

2. ประจวบคีรีขันธ์มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ด้านการเกษตร ด้านอุตสาหกรรม การเกษตร มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและโดดเด่น ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงนิเวศ สุขภาพ ศิลปะ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการ เป็นแหล่งผลิตและแปรรูป สับปะรดและมะพร้าวที่สำคัญ และเป็นแหล่งผลิตและแปรรูปสินค้าด้านประมงและสินค้าปศุสัตว์ ที่สำคัญของประเทศ และมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ ความมั่นคงภายในพื้นที่ ชายแดน และมีความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้านซึ่งช่วยส่งเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดให้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม กำลังแรงงานของจังหวัดมีแนวโน้มลดลง ขาดแคลนแรงงาน และแรงงานมีฝีมือในกิจการบางประเภทส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัด

3. ประจวบคีรีขันธ์มีโอกาสทางเศรษฐกิจทั้งด้านเส้นทางคมนาคมขนส่ง ภายใต้แผน การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐาน เส้นทางคมนาคม ระบบขนส่งโลจิสติกส์ และนโยบาย OTOP นวัตกรรม สามารถเชื่อมโยงการผลิตสินค้าชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่อุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัด คือ ภัยธรรมชาติซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหาย ทั้งทรัพย์สิน บ้านเรือน และพืชผลการเกษตร

4. ด้านสิงขร เป็นประตูเชื่อมโยงการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวกับเมียนมา อยู่ใกล้ท่าเรือน้ำลึกอำเภอบางสะพานซึ่งสามารถเชื่อมการขนส่งสู่ประเทศเมียนมาและประเทศ ในเอเชียได้ อย่างไรก็ตามด้านสิงขร มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของกรมป่าไม้ ตลาดสินค้าด้านสิงขร ส่วนใหญ่ยังเป็นสินค้าพื้นเมือง การจัดระเบียบการค้ายังไม่ดีเท่าที่ควร สถานที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ

5. การยกระดับด้านสิงขรเป็นจุดผ่านแดนถาวร จะเป็นผลดีต่อการค้าชายแดน และการท่องเที่ยวระหว่างไทย-เมียนมา มีแผนพัฒนาจังหวัดที่กำหนดแนวทางในการส่งเสริมเกี่ยวกับ ด้านสิงขรอย่างเป็นรูปธรรม การปรับปรุงเส้นทางคมนาคมจากเมืองมะริด-ด้านสิงขรจะเป็นโอกาส ต่อการขนส่งสินค้า และเป็นประโยชน์ต่อการค้าชายแดน และการท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าอุปโภค บริโภคของไทยเป็นที่นิยมของชาวมะริดและชาวเมียนมา ด้านสิงขรมีอุปสรรคด้านพื้นที่ เนื่องจาก

พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ ทำให้การพัฒนาพื้นที่ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ และยังขาดความสะดวกบางประการในการเข้าออก

6. มะริดเป็นเมืองหนึ่งที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจของเมียนมา เนื่องจากเป็นเมืองท่าและเป็นศูนย์กลางการค้าไข่มุก การประมงมีศักยภาพ วัตถุประสงค์ด้านการประมงจากเมืองมะริดเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการไทยเพื่อนำมาแปรรูป มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลจำนวนมาก อีกทั้งรัฐบาลเมียนมา มีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่เส้นทางการคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว และการเชื่อมต่อไปยังเมืองอื่น ๆ ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร และในเมืองมะริดมีเพียงโรงแรมขนาดเล็ก สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว และยังไม่มีการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

7. มะริดมีแผนพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางการคมนาคมเพื่อรองรับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และเชื่อมโยงมะริดสู่เมืองอื่น ๆ มากขึ้น และจากการที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้การท่องเที่ยวในเมืองมะริดมีการพัฒนามากขึ้น แต่ความสะดวกในการเดินทาง และการข้ามแดนยังเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของมะริด

โอกาสและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ ณ ด่านสิงขร สู่การพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์และการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในอนาคต

1. โอกาสเชื่อมโยงด้านการค้าสินค้าชายแดนด่านสิงขร มะริด และเมียนมา

1.1 การพัฒนาเมืองมะริดและเมียนมาสู่ความเป็นเมือง และการเปิดประเทศ จะเป็นโอกาสของไทยในการเชื่อมโยงการค้าระหว่างเมืองมะริด และเมียนมา ผ่านด่านสิงขร ประจวบคีรีขันธ์ในการค้าสินค้าเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้างตามความเจริญของเมืองมะริด และเมียนมา ที่มีมากขึ้น และสิ่งปลูกสร้างและบ้านเรือนใหม่ ๆ ที่เกิดมากขึ้น

1.2 ความนิยมในสินค้าไทยของเมียนมา จะเป็นโอกาสของไทยในการเชื่อมโยงการค้าสินค้า โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคและบริโภค ผ่านด่านสิงขร ประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากเป็นเส้นทางที่ใกล้กว่าการผ่านด่านชายแดนไทย-เมียนมาโดยใช้เส้นทางอื่น

1.3 จากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล และความต้องการวัตถุประสงค์ด้านประมงของผู้ประกอบการไทย ทำให้สามารถเชื่อมโยงวัตถุประสงค์ด้านประมงระหว่างไทยกับเมียนมาได้ จากเมืองมะริดนำเข้า ผ่านช่องทางด่านสิงขร ส่งไปเป็นวัตถุดิบสำหรับแปรรูปโรงงานในไทย

2. โอกาสเชื่อมโยงภาคบริการด้านท่องเที่ยวไทย เมืองมะริด เมียนมา

2.1 การเชื่อมโยงด้านท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างไทยและเมียนมา โดยเฉพาะการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เส้นทางจากด่านสิงขรเชื่อมไปยังตะนาวศรีและมะริด และเส้นทางท่องเที่ยวทางทะเลเชื่อมโยงอ่าวไทยกับทะเลอันดามัน ตามศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่มีของทั้งสองประเทศ

2.2 มะริด มีหมู่เกาะกว่า 800 เกาะ และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสในการเชื่อมโยงภาคบริการระหว่างไทยและเมียนมาได้ เป็นโอกาสในการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวระหว่างสองประเทศ ทั้งนักท่องเที่ยวท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวจากนานาชาติได้เพิ่มขึ้น

2.3 ช่องทางการลงทุนให้นักลงทุนไทยไปลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองมะริดและเมียนมา ทั้งในธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจนำท่องเที่ยว เนื่องจากมะริด มีเพียงโรงแรมขนาดเล็ก สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว และยังไม่มีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว

3. โอกาสเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่งระหว่างไทยและเมียนมา

ไทยและเมียนมามีแผนพัฒนาเส้นทางการคมนาคม เพื่อปรับปรุงเส้นทางให้การเดินทางและการขนส่งระหว่างกันมีความสะดวกมากขึ้น อีกทั้งสามารถเชื่อมต่อกันทั้งทางบก น้ำ และทางอากาศ ซึ่งจะส่งผลให้การเชื่อมโยงการค้าสินค้า และการค้าภาคบริการระหว่างสองประเทศมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการพัฒนาเมืองมะริดและเมียนมาสู่ความเป็นเมืองมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าคนชั้นกลางในเมียนมามีกำลังซื้อมากขึ้น จึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดการค้าของไทยและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไปยังเมียนมาผ่านด่านสิงขร

2. การทำธุรกิจกับชาวเมียนมา โดยมีหุ้นส่วน (Partner) ที่ดีเป็นคนในพื้นที่ จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้นและประสบความสำเร็จได้ อย่างไรก็ตามต้องหาพันธมิตรที่ไว้วางใจได้ซึ่งสามารถติดต่อผ่านทางธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือ สถานทูต เป็นต้น

3. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีสินค้าเกษตร ได้แก่ มะพร้าวและสับปะรดจำนวนมาก การแปรรูปของสินค้าทั้งสองประเภทต้องใช้แรงงานเข้มข้น แรงงานจากประเทศเมียนมา นับว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของธุรกิจ จากภาวะขาดแรงงานในจังหวัดและค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งถัดไป

1. ควรมีการศึกษาต่อจากงานวิจัยชิ้นนี้ โดยการปรับปรุงข้อมูลตามสถานการณ์ปัจจุบัน และศึกษาเพิ่มในประเด็นการเปิดด่านหลังจากสถานการณ์โควิด เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัด การค้าชายแดน และการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านต่อไป

2. ควรเพิ่มเติมข้อมูลทางสถิติและตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจประกอบการศึกษาให้มากขึ้น ทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว

3. ควรศึกษาประเด็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ การค้า และการท่องเที่ยว ระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

บรรณานุกรม

- กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าต่างประเทศ. (2565). *คำนิยามการค้าชายแดน/ผ่านแดน*. สืบค้น 15 มกราคม 2565, จาก <https://www.dft.go.th/bts/bts-trader>
- กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าต่างประเทศ. (2565). *รายงานสถิติการค้าชายแดน/ผ่านแดน*. สืบค้น 15 มกราคม 2565, จาก <https://www.dft.go.th/bts/trade-report>
- ด่านศุลกากรประจวบคีรีขันธ์. (2562). *รายงานสินค้านำเข้า - ส่งออก 10 อันดับ จุดผ่อนปรนพิเศษด้านสิงขร ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560-2562*. สืบค้น 6 กรกฎาคม 2562, จาก https://prachuap.customs.go.th/data_files/d6b15772524726230bb899eadffcd369.pdf
- ด่านศุลกากรประจวบคีรีขันธ์. (2565). *รายงานสินค้านำเข้า - ส่งออก 10 อันดับ จุดผ่อนปรนพิเศษด้านสิงขร ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563*. สืบค้น 15 มกราคม 2565, จาก https://prachuap.customs.go.th/data_files/d6b15772524726230bb899eadffcd369.pdf
- ถนนอมศิลป์ จันคนากิติกุล, และ เกรียงไกร นามนัย. (2561). การประยุกต์ทฤษฎีเพื่อการลงทุนระหว่างประเทศ. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 5(1), 249-258.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2557, สิงหาคม). การพัฒนาชายแดนไทย-พม่า โอกาสทองทางการค้าที่น่าติดตาม. *E-news รู้ลึกลุ่มน้ำโขง*, 9(8). สืบค้นจาก https://www.exim.go.th/eximinter/e-news/11284/enews__august2014__CLMV.html
- ภัทรวดี โอฬารวัตร. (2556). การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจชายแดนไทย-พม่า กรณีศึกษา: ด้านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารสหวิทยาการ*, 10(2), 9-31.
- วลัยพร รัตนเศรษฐ. (2560). โครงการศึกษาวิจัยข้อเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนา ด้านสิงขร ด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารพฤษภ*, 15(2), 72-82.
- วิद्या ปิดตังนาโพธิ์. (2557). *การศึกษาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพตามชายแดนในเส้นทางมะริด-สาทรณรัฐสหภาพเมียนมาร์-ด้านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วีรวิทย์ ปิยนนทศิลป์. (2560). การพัฒนาพื้นที่ชายแดน เพื่อการค้าการลงทุนและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 27(2), 1-13
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี 2538-2563*. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2565, จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=gross__regional

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ปี 2551-2560*. สืบค้น 6 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=gross__regional
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ปี 2563*. สืบค้น 15 มกราคม 2565, จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=gross__regional
- สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (The Royal Coast หรือ Thailand Riviera) พ.ศ.2560-2564*. สืบค้น สิงหาคม 2565, จาก <https://www.mots.go.th/download/PolicyStrategy/StrategyDevelopTheRoyalCoast2560-2564.pdf>
- สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง, และวราวุฒิ เรือนคำ. (2563). ธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง โมเดล การพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนรูปแบบใหม่. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 34(111), 135–149.
- Humphrey, A. (2005). *SRI Alumni Newsletter*.
- Ruankham, W., Rompho, N., Rangsaritvorakarn, N., & Pathan, A. (2019). Evaluation of cross-border transport and trade facilitation of R12 route (Thailand, Lao PDR, and Vietnam): An exploratory approach. *The Social Science Review*, 156, 85-102.
- Thamrin, H., & Pamungkas, W. E. (2017). A rule based SWOT analysis application: A case study for Indonesian Higher Education Institution. *Procedia Computer Science*, 116, 144–150.

การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการ โลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาบริษัท XYZ

BUSINESS INTELLIGENCE DEVELOPMENT TO SUPPORTING LOGISTICS MANAGEMENT FOR SMEs: A CASE STUDY OF XYZ COMPANY

Received: 28 February, 2022

Revised: 6 June, 2022

Accepted: 5 July, 2022

คุณากร วิวัฒนาการวงศ์*

Kunakorn Wiwattanakornwong*

ศิริรัตน์ แจ่มรักษ์สกุล***

Sirat Jangruksakul***

ธนรัตน์ บาลทิพย์*****

Tanarat Banthip*****

วริศ ลิ้มลาวัลย์**

Varis Limlawan**

รชฎ ไข่มุก***

Rachata Khumboon****

*, **, *** อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*, **, *** Lecturer of Logistics and Supply Chain Management, College of Innovative Business and Accountancy (CIBA), Dhurakij Pundit University

* Email: kunakorn.wiw@dpu.ac.th

** Email: varis.lim@dpu.ac.th

*** Email: sirat.jan@dpu.ac.th

**** ผู้อำนวยการ Center of Supply Chain and Logistics มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**** Director of Center of Supply Chain and Logistics, Dhurakij Pundit University

**** Email: rachata.khn@dpu.ac.th

***** นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยบริหารธุรกิจ นวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

***** Student of the Master of Business Administration Program, Logistics and Supply Chain Management, College of Innovative Business and Accountancy (CIBA), Dhurakij Pundit University

***** Email: 635151110009@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานและรูปแบบข้อมูลในการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษาบริษัท XYZ และเพื่อพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้วยเครื่องมือธุรกิจอัจฉริยะกฎเกิดดาต้า สตูดิโอ จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล โดยการสุ่มแบบเจาะจง จากผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์ จำนวน 4 ตัวอย่าง และการสังเกตการณ์พฤติกรรมระหว่างการทำงาน การรวบรวมข้อมูลระเบียบงานผลการดำเนินงานและการจัดการโลจิสติกส์เดิม ตั้งแต่วันที่ 1-31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 จากการศึกษาพบว่า ผลการทดสอบประสิทธิภาพระบบมีคะแนนเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 แสดงว่า ระบบได้รับความพึงพอใจจากผู้ใช้งานในระดับมาก ควบคู่กับการพิจารณาใน 3 มุมมอง คือ (1) ด้านกระบวนการทำงาน สามารถลดเวลาการจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานการจัดการโลจิสติกส์ของพนักงาน จากเดิม 90 นาที เหลือ 10 นาทีต่อวัน ลดลง 88.89% ของเวลาการทำงานเดิม (2) ด้านความพึงพอใจ พบว่า ด้านความสะดวกและความง่ายตายในการใช้งานเพิ่มขึ้น 51.42% เมื่อเทียบกับการจัดทำรายงานแบบเดิม, ด้านระยะเวลาทำรายงานเพิ่มขึ้น 51.19%, ด้านความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้น 50.98%, ด้านความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มขึ้น 48.65% และด้านการตอบสนองของระบบเพิ่มขึ้น 46.08% (3) ด้านต้นทุน คำนวณค่าเสียโอกาสในรูปแบบการทำงานเดิม ทั้งสิ้น 36,562.50 บาท/ปี ในขณะที่ระบบใหม่มีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 2,500 บาท/ปี คิดเป็นอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 14.63 ดังนั้น บริษัทได้รับอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเป็นจำนวนเงิน 34,062.50 บาท แสดงว่า ระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์มีความเหมาะสมที่จะลงทุน

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์ ระบบธุรกิจอัจฉริยะ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

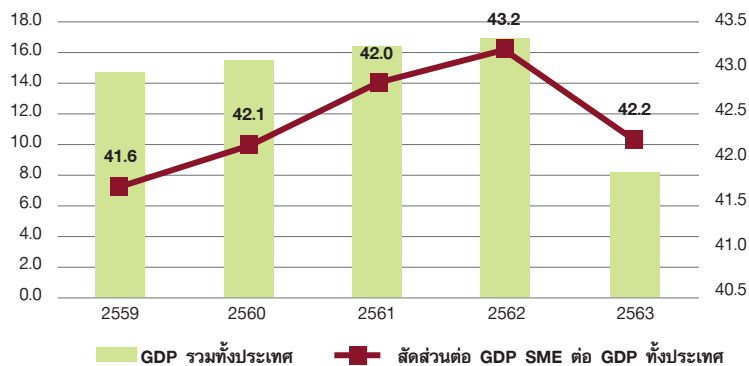
Abstract

The objective is to study the current logistics operation activities and to develop Business Intelligence via Google Data Studio to Supporting Logistics Management for SMEs in a case study of XYZ Company. The data was collected from in-depth interviews by purposive sampling from general manager, accounting and finance manager, marketing manager and logistics manager. Four samples were collected from behavior during operation, record documents, operating and logistics management reports from December 1- 31, 2021. This study found that the system performance test shows that the mean score of the system performance is 4.10 with the standard deviation of 0.74, which means the system has a successful implementation along with consideration from 3 perspectives as follows; (1) Lead time reduction of employee hours from the summary of logistics management performance reports from 90 minutes to 10 minutes a day by 88.89% of the traditional working time (2) User satisfaction found that the score of the ease of use increased by 51.42%, the satisfaction of lead-time to complete the report increased by 51.19%, the overall satisfaction rose by 50.98%, the accuracy of information increased by 48.65%, and the system responsiveness increased by 46.08%. (3) Cost analysis from the opportunity cost of traditional working process which is 36,562.50 Baht/year, while the cost of the new system is 2,500 Baht. Thus, the benefit cost ratio is 14.63. Therefore, the conclusion is worthy for investment.

Keywords: Logistics Management, Business Intelligence, SMEs

บทนำ

ท่ามกลางพลวัตการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว ภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงภายใต้ข้อจำกัดเรื่องของงบประมาณ จนกลายเป็นความเสี่ยง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) จึงเป็นโจทย์ให้แต่ละธุรกิจต่างบริหารความเสี่ยงเพื่อความอยู่รอดและสร้างรายได้เปรียบทางความแข่งขันให้ตนเอง เพชฌิม อุปนันท์ (2560) เมื่อพิจารณา สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2563) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึง มิถุนายน ปี พ.ศ. 2562 มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2563 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวนมากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการขาดความเชื่อมั่นในการจับจ่ายใช้สอยและทำให้สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศหดตัวรุนแรง



ภาพที่ 1 สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึง มิถุนายน ปี พ.ศ. 2562

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2563)

สำหรับ บริษัท XYZ เป็นกิจการผู้ว่าจ้างผลิตสินค้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและซอสปรุงรส โดยมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ มนุษย์เงินเดือนอาศัยในเขตเมือง ไม่กินเนื้อสัตว์และผู้ที่มิถินัยชอบทำอาหารรับประทานเองในครัวเรือน มีช่องทางค้าปลีกหน้าร้าน และช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ผ่าน แพลตฟอร์มซื้อขายสินค้า E-marketplace และ โซเชียลมีเดีย (Social Media) มีพนักงานทั้งสิ้น 6 คน ปัจจุบันประสบปัญหาข้อมูลแต่ละส่วนขาดการเชื่อมโยงเข้าหากัน อันเป็นสาเหตุของการเก็บข้อมูลที่ซ้ำซ้อน ปัญหาการอัปเดตและการค้นหาข้อมูล อันส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการจัดเตรียมรายงาน การเตรียมข้อมูลง่ายต่อการเกิดข้อผิดพลาด ส่งผลกระทบให้ข้อมูลที่นำไปวิเคราะห์และตัดสินใจในการจัดการโลจิสติกส์ขาดประสิทธิภาพ ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

หากพิจารณาปัจจัยการบริหารความเสี่ยงสู่ความสำเร็จ อันได้แก่ การนำเทคโนโลยี ข้อมูล สารสนเทศมาใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ อันเป็นแนวทางจากผู้บริหารจุดประกายแรงผลักดันในการขับเคลื่อน ควบคู่กับการอบรมพัฒนาบุคลากรทุกระดับ ให้มีความรู้และเห็นความสำคัญในการใช้ระบบ ซึ่งเป็นสิ่งที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กำลังเผชิญกับความเสี่ยงแห่งอนาคต

ระบบธุรกิจอัจฉริยะ (Business Intelligence: BI) เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่งในการนำมาปรับใช้ในหลายองค์กร (Gartner, 2015) เพื่อช่วยผู้บริหารในการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี จากการรวบรวม การกลั่นกรองข้อมูล จัดเป็นระบบสารสนเทศ อีกทั้งยังสามารถแสดงผล ปรับเปลี่ยนมุมมองของข้อมูลให้นำไปใช้ได้เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร (Turban, Aronson, Liang, & Sharda, 2007)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557) การเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถือเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย จากอัตราการเติบโตมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ดังนั้นหากพิจารณาประเด็นหลักของการเติบโตธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไทย คือ รายได้เป็นบวกเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Income Growth) กำไรสุทธิเฉลี่ยมากกว่า 0 และสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Profit Growth) ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต โลจิสติกส์เพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยเริ่มต้นจากกิจกรรมหลัก (Primary Activities) แห่งห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain)

ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนการเสริมสร้างศักยภาพโลจิสติกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไทย ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาบริษัท XYZ อันจะเป็นจุดเริ่มต้นแห่งการพัฒนาธุรกิจ เพื่อใช้เป็นประกอบการตัดสินใจและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในการจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงการพัฒนาขีดความสามารถแรงงานให้มีทักษะคล่องรับกับเทคโนโลยีและวิธีการดำเนินกิจกรรมธุรกิจแบบใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานและรูปแบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษาบริษัท XYZ
2. เพื่อพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะภูเกิล ดาต้า สตูดิโอ (Business Intelligence Tool via Google Data Studio) เพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับกระบวนการดำเนินงานของบริษัท XYZ เป็นกิจการผู้ว่าจ้างผลิตสินค้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและซอสปรุงรส ผ่านช่องทางค้าปลีกหน้าร้าน และกำลังเพิ่มช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ผ่านแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้า E-marketplace เช่น Shopee, Lazada และ โซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook, Instagram, Tiktok เป็นต้น มีพนักงานทั้งสิ้น 6 คน โดยแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการ ออกเป็น 5 ส่วนงานหลักดังนี้

1.1 ส่วนงานบริหาร ทำหน้าที่นำข้อมูลรายงานการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมโลจิสติกส์ มาใช้ในการวิเคราะห์กำหนดวิสัยทัศน์ แผนนโยบายและกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

1.2 ส่วนงานทรัพยากรมนุษย์ ทำหน้าที่บริหารงานบุคคล การจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรของธุรกิจและการจัดการโลจิสติกส์

1.3 ส่วนงานบัญชีและการเงิน รับผิดชอบในการรับเบิกจ่ายเงินทุกประเภทภายในองค์กร การจัดทำรายงานทางการเงินและบัญชี การบันทึกต้นทุนในการดำเนินงานทั้งหมด รวมทั้งต้นทุนทางกิจกรรมโลจิสติกส์

1.4 ส่วนงานการตลาด ทำหน้าที่ดูแลยอดขาย จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย สื่อและประชาสัมพันธ์

1.5 ส่วนงานการจัดการโลจิสติกส์ ทำหน้าที่วางแผนการพยากรณ์ความต้องการ ควบคุมการเคลื่อนย้ายและจัดเก็บสินค้าคงคลัง ครอบคลุมถึงการขนส่งและการกระจายสินค้า

การจัดการโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญมากต่อธุรกิจ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติ และการควบคุม ตั้งแต่การไหลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของตัวสินค้า บริการ และสารสนเทศ จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดบริโภค ให้ตรงตามความต้องการ อันก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า (Copacino, 2019; Harrison, Skipworth, van Hoek, & Aitken, 2019; Stavroulaki & Davis, 2010) ซึ่งโครงสร้างการวางแผนบริหารจัดการการไหลของวัตถุดิบ ข้อมูลและเงินทุน อันครอบคลุมถึงข้อมูลที่มีความซับซ้อน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างกำไรให้สูงขึ้น ตลอดจนการลดต้นทุนให้ต่ำลง

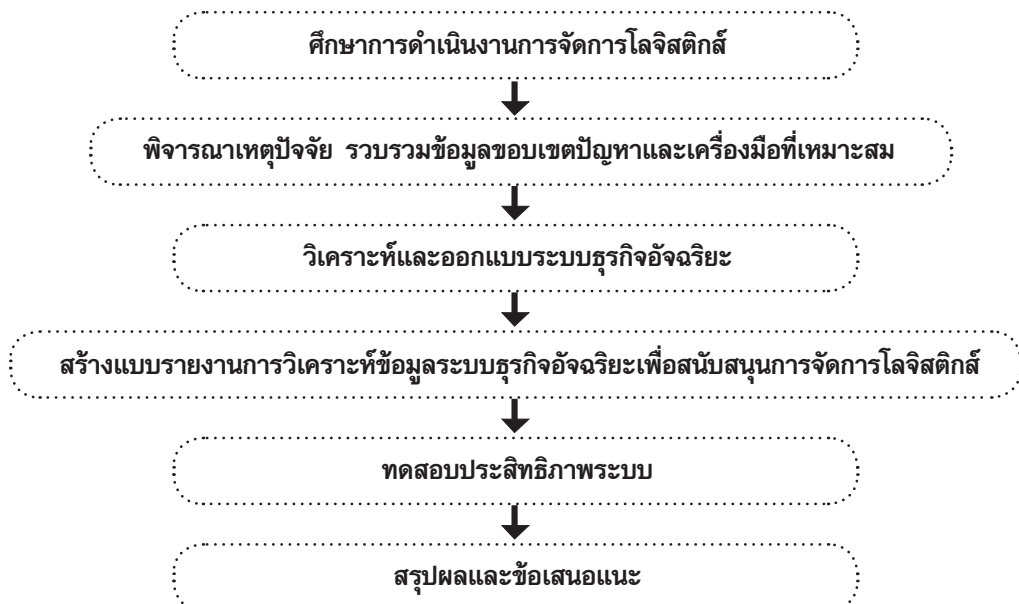
ธุรกิจอัจฉริยะ (Business Intelligence) เป็นเทคโนโลยีสารสนเทศในการรวบรวมข้อมูล (Data) และนำไปวิเคราะห์กลั่นกรองจนเป็นสารสนเทศ (Information) ของธุรกิจ นำมาจัดในรูปแบบรายงาน สะท้อนให้เห็นในหลากหลายแง่มุมตามที่ผู้บริหารต้องการเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรมีรายได้เพิ่มขึ้น ประหยัดต้นทุนโลจิสติกส์ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร เมื่อทราบข้อมูลเชิงลึกในหลากหลายมิติยังจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน ลดวงจรเวลาการดำเนินกิจกรรม (Cycle time) และการตอบสนองลูกค้าที่ดีขึ้น อันถือเป็นกุญแจสำคัญของกิจกรรมโลจิสติกส์

อย่างมีประสิทธิภาพจากข้อมูลสารสนเทศ (Information) (ชณุตพร ศรีชัย, 2555; Ranjan, 2009; Srinivasa & Swarup, 2001) โดยที่ระบบธุรกิจอัจฉริยะทำให้สามารถพยากรณ์ ซึ่งเป็นการประมาณการหรือการคาดคะเนแนวโน้มถึงเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545; Wang & Wang, 2010) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจและข้อมูลเชิงลึกในรูปแบบแดชบอร์ด (Dashboard) ทำให้ทราบข้อมูลหลากหลายมิติมุมมอง ทำให้ผู้ใช้ทางธุรกิจสามารถปรับหรือเพิ่มลดข้อมูลได้อย่างง่าย สะดวกต่อการใช้งาน นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้จากทุกที่อีกด้วย (Chaudhuri et al., 2011; Iseminger, 2016)

วิจิตรา พัทธการจ่ายกุล และ นิเวศ จิระวิชัย (2558) การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะ (Business Intelligence) เพื่อใช้ในการวางแผนการขายสินค้าในกลุ่มบริษัทผู้จัดทำหน่วย เพื่อใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์แนวโน้มการตลาดสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร เริ่มจากการสร้างตลาดข้อมูล (Data Mart) และนำฐานข้อมูลที่มีอยู่เดิมมาสร้างรายงานอัจฉริยะ ทำให้เห็นข้อมูลหลากหลายมิติ จากการประเมินผลคุณภาพระบบจากผู้ใช้งานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 อันนำไปสู่ข้อสรุปได้ว่า ระบบธุรกิจอัจฉริยะสามารถนำมาใช้ในการวางแผนการขายสินค้าในกลุ่มบริษัทผู้จัดทำหน่วยได้เป็นอย่างดี

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาการพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะ เพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาบริษัท XYZ ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินงานดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาการดำเนินงานการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษาบริษัท XYZ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการดำเนินงานการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษาบริษัท XYZ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการการไหลของสินค้าคงคลัง ประกอบด้วย 2 ส่วนงานย่อย ดังนี้

1.1 โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) ตั้งแต่การรับสินค้าจากซัพพลายเออร์ การจัดเก็บรักษาในคลังสินค้า การหยิบและการตรวจสอบควบคุมสินค้าคงคลัง

1.2 โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งกระจายสินค้าออกจากคลังสินค้าและการบริการลูกค้า

2. พิจารณาเหตุปัจจัย รวบรวมข้อมูลขอบเขตปัญหาและเครื่องมือที่เหมาะสมจากการศึกษาปัญหาจากระบบงานเดิม พบว่า การดำเนินงานของแต่ละส่วนงานใช้การเก็บข้อมูลในรูปแบบแฟ้มข้อมูลรายงาน (Report File) ตามรายละเอียดดังนี้ 1) โปรแกรมตารางแบบฟอร์มสเปรดชีต (Spreadsheets) ผ่าน Microsoft Excel มาช่วยในการจัดเก็บข้อมูลที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นในทุกๆ วัน เนื่องจากสะดวกและความเคยชินในการจัดเก็บข้อมูล 2) โปรแกรมประมวลผลคำแบบพิเศษ (Word Processor) ผ่าน Microsoft Word ในการจัดทำรายงาน และ 3) โปรแกรมนำเสนอข้อมูล (Presentation) ผ่าน Microsoft PowerPoint ในการออกแบบเค้าโครงการนำเสนอ

ทำให้ข้อมูลแต่ละส่วนขาดการเชื่อมโยงเข้าหากัน อันเป็นสาเหตุของการเก็บข้อมูลที่ซ้ำซ้อน ปัญหาการอัปเดตและการค้นหาข้อมูล อันส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการจัดเตรียมรายงาน การเตรียมข้อมูลง่ายต่อการเกิดข้อผิดพลาด ส่งผลกระทบให้ข้อมูลที่นำไปวิเคราะห์และตัดสินใจในการจัดการโลจิสติกส์ขาดประสิทธิภาพ ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเสนอระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์ด้วยเครื่องมือธุรกิจอัจฉริยะกูเกิล ดาต้า สตูดิโอ (Business Intelligence Tool via Google Data Studio) โดยเทคนิค Data Visualization มาประกอบการแสดงรายงานผลการดำเนินงานในรูปแบบแดชบอร์ด (Dashboard) ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างรายงานแสดงผลเพื่อให้ผู้บริหารและฝ่ายโลจิสติกส์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เห็นภาพรวมการดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์อย่างรวดเร็ว ลดข้อผิดพลาด ลดความซ้ำซ้อน และนำไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจทางการจัดการโลจิสติกส์ได้เป็นอย่างดี

การรวบรวมข้อมูล ได้เลือกแหล่งข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้ ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (In-Depth Interview) เพื่อทราบถึงปัญหาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกบุคคลผู้ดูแลส่วนงานที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์ จำนวน 4 ตัวอย่าง และการสังเกตการณ์จากพฤติกรรมระหว่างการดำเนินงาน และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลระเบียบรายงานผลการดำเนินงานและการจัดการโลจิสติกส์เดิม ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม

พ.ศ. 2564–31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 และข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อมุมมองการออกแบบระบบธุรกิจอัจฉริยะ

3. วิเคราะห์และออกแบบระบบธุรกิจอัจฉริยะ วิเคราะห์ระบบ นำเสนอระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์ด้วยเครื่องมือธุรกิจอัจฉริยะกูเกิล ดาต้า สตูดิโอ (Business Intelligence Tool via Google Data Studio) โดยเทคนิค Data Visualization มาประกอบการแสดงรายงานผลการดำเนินงานในรูปแบบแดชบอร์ด (Dashboard) สามารถออกแบบหน้าตาของรายงานและการสร้างรายงานได้อย่างหลากหลาย รวมถึงสามารถดึงข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ มาวิเคราะห์ร่วมกันได้ เช่น Google Adwords, YouTube, Google Sheets, Big Query และ Google Analytics เป็นต้น จากการศึกษากระบวนการทำงาน จึงได้ทราบถึงความต้องการใช้ระบบของแต่ละส่วนงาน จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้ตรงต่อความต้องการมากที่สุด จึงสร้างตารางการบันทึกสินค้าเข้าและการขายสินค้าและค่าขนส่งและประมวลผล โดยมีข้อมูลนำเข้า (Input) ดังตารางที่ 1 และมีการออกแบบระบบธุรกิจอัจฉริยะ เป็นรายละเอียดจอแสดงผล (Output) ข้อมูลแสดงผลการดำเนินงานในรูปแบบแดชบอร์ด (Dashboard) ผ่าน Business Intelligence (BI) ด้วย Google Data Studio ดังภาพที่ 3

วัน/เดือน/ปี เวลา	ต้นทุนค่าขนส่ง	ต้นทุนรวมสินค้า	สัดส่วนยอดขาย
รายการสินค้ารับเข้า	สัดส่วนช่องทางการขาย		
รายการสินค้าขาย	กราฟเส้นแสดงยอดขายและยอดเบิกประจำวัน		
แผนภูมิแท่งแสดงค่าขนส่งขาเข้ารายวัน			
แผนภูมิแท่งแสดงค่าขนส่งขาออกรายวัน	แผนภูมิแสดงสินค้าคงเหลือ		แผนภูมิวงกลม สัดส่วนต้นทุน ถือครองสินค้า

ภาพที่ 3 ออกแบบหน้าจอ

ตารางที่ 1 รายละเอียดข้อมูลที่นำมาใช้ในการแสดงผล

รับสินค้า	ขายสินค้า	สินค้าค้างคลัง	ต้นทุน
วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี	รหัสสินค้า	รหัสสินค้า
เลขที่ใบรับสินค้า	เลขที่ใบรับสินค้า	ชื่อสินค้า	ค่าขนส่ง
รหัสสินค้า	รหัสสินค้า	รายละเอียด	ราคาสินค้า
ชื่อสินค้า	ชื่อสินค้า	ปริมาณ	ต้นทุนการถือครอง
รายละเอียด	รายละเอียด	หน่วย	ยอดขาย
จำนวนสินค้า	จำนวนสินค้า	จำนวนสินค้า	สัดส่วนต้นทุนการถือครอง
จำนวนหน่วย	หน่วย	จำนวนขาย	สินค้าต่อยอดขาย
หน่วยละ (บาท)	หน่วย (บาท)	สินค้าคงเหลือ	
ค่าขนส่ง (รับ)	ค่าขนส่งขาย	รูปสินค้า	
ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%	ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%	วันหมดอายุ	
ราคาสินค้า (บาท)	ราคาสินค้า (บาท)	QR-code	
ราคารวมสุทธิ (บาท)	ราคารวมสุทธิ (บาท)	Barcode	
รายการจ่าย	รายการ		
ช่องทางการส่งสินค้า	ช่องทางการขายสินค้า		
วันหมดอายุ	ผู้รับสินค้า		
ผู้รับสินค้า	วันหมดอายุ		
ผู้ขายสินค้า	ผู้ขายสินค้า		

4. สร้างแบบรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์ ในการสร้างแบบรายงานระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์ ได้นำชุดข้อมูล (Data Set) มาอยู่ในรูปแบบกูเกิลชีต (Google Sheet) โดยคัดกรองข้อมูล ที่ผู้บริหารและฝ่ายโลจิสติกส์สนใจผ่านโปรแกรม RapidMiner Studio หลังจากนั้นจึงนำเข้าสู่กระบวนการดึงถ่ายโอนข้อมูล (Extract, Transform, Load: ETL) จาก Data Source ผ่านการสกัดข้อมูล (Data Extraction) การปรับเปลี่ยนรูปแบบ (Data Transformation) และการนำเข้าข้อมูล (Data Loading) เพื่อเข้าสู่การสร้างรายงาน ด้วยกูเกิล ดาต้า สตูดิโอ (Google Data Studio) และใช้เทคนิคประมวลผลแบบ Online Analytical Processing: OLAP ให้เห็นข้อมูลในหลายมุมมองตามเงื่อนไขที่ต้องการได้ นอกจากนี้ยังสามารถทำรายงานแสดงแนวโน้ม (Trend component) ตามเงื่อนไขอนุกรมเวลาได้อีกด้วย เช่น รายงานปริมาณสินค้าคงคลังโดยแบ่งตามรหัสสินค้า กลุ่มสินค้า เงื่อนไขวันและเวลา, รายงานความถี่ในการรับและเบิกสินค้าตามรหัสสินค้า กลุ่มสินค้า เงื่อนไขวันและเวลา, รายงานแสดงข้อมูลแนวโน้ม

และอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าคงคลัง, รายงานแสดงข้อมูลการพยากรณ์การรับและเบิกสินค้า

5. ทดสอบประสิทธิภาพระบบ เพื่อค้นหาความบกพร่องในการทำงานของระบบ โดยนำเครื่องมือแบบประเมินความพึงพอใจจากการใช้งานระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งจะวัดจาก 3 แง่มุมได้แก่ ด้านเสถียรภาพความพร้อมในการใช้งานของระบบ, ด้านความสะดวกในการใช้งาน, ด้านความพึงพอใจในภาพรวมการทำงานของระบบ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกบุคคลผู้ดูแลส่วนงานที่เกี่ยวข้อง คือ เจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์และพนักงานผู้ใช้ระบบ จำนวน 6 ตัวอย่าง มีการประเมินค่าแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) (Vagias, 2006) มี 5 อันดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เกณฑ์การให้คะแนนแบบประเมินความพึงพอใจการใช้งานระบบ

เกณฑ์การให้คะแนน:เชิงปริมาณ	5	4	3	2	1
ระดับความพึงพอใจ:เชิงคุณภาพ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด

ในการพิจารณาประสิทธิภาพการใช้งานระบบต้องมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ 4 คือ ความพึงพอใจระดับมาก ขึ้นไป จึงสามารถยอมรับประสิทธิภาพการใช้งานและนำระบบไปใช้ได้จริง

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์ โดยนำเครื่องมือแบบประเมินความพึงพอใจจากการใช้งานระบบ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกบุคคลผู้ดูแลส่วนงานที่เกี่ยวข้อง คือ เจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์และพนักงานผู้ใช้ระบบ จำนวน 6 ตัวอย่าง เพื่อทดลองใช้งานจริง พบว่า เกณฑ์คะแนนให้การยอมรับในประสิทธิภาพระบบ คะแนนเฉลี่ยที่ได้รับอยู่ในระดับที่ 4.10 ความหมายคือ พึงพอใจระดับมาก ดังนั้นจึงสามารถยอมรับประสิทธิภาพการใช้งานและนำระบบไปใช้ได้จริง

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบประสิทธิภาพระบบ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1. ด้านความพร้อมในการใช้งานของระบบ	4.08	0.89	พึงพอใจในระดับมาก
2. ด้านความสะดวกในการใช้งาน	4.16	0.60	พึงพอใจในระดับมาก
3. ด้านการเชื่อมโยงข้อมูล	4.05	0.74	พึงพอใจในระดับมาก
ผลการทดสอบประสิทธิภาพระบบ	4.10	0.74	พึงพอใจในระดับมาก

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาจาก 3 มุมมองในการอภิปรายผล ตามรายละเอียดดังนี้

1) มุมมองด้านกระบวนการทำงาน จะพิจารณาจากการลดจำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานจากการจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานในการจัดการโลจิสติกส์ จากส่วนงานการจัดการโลจิสติกส์ต้องรับผิดชอบการจัดทำรายงานของการจัดการโลจิสติกส์ ได้แก่ รายงานวางแผนพยากรณ์ความต้องการ รายงานควบคุมการเคลื่อนย้าย รายงานจัดเก็บสินค้าคงคลัง รายงานการขนส่งและการกระจายสินค้า ซึ่งใช้เวลาจากเดิมในการจัดทำรายงาน 1 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน ลดลงเหลือ 10 นาทีต่อวัน คิดเป็นอัตราลดลง 88.89% ของเวลาการทำงานเดิม

2) มุมมองด้านการลดต้นทุนให้กับองค์กรทางทฤษฎี Cost Benefit Analysis มาใช้หาสัดส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนในการจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานในการจัดการโลจิสติกส์ของระบบใหม่ โดยเปรียบเทียบจากการดำเนินงานแบบเดิม พบว่า การนำระบบมาใช้ทำให้บริษัทได้รับประโยชน์จากการลดค่าใช้จ่าย จากการคำนวณค่าเสียโอกาสการสูญเสียเวลาของพนักงานของรูปแบบการทำงานเดิม คิดเป็นจำนวนเงิน 36,562.50 บาท/ปี ในขณะที่ระบบใหม่มีค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าจ้างพนักงานสร้างระบบ รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงิน 2,500 บาทต่อปี คิดเป็นอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 14.63 ดังนั้นบริษัทได้รับอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio) เป็นจำนวนเงิน 34,062.50 บาท ซึ่งแสดงว่า ระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์มีความเหมาะสมที่จะลงทุน

ตารางที่ 4 Cost analysis

ต้นทุนผันแปร	บาท/ชม.	จำนวนเงิน (บาท/ปี)
ค่าจ้างพนักงานสร้างระบบ (จำนวน 3 วัน วันละ 8 ชั่วโมง)	104.17	2,500.00
รวมต้นทุน		2,500.00

หมายเหตุ. ค่าจ้างพนักงานสร้างระบบและค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบคำนวณจากอัตราเงินเดือนตำแหน่ง Website Development 20,000 บาท/เดือน เมื่อเฉลี่ยตามชั่วโมงการทำงานเท่ากับ 104.17 บาทต่อชั่วโมง

ตารางที่ 5 Benefit Analysis

รายได้ที่ได้รับกลับมา	ค่าแรง (บาท/ชม.)	ต้นทุนที่ไม่ใช่ตัวเงิน (บาท/ปี)
ค่าเสียโอกาสด้านแรงงาน		
- พนักงานจัดทำรายงาน	78.13	36,562.50
รวมรายได้ที่ได้รับกลับมา		36,562.50

หมายเหตุ. ค่าเสียโอกาสด้านแรงงาน พนักงานจัดทำรายงาน คำนวณจากอัตราเงินเดือน 15,000 บาท/เดือน เมื่อเฉลี่ยตามชั่วโมงทำงานเท่ากับ 78.13 บาท/ชั่วโมง และคำนวณรวมกับค่าตอบแทนที่ประหยัดได้จากการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

ผลตอบแทนสุทธิ = รายได้ที่ได้กลับมา-ต้นทุนรวมจากการลงทุน = 34,062.50

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน = รายได้ที่ได้กลับมา/ต้นทุนรวมจากการลงทุน = 14.63

3) มุมมองด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ โดยใช้แบบประเมินสอบถามความพึงพอใจ แบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 อันดับ พบว่าระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สามารถช่วยให้ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 6 ตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกบุคคลผู้ดูแลส่วนงานที่เกี่ยวข้อง คือ เจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์และพนักงานผู้ใช้งานระบบ สามารถปฏิบัติงานอย่างมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นมากที่สุด ในด้านความสะดวกและความง่ายดาในการใช้งาน เพิ่มขึ้น 51.42% เมื่อเทียบกับการจัดทำรายงานแบบเดิม, ด้านเวลาที่ใช้ในการทำรายงาน เพิ่มขึ้น 51.19%, ด้านความพึงพอใจโดยรวม เพิ่มขึ้น 50.98%, ด้านความถูกต้องของข้อมูล เพิ่มขึ้น 48.65% และด้านการตอบสนองของระบบ เพิ่มขึ้น 46.08% ตามลำดับ

ตารางที่ 6 สรุปแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ

ประเด็น	การจัดทำรายงานแบบเดิม			ระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์			% ที่เพิ่มขึ้น
	ระดับความพึงพอใจ			ระดับความพึงพอใจ			
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	
1. ด้านความสะดวกและความง่ายตายในการใช้งาน	2.06	0.5903	ปานกลาง	4.24	0.605	มากที่สุด	51.42%
2. ด้านเวลาที่ใช้ในการทำรายงาน	2.25	0.6390	ปานกลาง	4.61	0.598	มากที่สุด	51.19%
3. ด้านการตอบสนองของระบบ	2.34	0.4539	ปานกลาง	4.34	0.693	มากที่สุด	46.08%
4. ด้านความถูกต้องของข้อมูล	2.29	0.6800	ปานกลาง	4.46	0.489	มากที่สุด	48.65%
5. ด้านความพึงพอใจโดยรวม	2.24	0.5614	ปานกลาง	4.57	0.47	มากที่สุด	50.98%

ผลการพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์มีส่วนประกอบดังภาพที่ 4 แสดงผลด้วย Business Intelligence (BI) ด้วย Google Data Studio



ภาพที่ 4 แสดงผลด้วย Business Intelligence (BI) ด้วย Google Data Studio

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการดำเนินงานและรูปแบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษาบริษัท XYZ และพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเกิล ดาต้า สตูดิโอ (Business Intelligence Tool via Google Data Studio) เพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (In-Depth Interview) โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกบุคคลผู้ดูแลส่วนงานที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์ จำนวน 4 ตัวอย่าง และการสังเกตการณ์ จากพฤติกรรมระหว่างการดำเนินงาน และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลระเบียบรายงานผลการดำเนินงานและการจัดการโลจิสติกส์เดิม ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2564–31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 พบว่าปัจจุบันบริษัท XYZ ประสบปัญหาข้อมูลแต่ละส่วนขาดการเชื่อมโยงเข้าหากัน อันเป็นสาเหตุของการเก็บข้อมูลที่ซ้ำซ้อน ปัญหาการอัปเดตและการค้นหาข้อมูล อันส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการจัดเตรียมรายงาน การเตรียมข้อมูลง่ายต่อการเกิดข้อผิดพลาด ส่งผลกระทบให้ข้อมูลที่นำไปวิเคราะห์และตัดสินใจในการจัดการโลจิสติกส์ขาดประสิทธิภาพ ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

จากการพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะพบว่า ผลการทดสอบประสิทธิภาพระบบ ด้านความพร้อมในการใช้งานของระบบ ด้านความสะดวกในการใช้งานด้านการเชื่อมโยงข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.08, 4.16, 4.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89, 0.60, 0.74 ตามลำดับ คะแนนเฉลี่ยรวม 4.10 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ซึ่งมีความหมายคือ ระบบได้รับความพึงพอใจจากผู้ใช้งานในระดับมาก ควบคู่กับการพิจารณาใน 3 มุมมอง คือ (1) มุมมองด้านกระบวนการทำงานจะพิจารณาจากการลดจำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานจากการจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานในการจัดการโลจิสติกส์ จากเดิมใช้เวลา 1 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน ลดลงเหลือ 10 นาทีต่อวัน คิดเป็นอัตราลดลง 88.89% ของเวลาการทำงานเดิม (2) มุมมองด้านการลดต้นทุนให้กับองค์กรตามทฤษฎี Cost Benefit Analysis จากการคำนวณค่าเสียโอกาสการสูญเสียเวลาของพนักงานของรูปแบบการทำงานเดิม คิดเป็นจำนวนเงิน 36,562.50 บาท/ปี ในขณะที่ระบบใหม่มีค่าใช้จ่ายได้แก่ ค่าจ้างพนักงานสร้างระบบ รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงิน 2,500 บาทต่อปี คิดเป็นอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 14.63 ดังนั้น บริษัทได้รับอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio) เป็นจำนวนเงิน 34,062.50 บาท ซึ่งแสดงว่า ระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์มีความเหมาะสมที่จะลงทุน (3) มุมมองด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ พบว่า ระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สามารถช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานอย่างมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นมากที่สุด ในด้านความสะดวกและความง่ายตายในการใช้งาน เพิ่มขึ้น 51.42% เมื่อเทียบกับการจัดทำรายงานแบบเดิม, ด้านเวลาที่ใช้ในการทำรายงาน เพิ่มขึ้น 51.19%, ด้านความพึงพอใจโดยรวม เพิ่มขึ้น 50.98%, ด้านความถูกต้องของข้อมูล เพิ่มขึ้น 48.65% และด้านการตอบสนองของระบบ เพิ่มขึ้น 46.08% ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาบริษัท XYZ พบข้อจำกัดค่อนข้างมากในการรวบรวมข้อมูล เพราะธุรกิจไม่เข้าใจถึงความจำเป็นในการเก็บข้อมูลบางกลุ่มเพื่อเตรียมนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ ในบางส่วนงานมีการเก็บข้อมูลที่ซ้ำซ้อนและข้อมูลไม่ตรงกัน ทำให้การเก็บข้อมูลต้องใช้เวลามาก พร้อมทั้งต้องได้รับการตรวจสอบในทุกธุรกรรม ทั้งนี้การวิจัยครั้งต่อไป หากธุรกิจให้ความสำคัญของข้อมูลมากขึ้น สามารถเพิ่มขอบเขตในการจัดทำรายงาน เพิ่มข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในงานด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) เป็นต้น นอกจากนี้ยังควรนำประเด็นเรื่องรูปแบบวิธีการพยากรณ์มาศึกษาและประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ ถือเป็นจุดเริ่มต้นแห่งโอกาสของการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้เติบโตยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- ชญุตพร ศรีชัย. (2555). *สภาพแวดล้อมขององค์การที่มีอิทธิพลต่อการใช้ Business Intelligence ของ SMEs ใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). ธุรกิจไทยปรับตัวอย่างไร ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก. *BOT พระสยาม MAGAZINE*, 63(1), 8-11. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256301Conversation.aspx>
- เพชฌู อุปนันท์. (2560). *การบริหารความเสี่ยงองค์กร: Enterprise risk management*. สืบค้น 23 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.rama.mahidol.ac.th/risk__mgt/th/article/03202017-1523
- วิจิตรวาทกิจ กายกุล, และ นิเวศ จิระวิชัย. (2558). การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อการวางแผนการขายสินค้าสำหรับบริษัทผู้จัดจำหน่าย. *Progress in Applied Science and Technology*, 5(2), 155-164.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาแนวทางการส่งเสริมธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย (SME High Growth Sectors)*. สืบค้น 23 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://bit.ly/3QphPG9>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ*. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2565, จาก <http://nscr.nesdc.go.th/master-plans/>
- Chaudhuri, S., Dayal, U., & Narasayya, V. (2011). An overview of business intelligence technology. *Communications of the ACM*, 54(8), 88-98.
- Copacino, W. C. (2019). *Supply chain management: The basics and beyond*. Routledge.
- Gartner. (2015). *Gartner's 2015 hype cycle for emerging technologies identifies the computing innovations that organizations should monitor*. Retrieved May 30, 2022, from <https://gtmr.it/3TzGTNk>
- Harrison, A., Skipworth, H., van Hoek, R. I., & Aitken, J. (2019). *Logistics management and strategy: Competing through the supply chain*. UK: Pearson.
- Iseminger, D. (2016). *Microsoft power BI*. Retrieved May 30, 2022, from <https://www.powerbi.microsoft.com/en-us/what-is-power-bi/>

- Ranjan, J. (2009). Business intelligence: Concepts, components, techniques and benefits. *Journal of theoretical and applied information technology*, 9(1), 60-70.
- Srinivasa Rao, P., & Swarup, S. (2001). *Business intelligence and logistics*. Wipro Technologies.
- Stavroulaki, E., & Davis, M. (2010). Aligning products with supply chain processes and strategy. *The International Journal of Logistics Management*, 21(1), 127–151.
- Turban, E., Aronson, J. E., Liang, T., & Sharda, R. (2007). *Decision support system and business intelligence* (8th ed.). Prentice Hall, Pearson Education International.
- Vagias, W. M. (2006). *Likert-type scale response anchors*. Clemson International Institute for Tourism & Research Development, Department of Parks, Recreation and Tourism Management. Clemson University.
- Wang, J., & Wang, S. (Eds.). (2010). *Business intelligence in economic forecasting: Technologies and techniques*. IGI Global.

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถ
ในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19
ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

THE RELATIONSHIP BETWEEN CREDIT
FACTORS AND PROFITABILITY IN THE
COVID-19 SITUATION OF COMMERCIAL BANKS
LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF
THAILAND

Received: 8 June, 2021

Revised: 15 June, 2022

Accepted: 15 June, 2022

ปนัดดา วงษ์ศิริ*

Panadda Wongsiri*

อริสรา ธาเนรานนท์***

Arisara Thaneerananon***

เปรมารัช วิลาลัย**

Premarat Vilalai**

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* Master of Accountancy Program, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

* Email: 625152010013@dpu.ac.th

** ปริญญาเอก ผู้อำนวยการ DPU X, สายงานวิชาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** Ph.D., Director, DPU X, Academic Affairs, Dhurakij Pundit University

** Email: premarat.vil@dpu.ac.th

*** ปริญญาเอก ผู้อำนวยการหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*** Ph.D., Director, Master of Accounting Courses, Dhurakij Pundit University

*** Email: aisara.tha@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลในงบการเงินประจำปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2563 วิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาของตัวแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และการวิเคราะห์สมมติฐานโดยสมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาในครั้งนี้มีตัวแปรอิสระ คือปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพ (NPL) คุณภาพสินเชื่อ (PPL) ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) ส่วนต่างดอกเบียร์รับ (NIM) และสัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) กับตัวแปรตามคือ ความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ผลการศึกษาพบว่า ส่วนต่างดอกเบียร์รับ (NIM) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับความสามารถในการทำกำไร และปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพ (NPL) ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) และสัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านสินเชื่อ ความสามารถในการทำกำไร สถานการณ์ Covid-19

Abstract

The purpose of this study was to study the relationship between credit factors and profitability in the Covid-19 situation among commercial banks listed on the stock exchange of Thailand. The samples used in this study were commercial banks listed on the stock exchange of Thailand. Data collection was done by collecting information from annual financial statements ranging from 2018 to 2020. The methods of study used in this research used preliminary analysis of data characteristics of the study sample, descriptive analysis of variables, analysis of the relationship between independent variables and hypothesis analysis by using multiple regression equations. The statistical significance level was set to 0.05.

The independent variables in this research are non-performing loans (NPL), loan quality (PPL), operating efficiency (OPE), working liquidity (LD), interest margin (NIM), and non-interest income (FEE). With the dependent variable being the ability to make create profit (Adj. ROA). The results showed that the difference in interest margin (NIM) is correlated in the same direction with the statistic significant level of 0.05. The profitability in the number of non-performing loans (NPL), operating efficiency (OPE), working liquidity (LD) and non-interest income (FEE) ratio were all related in the same direction. However, it is not statistically significant with profitability in the Covid-19 situation of commercial banks listed on the Stock Exchange of Thailand.

Keywords: Credit Factor, Profitability, Covid-19 Situation

บทนำ

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรืออีกชื่อที่รู้จักกันดีคือ COVID-19 มีต้นกำเนิดจากเมืองอู่ฮั่นประเทศจีน ในช่วงเดือนธันวาคม ปี 2562 ซึ่งต่อมาได้พบยืนยันผู้ป่วยและการเสียชีวิตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในหลายประเทศทั่วโลก กลุ่มผู้ป่วยรุนแรงส่วนมากเป็นผู้สูงอายุและมีโรคประจำตัว เช่น โรคหัวใจ โรคเบาหวาน เป็นต้น จนกระทั่งเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลก (World Health Organization-WHO) จึงได้ออกประกาศให้โรคโควิด 19 เป็น “การระบาดใหญ่ (pandemic)” คือ การที่โรคแพร่ระบาดจากคนสู่คนได้ง่าย โดยเกิดขึ้นพร้อมกันหลายพื้นที่ทั่วโลก เมื่อโควิด-19 เริ่มแพร่กระจายไปยังประเทศและตลาดอื่น ๆ มีการประเมินมาตรการที่เข้มงวดการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายการเงินและข้อจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและความผันผวนในตลาดหุ้น ในทางตรงกันข้ามข้อจำกัดที่กำหนดไว้สำหรับการบริหารจัดการภายในประเทศและการใช้นโยบายการคลังที่สูงขึ้นมีผลกระทบในเชิงบวกต่อระดับของกิจกรรมทางเศรษฐกิจแม้ว่าจำนวนผู้ป่วยที่ยืนยันการติดเชื้อเพิ่มขึ้นไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อระดับของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งการระบาดใหญ่ของ COVID-19 นอกจากนี้นี้ยังจุดประกายความกลัวว่าจะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจและภาวะถดถอย ความห่างเหินทางสังคมการแยกตัวและข้อจำกัด ในการเดินทางทำให้พนักงานในทุกภาคส่วนเศรษฐกิจลดลงและทำให้ต้องสูญเสียงานจำนวนมาก โรงเรียนได้ปิดตัวลง ความต้องการสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ลดลง ในทางตรงกันข้ามความต้องการเวชภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (Nicola et al, 2020) แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลกจะเริ่มคลี่คลายภาคธุรกิจเริ่มกลับมาดำเนินการได้ แต่กลุ่มธุรกิจธนาคารและตลาดทุน ยังคงเผชิญกับความท้าทายในช่วงหลังการแพร่ระบาดจากปัญหาเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศถดถอย รวมทั้งผลกระทบจากมาตรการของภาครัฐที่ต้องการให้ความช่วยเหลือภาคเอกชนและประชาชน ทำให้ธุรกิจธนาคารและตลาดทุนต้องหันมาให้ความสำคัญกับการวางกลยุทธ์เพื่อรับมือกับโลกหลังโควิด-19 ทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวที่ธุรกิจธนาคารและตลาดทุนต่างเน้นไปที่การช่วยเหลือลูกค้า และสนับสนุนนโยบายจากภาครัฐ (บุญเลิศ กมลชนกกุล, 2563)

ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ด้านเศรษฐกิจ สังคม โดยมีการจ้างแรงงานลดลง เห็นได้จากสถานประกอบการขอใช้มาตรา 75 เพื่อหยุดกิจการชั่วคราว จากรายงานกระทรวงพาณิชย์ การยกเลิกกิจการส่วนใหญ่จะเป็นกิจการขนาดเล็กหรือ SMEs ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจภาคโรงแรม ภาคอุตสาหกรรม ภาคงานบริการ และเกษตรกรรมส่งผลกระทบต่อรายได้ลูกจ้าง พนักงาน และบริษัท (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563) ในสภาวะยังคงมีความไม่แน่นอนสูง และส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจในวงกว้าง ทำให้ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ออกมาตรการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด 19 โดยเน้นการให้ความช่วยเหลือด้านสภาพคล่องและการเร่งปรับโครงสร้างหนี้

โดยธนาคารแห่งประเทศไทยร่วมกับ ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงิน เฉพาะกิจ และ ผู้ให้บริการทางการเงิน รวม 9 แห่ง กำหนดมาตรการขั้นต่ำเพื่อช่วยเหลือลูกหนี้ทุกราย ที่ใช้ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล เช่าซื้อ ลีสซิ่ง สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และ สินเชื่อธุรกิจ SMEs โดยคำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้ เพื่อช่วยบรรเทาภาระให้ลูกหนี้ เช่น โดยการขยายระยะเวลาการชำระหนี้ เปลี่ยนสินเชื่อจากระยะสั้นเป็นระยะยาว เลื่อนการ ชำระค้างงวด ลดดอกเบี้ย การคิดดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราตลาด รวมไปถึงการชะลอ การยึดทรัพย์ เป็นต้น (มณฑล กปิลกาญจน์, พรชนก เทพขาม, นันทนิตย์ ทองศรี, และ พัชยา เลาสุทแสน, 2563)

เนื่องด้วยจากการรายงานข้อมูลการดำเนินงานของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในไตรมาส ที่ 2 เป็นช่วงเวลาที่เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบโดยตรงมากที่สุดจากการปิดเมืองและ การหยุดชะงักของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์มีการ ปรับลดไปจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วกว่า 35% ซึ่งถือว่าเป็นการหดตัวของกำไรที่รุนแรง ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องมาจากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยตามนโยบายทำให้มีการปรับ ลดภาระดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ลง แม้รายได้อื่น ๆ จะมีการปรับลดลงบ้าง และ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากคือต้นทุนความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยมีการปรับเพิ่มการ ตั้งสำรองให้มากขึ้นในไตรมาสที่ 2 ยอดการตั้งสำรองรวมสูงกว่า 7.2 หมื่นล้านบาท การตั้งสำรองที่สูงขึ้นมีต้นเหตุมาจากความกังวลที่อัตราหนี้เสียจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต (นริศ สถาผลเดชา, 2563) ทั้งนี้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัย ด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีการนำมาตรการช่วยเหลือลูกหนี้รายย่อย ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 จากธนาคารแห่งประเทศไทยมาใช้กับลูกหนี้เท่านั้น ว่าปัจจัย ด้านสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในทิศทางเดียวกันหรือทิศทางตรงกัน ข้าม ในช่วงสถานการณ์ Covid-19 โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากงบการเงินที่เปิดเผยต่อสาธารณะ เพื่อที่จะสามารถวางแผนการลงทุนในอนาคตและคาดการณ์สภาพคล่อง ประสิทธิภาพในการ ดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ใน สถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ภายใต้สถานการณ์ Covid-19 ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ออกมาตรการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด 19 โดยเน้นการให้ความช่วยเหลือด้านสภาพคล่องและการเร่งปรับโครงสร้างหนี้ โดยคำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้ เพื่อช่วยบรรเทาภาระให้ลูกหนี้ จึงส่งผลกระทบต่อข้อมูลในงบการเงินแต่ละปีที่แตกต่างกัน ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าจากการระบาดของโควิด-19 สร้างแรงกดดันทางธุรกิจและเป็นผลกระทบทางลบของธุรกิจธนาคาร ซึ่งในปัจจุบันภาคการธนาคารกำลังเผชิญกับแนวโน้มการปรับตัวเพิ่มขึ้นของสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เนื่องจากปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ที่มีสถานะการเงินที่อ่อนแอจะมีความเปราะบางอย่างมากต่อการชะลอตัวของเศรษฐกิจที่ยืดเยื้อ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกหนี้ที่ไม่ใช้สินเชื่อที่อยู่อาศัย หากอัตราการว่างงานปรับตัวเพิ่มขึ้น (จารุวรรณ เขียมยิ่งพานิช, 2563)

แนวคิดมาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับกิจการที่ให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ ตามประกาศสภาวิชาชีพบัญชีให้ใช้แนวปฏิบัติทางการบัญชี เรื่อง มาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับกิจการที่ให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563) ให้เป็นทางเลือกกับทุกกิจการที่ให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ ตามมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ตามแนวทางในหนังสือเวียนของธนาคารแห่งประเทศไทย ธปท.ผนส. (23) ว. 276/2563 เรื่อง แนวทางในการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ลงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563 และหนังสือเวียนของธนาคารแห่งประเทศไทย ธปท.ผนส.(01) ว. 380/2563 เรื่อง มาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้เพิ่มเติมในช่วงสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ลงวันที่ 26 มีนาคม 2563 หรือ มาตรการอื่นใดตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดเพิ่มเติม แนวปฏิบัติทางการบัญชีฉบับนี้ให้ถือปฏิบัติกับการจัดชั้นลูกหนี้ที่เข้าตามลักษณะ โดยขอบเขตลูกหนี้ตามแนวปฏิบัติทางการบัญชีฉบับนี้ หมายรวมถึง ลูกหนี้ธุรกิจขนาดใหญ่ ลูกหนี้ขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกหนี้รายย่อย ซึ่งยังคงมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจหรือสามารถชำระหนี้ได้ในอนาคต และได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

จากงานวิจัยของ Martani and Munaiseche (2008) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของสถาบันการเงินในประเทศอินโดนีเซีย ระหว่างปี 2548-2550 ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพสินเชื่อและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร เป็นผลมาจากการจัดการสินทรัพย์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยข้อมูลที่น่า

มาใช้ในการศึกษาพบว่าจำนวนของลูกหนี้ที่ไม่สามารถชำระเงินคืนได้นั้นมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการพิจารณาและอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ได้เป็นไปอย่างรอบคอบ ส่งผลให้เกิดภาระในการตั้งสำรองค่าเผื่อนี้ส่งผลจะสูงขึ้นตามปริมาณสินเชื่อที่มีปัญหา ซึ่งเป็นผลจากการขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านสินเชื่อส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มสถาบันการเงินในประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

วิกานดา ใจสมุทร (2558) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลของปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและคุณภาพสินเชื่อนี้มีอิทธิพลในเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณรัตน์ ลิขิตทางธรรม (2554) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ พบว่า อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อรายได้รวมและ อัตราส่วนค่าเผื่อนี้ส่งผลจะสูงขึ้นต่อเงินให้เชื่อ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ แต่มีผลการศึกษตรงกันข้ามกับงานวิจัยของ จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552) ศึกษาความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ไทย งานวิจัยของชนัดดา พาณิชลือชาชัย (2558) ศึกษาปัจจัยด้านสินเชื่อที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และงานวิจัยของ ปิยพงศ์ พูณิชย์ และอักรนันท์ คีตสม (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและคุณภาพสินเชื่อนี้ ไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์

ทั้งนี้งานวิจัยของ วิกานดา ใจสมุทร (2558) ทำการศึกษาอิทธิพลของปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าปริมาณสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะพบว่าปริมาณสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้มีอิทธิพลในเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนัดดา พาณิชลือชาชัย (2558) ทำการศึกษาปัจจัยด้านสินเชื่อที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย พบว่า ปริมาณสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ มีผลทางตรงกันข้ามต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kingu, Macha, and Gwahula (2018) การศึกษาผลกระทบของสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคาร จากการศึกษาพบว่าการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้มีความสัมพันธ์ทางลบกับระดับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในแทนซาเนีย สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนดความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ พบว่า รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ วิกานดา ใจสมุทร (2558) และงานวิจัยของ จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552) พบว่า ส่วนต่างดอกเบี๋ยรับและดอกเบี๋ยจ่าย มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในทิศทางเดียวกัน มีผลการศึกษาดรกับ ชนตลา พานิชลือชาชัย (2558) พบว่าปัจจัยด้านสินเชื่ที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย คือ รายได้ดอกเบี๋ยสุทธิ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยไปในทิศทางเดียวกัน

ในขณะที่งานวิจัยของ ชนตลา พานิชลือชาชัย (2558) พบว่าปัจจัยด้านสินเชื่ที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย คือ รายได้ที่มีใช้ดอกเบี๋ย มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552) แต่ตรงกันข้ามกับงานวิจัยของ วิกานดา ใจสมุทร (2558) พบว่า รายได้ที่มีใช้ดอกเบี๋ยไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นอกจากนี้งานวิจัยของ ปิยพงศ์ พู่ณิษฐ์ และอัครนันท์ คิตสม (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐทั้ง 3 แห่งที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ส่วนอัตราส่วนเงินให้สินเชื่ต่อเงินฝาก

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพ จากงานวิจัยของ วิกานดา ใจสมุทร (2558), ชนตลา พานิชลือชาชัย (2558) และ Kingu et al. (2018) คุณภาพสินเชื่ จากงานวิจัยของ Martani and Munaiseche (2008), วิกานดา ใจสมุทร (2558), อรุณรัตน์ ลิขิตทางธรรม (2554), จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552) และปิยพงศ์ พู่ณิษฐ์ และอัครนันท์ คิตสม (2559) ประสิทธิภาพการดำเนินงาน จากงานวิจัยของ วิกานดา ใจสมุทร (2558), อรุณรัตน์ ลิขิตทางธรรม (2554), จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552), ปิยพงศ์ พู่ณิษฐ์ และอัครนันท์ คิตสม (2559) และ Martani and Munaiseche (2008) สภาพคล่องหมุนเวียน จากงานวิจัยของ ปิยพงศ์ พู่ณิษฐ์ และอัครนันท์ คิตสม (2559) ส่วนต่างดอกเบี๋ยรับ จากงานวิจัยของ Martani and Munaiseche (2008), วิกานดา ใจสมุทร (2558), อรุณรัตน์ ลิขิตทางธรรม (2554), จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552) และปิยพงศ์ พู่ณิษฐ์ และอัครนันท์ คิตสม (2559) สัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี๋ย จากงานวิจัยของ ชนตลา พานิชลือชาชัย (2558), จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552) และวิกานดา ใจสมุทร (2558) ทำให้สามารถพัฒนาสมมติฐานในการศึกษาได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1: ปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพ (NPL) มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

สมมติฐานข้อที่ 2: คุณภาพสินเชื่ (PPL) มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

สมมติฐานข้อที่ 3: ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

สมมติฐานข้อที่ 4: สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

สมมติฐานข้อที่ 5: ส่วนต่างดอกเบี้ยรับ (NIM) มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

สมมติฐานข้อที่ 6: สัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษา เรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้บททวนวรรณกรรม ทฤษฎี แนวคิด เอกสารที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และการตั้งสมมติฐาน กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในหมวดธุรกิจธนาคาร 11 บริษัท ทำการเก็บข้อมูลในงบการเงินประจำปีเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2563 รวมทั้งสิ้น 33 บริษัท โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากงบแสดงฐานะการเงิน และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ความสามารถในการทำกำไร วัดโดย Adjusted Return on Assets: Adj.ROA ตามแนวทางของ Bhojraj, Hribar, Picconi and McInnis (2009) และ Cohen and Zarowin (2010, อ้างถึงใน เปรมารักษ์ วิลาวัลย์, พัทธนันท์ เพชรเชิดชู และศิริเดช คำสุพรหม, 2563) คำนวณได้จากกำไรสุทธิก่อนรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (OCI) หารด้วย สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย ลบค่า Median ROA รายอุตสาหกรรม ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา คือ ปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพ (NPL) คุณภาพสินเชื่อ (PPL) ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) ส่วนต่างดอกเบี้ยรับ (NIM) และสัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์สมมติฐาน โดยสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มีสมการ ดังนี้

$$\text{Adj.ROA}_t = \beta_0 + \beta_1(\text{NPL}_{i,t}) + \beta_2(\text{PPL}_{i,t}) + \beta_3(\text{OPE}_{i,t}) + \beta_4(\text{LD}_{i,t}) + \beta_5(\text{NIM}_{i,t}) + \beta_6(\text{FEE}_{i,t}) + \beta_t$$

โดยที่

ตัวแปรตาม

ROA ความสามารถในการทำกำไร วัดโดย กำไรสุทธิก่อนรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (OCI) หารด้วยสินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย ลบค่า Median ROA รายอุตสาหกรรม

ตัวแปรอิสระ

NPL ปริมาณสินเชื่อด้วยคุณภาพ วัดโดย อัตราส่วนของสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อสินเชื่อรวม

PPL คุณภาพสินเชื่อ วัดโดย อัตราส่วนค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญต่อสินเชื่อรวม

OPE ประสิทธิภาพการดำเนินงาน วัดโดย อัตราส่วน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อรายได้รวม

LD สภาพคล่องหมุนเวียน วัดโดย อัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝาก

NIM ส่วนต่างดอกเบี้ยรับ วัดโดย อัตราส่วนต่างดอกเบี้ยรับสุทธิ

FEE สัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย วัดโดย อัตราส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย

i, t บริษัทที่นำมาศึกษา และปีที่นำมาศึกษา

Et ค่าความคลาดเคลื่อน (Abnormal) ของตัวแปร

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาของตัวแปร (Descriptive Statistics)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่อต้องการทราบคุณลักษณะทั่วไปของตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้สถิติต่าง ๆ ประกอบด้วย ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) สถิติสำหรับการวัดค่ากลางของข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) สถิติสำหรับการวัดการกระจายของข้อมูล คือ ค่าเบี่ยงเบน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าสถิติเชิงพรรณนา

ตัวแปร	Min	Max	Mean	Std.Dev
NPL	1.550	4.700	3.080	0.880
PPL	1.140	8.400	4.398	1.671
OPE	36.400	63.500	46.374	6.325
LD	84.300	137.700	100.733	12.164
NIM	0.018	7.600	3.276	1.447
FEE	-18.000	43.240	23.895	12.164
Adj.ROA	-1.270	3.970	0.111	0.913

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ยปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพ (NPL) เท่ากับร้อยละ 3.080 คุณภาพสินเชื่อ (PPL) เท่ากับร้อยละ 4.398 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) เท่ากับร้อยละ 46.374 สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) เท่ากับร้อยละ 100.733 ส่วนต่างดอกเบี้ยรับ (NIM) เท่ากับร้อยละ 3.276 สัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) เท่ากับร้อยละ 23.895 และความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) เท่ากับร้อยละ 0.111

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Correlation Coefficient)

ในการศึกษานี้มีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรก่อนการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามพร้อมทั้งตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน โดยหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบแสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน แต่หากค่าเป็นบวกแสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และถ้าหากมีค่าเป็น 0 หมายความว่าตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ค่า r ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Correlation Coefficient)

	NPL	PPL	OPE	LD	NIM	FEE	Adj.ROA
NPL							
PPL	0.226						
OPE	0.591**	0.033					
LD	-0.098	-0.114	-0.117				
NIM	0.213	0.131	0.216	0.612**			
FEE	-0.022	0.110	-0.444**	0.062	-0.124		
Adj.ROA	-0.097	0.009	-0.052	0.187	0.360*	0.061	

หมายเหตุ. **. มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*. มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสามารถสรุปได้ว่า ถึงแม้ว่าตัวแปรอิสระจะมีสหสัมพันธ์ระหว่างกัน แต่อยู่ในระดับที่ต่ำถึงต่ำมาก และจากการสรุปความสัมพันธ์ของตัวแปรกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า ส่วนต่างดอกเบียร์รับ (NIM) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ส่วนปริมาณสินเชื่อต่อคุณภาพ (NPL) คุณภาพสินเชื่อ (PPL) ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) และสัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ไม่มีนัยสำคัญกับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA)

การวิเคราะห์สมมติฐาน

โดยแสดงรายละเอียดการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ จากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไรในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	Enter Method			t	P value
	Unstandardized	Coefficients	Standardized		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.880	2.528		0.348	0.730
NPL	-0.225	0.250	-0.217	-0.900	0.376
PPL	-0.027	0.104	-0.049	-0.256	0.800
OPE	0.000	0.038	0.003	0.012	0.990
LD	-0.013	0.019	-0.178	-0.722	0.477
NIM	0.340	0.160	0.539	2.219	0.043*
FEE	0.011	0.016	0.141	0.668	0.510

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ส่วนต่างดอกเบียร์รับ (NIM) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และ

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 95% กับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยพบว่า ส่วนต่างดอกเบี้ยรับ (NIM) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 95% กับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

(p-value มีค่าเท่ากับ 0.043 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05) อาจกล่าวได้ว่าส่วนต่างดอกเบี้ยรับ (NIM) ซึ่งวัดโดยส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับและดอกเบี้ยจ่าย (รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ความสามารถในการทำกำไร ซึ่งวัดโดย Adjusted Return on Assets: Adj.ROA เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.340 เมื่อทำการศึกษารายละเอียดของตัวแปรอื่น พบว่า

ปริมาณสินเชื่อต่อคุณภาพ (NPL) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (p-value มีค่าเท่ากับ 0.376 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

คุณภาพสินเชื่อ (PPL) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (p-value มีค่าเท่ากับ 0.800 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (p-value มีค่าเท่ากับ 0.990 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (p-value มีค่าเท่ากับ 0.477 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

สัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไร (Adj.ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (p-value มีค่าเท่ากับ 0.510 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ส่วนต่างดอกเบี้ยรับ (NIM) มีความสัมพันธ์

ในทิศทางเดียวกัน และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 95% กับความสามารถในการทำกำไร (Adj. ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาจกล่าวได้ว่าส่วนต่างดอกเบี้ยรับซึ่งวัดโดยส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับและดอกเบี้ยจ่าย (รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ) เพิ่มขึ้น จะทำให้ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นด้วย แสดงว่า ธนาคารมีการวางแผนการจัดระเบียบและการควบคุมกำกับกิจกรรมและการใช้ประโยชน์จากเงินทุนขององค์กร เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของธนาคารสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนตภา พานิชลือชาชัย (2558) ทำการศึกษาปัจจัยด้านสินเชื่อกว่ามีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย อาจกล่าวได้ว่าส่วนต่างดอกเบี้ยรับซึ่งวัดโดยส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับและดอกเบี้ยจ่าย (รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ) เพิ่มขึ้น จะทำให้ความสามารถในการทำกำไร ซึ่งวัดโดย Adjusted Return on Assets: Adj.ROA เพิ่มขึ้นด้วย แสดงว่า ธนาคารมีการวางแผนการจัดระเบียบและการควบคุมกำกับกิจกรรมและการใช้ประโยชน์จากเงินทุนขององค์กร เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถด้านการปฏิบัติการและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552) พบว่า ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ คือ ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับและจ่าย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณรัตน์ ลิขิตทางธรรม (2554) พบว่า ส่วนต่างดอกเบี้ยสุทธิ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิกานดา ใจสมุทร (2558) พบว่า รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์

ปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพ (NPL) คุณภาพสินเชื่อ (PPL) ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) และสัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไร (Adj. ROA) ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปริมาณสินเชื่อด้อยคุณภาพ (NPL) สอดคล้องกับงานวิจัยของวิกานดา ใจสมุทร (2558) คุณภาพสินเชื่อ (PPL) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนตภา พานิชลือชาชัย (2558), วิกานดา ใจสมุทร (2558) และ Martani and Munaiseche (2008) ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพงศ์ พุฒินิชย์ และอักรนันท์ คิตสม (2559), วิกานดา ใจสมุทร (2558), Martani and Munaiseche (2008), ชนตภา พานิชลือชาชัย (2558) และอรุณรัตน์ ลิขิตทางธรรม (2554) สภาพคล่องหมุนเวียน (LD) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพงศ์ พุฒินิชย์ และอักรนันท์ คิตสม (2559) และสัดส่วนรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย (FEE) สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินห์หวา เชื้อเมืองพาน (2552)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านลินเชื่อกับความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ Covid-19 ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงระยะเวลา 3 ปี คือเหตุการณ์ก่อนเกิดสถานการณ์และเมื่อเกิดสถานการณ์ Covid-19 การศึกษาในครั้งนี้ต่อไปอาจขยายขอบเขตการศึกษาออกไป เช่น ทำการศึกษาเป็นรายไตรมาส เนื่องด้วยธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ออกมาตรการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด 19 นั้น ประกาศใช้ชั่วคราว ซึ่งจะขึ้นอยู่กับช่วงสถานการณ์ที่มีผลกระทบรุนแรงต่อระบบเศรษฐกิจ การศึกษาเป็นรายไตรมาส ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น

บรรณานุกรม

- จารุวรรณ เอี่ยมยิ่งพานิช. (2563). *โควิด 19 ส่งผลกระทบทางลบต่อธุรกิจแบงก์*. สืบค้น 8 มีนาคม 2564, จาก <https://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?release=y&ref=M&id=V01JQThha3UvTDQ9>
- จินห์หวา เชื้อเมืองพาน. (2552). *ความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชนัดดา พานิชสีลาชัย. (2558). *ปัจจัยด้านสินเชื่อที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นริศ สถาผลเดชา. (2563, 8 สิงหาคม). *วิกฤติโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อกำไรของธนาคารพาณิชย์ไทย*. *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/892797>
- บุญเลิศ กมลชนกกุล. (2563). *5 กฎเกณฑ์สำคัญเพื่อรับมือโลกหลังวิกฤตโควิด-19 ของกลุ่มธุรกิจธนาคารและตลาดทุน*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20200826.html>
- ปิยพงศ์ พุฒินิชย์, และ อัครนันท์ คิวดม. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ*. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เปรมารักษ์ วิลาสัย, พัทธนันท์ เพชรเชิดชู, และศิริเดช คำสุพรหม. (2563). *การจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายเงินในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต*. *วารสารการบัญชีและการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(3), 83-96. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/242129/165974>
- มณฑล กปิลกาญจน์, พรชนก เทพขาม, นันทินต์ ทองศรี, และ พชยา เลาสุทแสน. (2563). *ผลกระทบโควิด 19 ต่อตลาดแรงงานไทย*. สืบค้น 21 มีนาคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_12Oct2020.aspx
- วิกานดา ใจสมุทร. (2558). *อิทธิพลของปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2563). โรคระบาดไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19): ผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยและกลยุทธ์ในการฟื้นฟูกิจการ. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 25(2), 10-30. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/245007>
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). *แนวปฏิบัติทางการบัญชี เรื่อง มาตรการผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับกิจการที่ให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย*. สืบค้น 26 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.tfac.or.th/upload/9414/V703Vw8igk.pdf>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *สภาพัฒน์เผยรายงานภาวะสังคมไทยไตรมาส 1 ปี 2563*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=10260&filename=index
- อรุณรัตน์ ลิขิตทางธรรม. (2554). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Bhojraj, S., Hribar, P., Picconi, M., & McInnis, J. M. (2009). Making sense of cents: An examination of firms that marginally miss or beat analyst forecasts. *The Journal of Finance*, 64(5), 2361-2388. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2009.01503.x>
- Kingu, P. S., Macha, S., & Gwahula, R. (2018). Impact of non-performing loans on bank's profitability: Empirical evidence from commercial banks in Tanzania. *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(1), 71-78. <https://doi.org/10.18535/IJSRM/V6I1.EM11>
- Martani, D., & Munaiseche, R. R. (2008). Factors affecting profitability of multi-finance company in Indonesia. *China-USA Business Review*, 53.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Losifidis, C., ... & Agha, R. (2020). *The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review*. *International journal of surgery (London, England)*, 78, 185-193. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.04.018>

ความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

AUDIT RISK AND EARNINGS MANAGEMENT OF COMPANIES LISTED ON THE MARKET FOR ALTERNATIVE INVESTMENT (MAI)

Received: 19 May, 2022

Revised: 12 September, 2022

Accepted: 12 September, 2022

อรณัชชา อุไรเวช*

Onnatcha Uraived*

เปรมารัช วิลาลัย**

Premarat Vilalai**

อริสรา ธาเนียรานนท์***

Arisara Thaneerananon***

* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* Master student, Masters of Accounting Program, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

* Email: onnatcha.ur@gmail.com

** ปริญญาเอก ผู้อำนวยการ DPU X สายงานวิชาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** Ph.D., Director of DPU X Institute of Lifelong Learning, Dhurakij Pundit University

** Email: premarat.vil@dpu.ac.th

*** ผู้อำนวยการหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*** Ph.D., Director of Masters of Accounting Program, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

*** Email: arisara.tha@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เนื่องจากในปัจจุบันบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นบริษัทขนาดเล็กถึงขนาดกลางที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่สูงขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงในการสอบบัญชีและการจัดการกำไร 2) เพื่อศึกษาความเสี่ยงในการสอบบัญชีที่มีผลต่อการจัดการกำไร อีกทั้งสถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีแบบไม่มีเงื่อนไขเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การจัดการกำไรลดลง รวมทั้งหากมีการใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การจัดการกำไรลดลง และขนาดของบริษัทที่เพิ่มขึ้นทำให้มีการตรวจสอบ ข้อมูลทางการเงินมากขึ้นจึงส่งผลให้การจัดการกำไรลดลง หากแต่ค่าตอบแทนของผู้สอบ บัญชีเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การจัดการกำไรเพิ่มขึ้น รวมทั้งอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การจัดการกำไรเพิ่มขึ้นเช่นกัน เนื่องจากข้อมูลทางการเงินมีแนวโน้มที่แสดง ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์ รวมไม่มีผลต่อการจัดการกำไร

คำสำคัญ: ความเสี่ยงในการสอบบัญชี การจัดการกำไร ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Abstract

This research is a study of audit risks and earnings management of the company listed on the Market for Alternative Investment (MAI). Companies currently listed on the stock exchange MAI are small to medium sized companies with higher growth prospects. This research aims to 1) study and analyze audit risks and earnings management; 2) to study the risks in the audit affecting earnings management. Moreover, the statistics used in the analysis were the descriptive statistics analysis and the multiple regression statistical analysis.

The results showed that an increase in the unqualified opinion of the auditor will result in lower earnings management. Moreover, if there is an increase in the use of large audit firms, it will result in lower earnings management. Increasing company size allows for more scrutiny of financial data, thereby reducing

earnings management. However, the increase in the auditor's remuneration will result in increased earnings management. As well as an increase in the return on total assets will result in an increase in earnings management as well. This is because financial information is more likely to show material misstatements. However, the total debt to total assets ratio does not affect earnings management.

Keywords: Audit Risk, Earnings Management, The Market for Alternative Investment (MAI)

บทนำ

ปัจจุบันงบการเงินมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินในกลุ่มต่าง ๆ ดังนั้นผู้บริหารจึงพยายามที่จะจัดการกำไร บริหารกำไร หรือตกแต่งกำไรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการตามแนวคิดของ Schipper (1989) ได้กล่าวถึง การจัดการกำไรเป็นการแทรกแซงการจัดทำและนำเสนองบการเงินที่เปิดเผยให้แก่สาธารณชน ภายใต้ขอบเขตของมาตรฐานรายงานทางการเงินที่กำหนดและปรับปรุงโดยสภาวิชาชีพบัญชี เพื่อแสดงกำไรของบริษัทเป็นไปตามทิศทางที่ผู้บริหารต้องการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะปกปิดผลกำไรที่แท้จริงของบริษัท

ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Market for Alternative Investment: MAI) หมายถึง ตลาดหลักทรัพย์แห่งที่ 2 ของประเทศไทย ซึ่งจะเป็แหล่งระดมทุนบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก และเพื่อเพิ่มจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ อีกทั้งยังเป็นบริษัทที่มีการเติบโตสูง และมีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่ดีในอนาคต (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565) ดังนั้น บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จะต้องปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้กำหนดไว้ ทำให้บริษัทจะต้องมีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการรายงานข้อมูลทางการเงินที่น่าเชื่อถือเป็นไปตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นในการลงทุน ซึ่งจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินผู้มีส่วนได้เสีย นักลงทุน และสาธารณชน

ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอเป็นตลาดที่พบบริษัทครบครันจำนวนมากซึ่งอาจจะมีผลต่อความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ รวมทั้งความเสี่ยงในการสอบบัญชีด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในส่วน of ความเสี่ยงในการสอบบัญชี ด้านการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี สามารถบ่งบอกถึงคุณภาพกำไรของแต่ละบริษัทที่มีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรได้ (จรัสรัตน์ บทเรศ, เอื้อบุญ เอกะสิงห์, และ นฤนาถ ศรภักยานิช, 2561)

และด้านค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี ที่มีการวิจัยพบว่า ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีจะสูงขึ้นเมื่อมีการประเมินระดับความมีนัยสำคัญของการเงินมากขึ้น เนื่องจากต้องเพิ่มชั่วโมงในการปฏิบัติงานสอบบัญชีที่มากขึ้น เพื่อให้คุณภาพงานสอบบัญชีสามารถให้ความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ (ยุวดี วงศ์แว่น้อย, และ จิตาภรณ์ ลินจรรณศักดิ์, 2563) ในส่วนด้านขนาดของสำนักงานสอบบัญชี ที่พบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของสำนักงานสอบบัญชีและการจัดการกำไร เนื่องจากการตรวจสอบบัญชีโดยสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่มีทรัพยากรที่สามารถช่วยส่งเสริมการปฏิบัติงานตรวจสอบได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสำนักงานสอบบัญชีขนาดเล็ก (ณัฐนิชา พุเพื่องสมบัติ, 2559)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพื่อศึกษาด้านการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี ด้านค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี และด้านขนาดของสำนักงานสอบบัญชี ว่ามีความสัมพันธ์กับการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างทางบัญชีในดุลยพินิจของผู้บริหาร (Accrual Earnings Management: AEM) อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงในการสอบบัญชีและการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
2. เพื่อศึกษาความเสี่ยงในการสอบบัญชีที่มีผลต่อการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกำไร

การจัดการกำไร หรือ Earnings management โดย Schipper (1989) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การจัดการกำไรเป็นการแทรกแซงกระบวนการจัดทำและนำเสนอการเงินที่เปิดเผยให้แก่บุคคลภายนอกด้วยความจงใจของผู้บริหาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะปกปิดกำไรที่แท้จริงของบริษัท สอดคล้องกับ Healy and Wahlen (1999) ที่นิยามว่า การจัดการกำไรที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหารในการจัดทำและนำเสนอการเงินรวมทั้งการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการจัดทำและนำเสนอการเงิน โดยการเลือกใช้นโยบายทางการเงินเพื่อบิดเบือนข้อมูล ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อปกปิดผลการดำเนินงานที่แท้จริงของบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสีย หรือเพื่อผลประโยชน์จากสัญญาการเงินต่าง ๆ ที่ขึ้นอยู่กับมูลค่าทางบัญชี

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบจำลอง Kasznik (1999) จากงานวิจัยของ Kasznik ที่ได้นำแบบจำลอง The Modified Jones มาพัฒนาต่อโดยเพิ่มตัวแปรข้อมูลที่เกี่ยวข้องคือ การเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน เนื่องจาก รายการกระแสเงินสด

จากการดำเนินงาน เป็นรายการคงค้างทางบัญชีปกติที่เกิดจากการทำงานของบริษัท ซึ่งไม่ได้ขึ้นกับดุลยพินิจของผู้บริหาร (เปรมารักษ์ วิลาสัย, พัทธนันท์ เพชรเชิดชู, และศิริเดช คำสุพรหม, 2563)

การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี

จากการทบทวนงานวิจัยของ จูรีรัตน์ บทเรศ และคณะ (2561) พบว่า ผู้สอบบัญชีมีแนวโน้มที่จะแสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไปเพิ่มมากขึ้นเมื่อกิจการมีคุณภาพกำไรต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญัญญ์ ปิยะวิบูลย์ (2558) พบว่า การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีแบบไม่มีเงื่อนไขแต่เพิ่มวรรคเน้นเกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่องมีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพกำไร เมื่อวัดมูลค่าคุณภาพกำไรตามแบบจำลอง The Modified Jones แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไร เมื่อวัดคุณภาพกำไรตามแบบจำลอง Extended Modified Jones สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะณัฐ ฤณพุทธม (2561) พบว่า ผลกระทบของคุณภาพการสอบบัญชีด้านการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีแบบไม่มีเงื่อนไขไม่ส่งผลกระทบต่อการบริหารกำไรที่วัดค่าจากแบบจำลอง The Modified Jones และยืนยันด้วยแบบจำลอง Extended Modified Jones รวมทั้ง งานวิจัยของ พรชัย กัณฑ์สุข (2560) พบว่า คุณภาพงานสอบบัญชีประเภทของความเห็นในรายงานของผู้สอบบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กับค่าการตอบสนองต่อกำไร ทั้งนี้ งานวิจัยของ พรสุดา หวังประเสริฐกุล (2561) พบว่า ผู้สอบบัญชีต้องใช้เวลาการออกรายงานผู้สอบบัญชีเพิ่มขึ้นในการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีแบบที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อใช้ในการตรวจสอบถึงความผิดปกติของงบการเงิน ส่งผลให้ระยะเวลาในการออกรายงานผู้สอบบัญชีเพิ่มขึ้นตามด้วยเช่นกัน

คำตอบแทนของผู้สอบบัญชี

จากการทบทวน งานวิจัยงานวิจัยของ ยุวดี วงศ์แว่นน้อย, และจิตาภรณ์ ลินจรรณศักดิ์ (2563) พบว่า คำตอบแทนของผู้สอบบัญชีจะสูงขึ้นเมื่อมีการประเมินระดับความมีนัยสำคัญของงบการเงินมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bryan and Mason (2016) พบว่า คำตอบแทนผู้สอบบัญชีมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเมื่อมีการซื้อหุ้นคืนเนื่องจากการทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ส่งผลต่อการประเมินความเสี่ยงของผู้สอบบัญชี และงานวิจัยของ Muzatko and Teclezion (2016) พบว่า คำตอบแทนของผู้สอบบัญชีมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเมื่อการจัดการกำไรสูงขึ้น หากแต่งานวิจัยของ ปิยะณัฐ ฤณพุทธม (2561) พบว่า คำตอบแทนของผู้สอบบัญชีที่เพิ่มขึ้นมีผลทำให้การบริหารกำไรลดลง ทั้งนี้ งานวิจัยของ ศศิประภา สมัครเขตการพล (2562) พบว่า คำตอบแทนของผู้สอบบัญชีไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทที่เสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนเป็นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชัย กัณฑ์สุข (2560) พบว่า คำตอบแทนของผู้สอบบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองต่อข้อมูลกำไร

ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี

จากการทบทวนงานวิจัยของ ณัฐนิชา พู่เฟื่องสมบัติ (2559) พบว่า คุณภาพงานสอบบัญชีของสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่สูงกว่าสำนักงานสอบบัญชีขนาดเล็ก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณณพัชร์ ภิรพงศ์สรรค์, และศิลปพร ศรีจันเพชร (2563) พบว่า สำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่สามารถสะท้อนคุณภาพของงานตรวจสอบบัญชีได้ดีกว่าสำนักงานสอบบัญชีขนาดเล็ก ทำให้สามารถจำกัดการจัดการกำไรได้เป็นอย่างดี รวมทั้งงานวิจัยของ พรสุตา หวังประเสริฐกุล (2561) พบว่า ความเชี่ยวชาญของสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ส่งผลให้ผู้สอบบัญชีใช้เวลาในการตรวจสอบและออกรายงานผู้สอบบัญชีน้อยกว่าสำนักงานสอบบัญชีขนาดเล็ก อีกทั้งงานวิจัยของ จุรีรัตน์ บทเรศ และคณะ (2561) พบว่า สำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่มีแนวโน้มค่อนข้างสูงที่จะแสดงความเห็นต่อการเงินแบบเปลี่ยนแปลงไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชัย กัณฑ์สุข (2560) พบว่า คุณภาพกำไรที่ผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่นักลงทุนจะให้ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพกำไร เพื่อใช้ในการพยากรณ์กำไรและผลตอบแทนในอนาคตมากกว่าสำนักงานสอบบัญชีขนาดเล็ก หากแต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะณัฐ ฤณพุดม (2561) พบว่า ขนาดของสำนักงานสอบบัญชีไม่ส่งผลกระทบต่อการบริหารกำไร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชฎาณัฐ ปิยะวิบูลย์ (2558) พบว่า การตรวจสอบงบการเงินโดยสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของคุณภาพกำไร และงานวิจัยของ ศศิประภา สมัครเขตการพล (2562) พบว่า คุณภาพงานสอบบัญชีจากการตรวจสอบของสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กล้วนไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทำให้ผู้วิจัยพัฒนาสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_1 : การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีมีผลต่อการจัดการกำไร

H_2 : ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีมีผลต่อการจัดการกำไร

H_3 : ขนาดของสำนักงานสอบบัญชีมีผลต่อการจัดการกำไร

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ศึกษาตัวแปรควบคุมที่อาจมีผลต่อการจัดการกำไร ได้แก่ ขนาดของบริษัท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม ตามการวิจัยของ ชฎาณัฐ ปิยะวิบูลย์ (2558), ณัฐนิชา พู่เฟื่องสมบัติ (2559), ปณณพัชร์ ภิรพงศ์สรรค์ และศิลปพร ศรีจันเพชร (2563), ปิยะณัฐ ฤณพุดม, ภทรภร กนิพันธ์, และสัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์ (2562), พรชัย กัณฑ์สุข (2560), พรสุตา หวังประเสริฐกุล (2561), ศศิประภา สมัครเขตการพล (2562) และ Asim and Ismail (2019)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ยกเว้น กลุ่มอุตสาหกรรมทางการเงินเนื่องจากกลุ่มอุตสาหกรรมนี้มีรูปแบบงบการเงินที่ไม่เหมือนกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นอาจทำให้ข้อมูลที่เก็บได้ไม่สอดคล้องกับงบการเงินกลุ่มธุรกิจอื่น และยกเว้น บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน ในระหว่างปี พ.ศ. 2561 – 2563 ระยะเวลาจำนวนทั้งสิ้น 3 ปี ตามรอบระยะเวลาบัญชี โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยออนไลน์ (SETSMART: SET Market Analysis and Reporting Tool) แบบ 56-1 แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี แบบ 56-2 รายงานประจำปี (Annual Report) ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 437 ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนข้อมูลกลุ่มตัวอย่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

ข้อมูลตามตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	2561	2562	2563	รวม
บริษัทที่จดทะเบียนหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	176	183	194	553
หัก ธุรกิจการเงิน	(10)	(11)	(10)	(31)
หัก บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน	(20)	(27)	(38)	(85)
รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	146	145	146	437

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรควบคุม ที่มีผลต่อ

การจัดการกำไร ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบจำลอง Kasznik (1999) จากงานวิจัยของ Kasznik เพื่อศึกษาการจัดการกำไร หรือ Earnings management ซึ่งมีสมการดังนี้

รายการคงค้างรวมของบริษัท (TACt) คำนวณตามสมการที่ (1)

$$TAC_t = NI_t - CFO_t \quad (1)$$

สมการ Kasznik (1999) คำนวณตามสมการที่ (2)

$$TAC_t = \alpha_0 + \alpha_1(\Delta REV_t - \Delta REC_t) + \alpha_2 PPE_t + \alpha_3 \Delta CFO_t + \varepsilon_t \quad (2)$$

โดยที่

TAC_t = รายการคงค้างรวมของบริษัท ณ ปีที่ t

ΔREV_t = รายการผลต่างระหว่างยอดคงเหลือของรายได้ ณ ปีที่ t

ΔREC_t = รายการผลต่างระหว่างยอดคงเหลือของลูกหนี้การค้า ณ ปีที่ t

PPE_t = รายการสินทรัพย์รวม ณ วันสิ้นงวดของปีที่ t

ΔCFO_t = รายการผลต่างระหว่างยอดคงเหลือของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ณ ปีที่ t

ε_t = ค่าคลาดเคลื่อน (การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างทางบัญชีในดุลยพินิจของผู้บริหาร)

NI_t = กำไรสุทธิของปีที่ t

CFO_t = รายการกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ณ ปีที่ t

ทั้งนี้ สมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีดังต่อไปนี้

$$AEM_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPI_{it} + \alpha_2 AF_{it} + \alpha_3 BIG4_{it} + \alpha_4 SIZE_{it} + \alpha_5 ROA_{it} + \alpha_6 LEV_{it} + \alpha_7 \quad (3)$$

โดยที่

ตัวแปรตาม

AEM_{it} = การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างทางบัญชีในดุลยพินิจของผู้บริหาร โดยใช้ แบบจำลองของ Kasznik (1999) ทั้งนี้ AEM คือ ค่า error ที่ได้จากสมการที่

(2)

ตัวแปรอิสระ

OPI_{it} = การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี โดยกำหนดตัวแปรหุ่น คือ

0 = การแสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข

1 = การแสดงความเห็นอย่างมีเงื่อนไข

2 = การแสดงความเห็นงบการเงินไม่ถูกต้อง

3 = การไม่แสดงความเห็น

AF_{it} = ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี โดยใช้ค่าลอการิทึมฐาน 10 ของค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

$BIG4_{it}$ = ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี โดยกำหนดตัวแปรหุ่น คือ

1 = สำนักงานสอบบัญชีในกลุ่ม BIG4

0 = สำนักงานสอบบัญชีนอกกลุ่ม BIG4

ตัวแปรควบคุม

$SIZE_{it}$ = ขนาดของบริษัท โดยใช้ค่าลอการิทึมฐาน 10 ของมูลค่าสินทรัพย์รวม

ROA_{it} = อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

LEV_{it} = อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรที่ถูกกำหนดค่าเป็นตัวแปรหุ่น คือ การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี (OPI) และขนาดของสำนักงานสอบบัญชี (BIG4) ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 2 และตารางที่ 3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีที่ถูกกำหนดค่าเป็นตัวแปรหุ่น

OPI	Dummy	2561	2562	2563	รวมข้อมูล	ร้อยละ
แบบไม่มีเงื่อนไข	0	138	141	138	417	95.42
แบบมีเงื่อนไข	1	7	4	8	19	4.35
แบบงบการเงินไม่ถูกต้อง	2	-	-	-	-	-
แบบไม่แสดงความเห็น	3	1	-	-	1	0.23
รวมทั้งหมด		146	145	146	437	100

N = 437

ตารางที่ 3 การแสดงข้อมูลขนาดของสำนักงานสอบบัญชีที่ถูกกำหนดค่าเป็นตัวแปรหุ่น

BIG4	Dummy	2561	2562	2563	รวมข้อมูล	ร้อยละ
BIG4	1	65	61	56	182	41.65
Non BIG4	0	81	84	90	255	58.35
รวมทั้งหมด		146	145	146	437	100

N = 437

จากตารางที่ 2 การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี (OPI) ผลการวิเคราะห์ พบว่า การแสดงความเห็นแบบไม่มีเงื่อนไขมีจำนวนมากที่สุดถึง 417 ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 95.42 การแสดงความเห็นแบบมีเงื่อนไขจำนวน 19 ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 4.35 การไม่แสดงความเห็นต่อการเงิน จำนวน 1 ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 0.23 และการแสดงความเห็นงบการเงินไม่ถูกต้อง ไม่มีข้อมูลจากการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ซึ่งผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ส่วนใหญ่นั้นจัดทำงบการเงินถูกต้องตามควรในระดับที่มีสาระสำคัญเป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่รับรองทั่วไป

จากตารางที่ 3 ขนาดของสำนักงานสอบบัญชี (BIG4) แสดงให้เห็นว่า แต่ละบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการเลือกขนาดของสำนักงานสอบบัญชีที่แตกต่างกัน และจากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ส่วนใหญ่จะเลือกใช้ สำนักงานสอบบัญชีนอกกลุ่ม BIG4 มากกว่าสำนักงานสอบบัญชีในกลุ่ม BIG4 และยังพบว่า สำนักงานสอบบัญชีนอกกลุ่ม BIG4 มีจำนวน 255 ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 58.35 และในกลุ่ม BIG4 มีจำนวน 182 ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 41.65 อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้สำนักงานนอกกลุ่ม BIG4 มีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุกปี ในปี 2561 มีจำนวน 81 ข้อมูล ปี 2562 มีจำนวน 84 ข้อมูล และปี 2563 มีจำนวน 90 ข้อมูล ตรงข้ามกับการเลือกใช้สำนักงานในกลุ่ม BIG4 ที่มีจำนวนลดลงทุกปี ในปี 2561 มีจำนวน 65 ข้อมูล ปี 2562 มีจำนวน 61 ข้อมูล ปี 2563 มีจำนวน 56 ข้อมูล ตามลำดับ

การวิจัยความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยการจัดการกำไรผู้วิจัยได้ศึกษาเป็นการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างทางบัญชีในดุลยพินิจของผู้บริหาร (Accrual Earnings Management) และได้ใช้ตัวแบบจำลอง Kasznik (1999) แสดงในตารางที่ 4 และตารางที่ 5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รายการคงค้างรวมของบริษัท

Variable	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	p-value
(Constant)	-18,449,659.437		-1.245	0.214
$\Delta REV_t - \Delta REC_t$	0.025	0.074	1.767	0.078
PPE_t	-0.038	-0.106	-2.514	0.012*
ΔCFO_t	-0.449	-0.451	-10.640	0.000**
R^2	0.214	F		40.125
Adj. R^2	0.208	p-value		0.000

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 แสดงผลการคำนวณจากแบบจำลอง Kasznik (1999) ซึ่งแสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของรายการคงค้างรวมของบริษัท พบว่า รายการสินทรัพย์ถาวรรวมในปีที่พิจารณา มีผลเชิงลบต่อรายการคงค้างรวมของบริษัทในปีที่พิจารณา ($p\text{-value} = 0.012$) นอกจากนี้ยังพบว่า รายการผลต่างระหว่างยอดคงเหลือของกระแสเงินสดจากการดำเนินงานในปีที่พิจารณากับกระแสเงินสดในงวดก่อนปีที่พิจารณา มีผลเชิงลบต่อรายการคงค้างรวมของบริษัทในปีที่พิจารณา ($p\text{-value} = 0.000$) แสดงให้เห็นว่าหากรายการผลต่างระหว่างยอดคงเหลือของกระแสเงินสด จากการดำเนินงานในปีที่พิจารณากับกระแสเงินสดในงวดก่อนปีที่พิจารณา เพิ่มขึ้นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มที่จะมีรายการคงค้างรวมของบริษัทในปีที่พิจารณาลดลง ทั้งนี้ ค่า Adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.208 แสดงว่ารายการคงค้างรวมของบริษัทสามารถอธิบายการจัดการกำไรได้ 20.80%

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Variable	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	p-value
(Constant)	442,029,500.681		1.885	0.060
OPI_{it}	-140,675,921.434	-0.223	-4.770	0.000**
AF_{it}	98,124,052.445	0.136	2.617	0.009**
$BIG4_{it}$	-32,900,846.567	-0.104	-2.191	0.029*
$SIZE_{it}$	-117619241.285	-0.276	-5.291	0.000**
ROA_{it}	3,206,369.103	0.307	5.302	0.000**
LEV_{it}	40,195.918	0.007	0.133	0.894
R^2	0.180	F		15.698
Adj. R^2	0.168	p-value		0.000

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยเรื่องความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า ค่า Adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.168 แสดงให้เห็นว่าความเสี่ยงในการสอบบัญชีสามารถอธิบายการจัดการกำไรได้ 16.80% และค่า $p\text{-value}$ มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า มีตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีผลต่อการจัดการกำไรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี (OPI) มีผลเชิงลบต่อการจัดการกำไร และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 99% ($p\text{-value} = 0.000$) จึงสามารถสรุปได้ว่า การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีมีผลเชิงลบต่อการจัดการกำไร หมายความว่า หากการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีแบบไม่มีเงื่อนไขเพิ่มมากขึ้นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มที่จะการจัดการกำไรลดลง ผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐาน H1 สอดคล้องกับงานวิจัยของจิริรัตน์ บทเรศและคณะ (2561) ที่พบว่า ผู้สอบบัญชีมีแนวโน้มที่จะแสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้นเมื่อกิจการมีคุณภาพกำไรลดลง เนื่องจากมีการจัดการกำไรที่สูงขึ้น และงานวิจัยของ ขวัญญู ปิยะวิบูลย์ (2558) พบว่า การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีแบบไม่มีเงื่อนไขแต่เพิ่มวรรณเน้นเกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่องเพิ่มขึ้นมีแนวโน้มว่าการจัดการกำไรจะสูงขึ้นทำให้คุณภาพกำไรของบริษัทลดลง

จากผลการวิเคราะห์ ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี (AF) พบว่า มีผลเชิงบวกต่อการจัดการกำไร และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 99% ($p\text{-value} = 0.009$) จึงสามารถสรุปได้ว่า ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีมีผลเชิงบวกต่อการจัดการกำไร หมายความว่า หากค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีสูงขึ้นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐาน H2 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุวดี วงศ์แว่น้อย และ จิตาภรณ์ สินจรูญศักดิ์ (2563) พบว่า ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีจะสูงขึ้นเมื่อข้อมูลทางการเงินมีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรสูงขึ้น ส่งผลให้มีการประเมินระดับความมีนัยสำคัญของงบการเงินมากขึ้น รวมทั้งงานวิจัยของ Bryan and Mason (2016) พบว่า ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเมื่อมีการซื้อหุ้นคืนเนื่องจากเป็นการทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ส่งผลต่อการประเมินความเสี่ยงของผู้สอบบัญชี และงานวิจัยของ Muzatko and Teclezion (2016) พบว่า ค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเมื่อมีการจัดการกำไรที่สูงขึ้น

ผลการวิเคราะห์สำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ (BIG4) พบว่า มีผลเชิงลบต่อการจัดการกำไร และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 95% ($p\text{-value} = 0.029$) จึงสามารถสรุปได้ว่า สำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่มีผลเชิงลบต่อการจัดการกำไร หมายความว่าหากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะการจัดการกำไรลดลง ผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐาน H3 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา พู่เฟื่องสมบัติ (2559) พบว่า คุณภาพงานสอบบัญชีของสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรลดลง และงานวิจัยของ ปณณพัชญ์ ถิรพงศ์สรรค์ และศิลปพร ศรีจันเพชร (2563) พบว่า สำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่สามารถสะท้อนคุณภาพของงานตรวจสอบบัญชีได้ดีเพิ่มขึ้น ทำให้สามารถจำกัดการจัดการกำไรได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5 ยังแสดงให้เห็นถึงตัวแปรควบคุมที่มีผลต่อการจัดการกำไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ขนาดของบริษัท (SIZE) มีผลเชิงลบต่อการจัดการกำไร และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 99% ($p\text{-value} = 0.000$) จึงสามารถสรุปได้ว่าขนาดของบริษัทมีผลเชิงลบต่อการจัดการกำไร หมายความว่าหากขนาดของบริษัทมีมูลค่าที่สูงขึ้น ทำให้มีแนวโน้มที่จะการจัดการกำไรลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิประภา สมัครเขตการพล (2562) พบว่า บริษัทที่เสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีขนาดใหญ่มีแนวโน้มในการจัดการกำไรลดลง อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีผลเชิงบวกต่อการจัดการกำไร และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 99% ($p\text{-value} = 0.000$) จึงสามารถสรุปได้ว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีผลเชิงบวกต่อการจัดการกำไร หรือหมายความว่าหากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มที่จะการจัดการกำไรเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะณัฐ ฤณพุทธม และคณะ (2562) พบว่า บริษัทที่มีความสามารถในการทำกำไรที่สูงขึ้นมีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรสูงขึ้น รวมทั้งงานวิจัยของ ศศิประภา สมัครเขตการพล พบว่า บริษัทที่มีอัตราความสามารถในการทำกำไรที่สูงมีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรมากขึ้น และงานวิจัยของ Asim and Ismail (2019) พบว่า หากบริษัทมีความสามารถในการทำกำไรที่สูงขึ้นมีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (LEV) พบว่า ไม่มีผลต่อการจัดการกำไร ($p\text{-value} = 0.894$) จึงสามารถอธิบายได้ว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ไม่มีผลที่เป็นนัยสำคัญทางสถิติต่อการจัดการกำไร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิประภา สมัครเขตการพล พบว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างทางบัญชีในดุลยพินิจของผู้บริหาร

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความเสี่ยงในการสอบบัญชีกับการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แสดงให้เห็นว่า การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีแบบไม่มีเงื่อนไขเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การจัดการกำไรลดลง เนื่องจากจำเป็นต้องใช้วิธีการตรวจสอบที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ได้หลักฐานการตรวจสอบที่สามารถให้ความเชื่อมั่นอย่างเพียงพอและเหมาะสมในการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีที่ไม่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของงบการเงิน รวมทั้งหากมีการใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การจัดการกำไรลดลง เนื่องจากสำนักงานบัญชีขนาดใหญ่มีศักยภาพและทรัพยากรที่มีคุณภาพเป็นอย่างมาก และมีการวางแผนป้องกันความเสี่ยงที่เป็นระบบและแบบแผนเพื่อลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานตรวจสอบจึงทำให้การจัดการกำไรลดลง และขนาดของบริษัทที่วัดค่าโดยมูลค่าของสินทรัพย์รวมของบริษัทเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การจัดการกำไรลดลง เนื่องจาก

ข้อมูลทางการเงินของบริษัทมีปริมาณและความซับซ้อนเพิ่มมากขึ้น ทำให้มูลค่าของสินทรัพย์รวมที่เพิ่มมากขึ้น อาจมีแนวโน้มที่ข้อมูลจะขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ผู้สอบบัญชีจึงต้องใช้วิธีการตรวจสอบที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจัดการกำไรลดลง หากแต่คำตอบแทนของผู้สอบบัญชีเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การจัดการกำไรเพิ่มขึ้น เนื่องจากข้อมูลทางการเงินของบริษัทมีแนวโน้มที่แสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ทำให้ระยะเวลาในการปฏิบัติงานตรวจสอบเพิ่มมากขึ้น หรืออาจต้องใช้ผู้สอบบัญชีที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางร่วมปฏิบัติงานตรวจสอบ ส่งผลให้คำตอบแทนผู้สอบบัญชีจึงสูงขึ้น รวมทั้งอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การจัดการกำไรเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากผู้บริหารอาจมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเงินที่ ทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามความต้องการของผู้บริหารที่ได้วางแผนไว้ เพื่อปกปิดผลการดำเนินงานที่แท้จริงของบริษัท จึงมีแนวโน้มที่จะมีการจัดการกำไรเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะไม่สามารถส่งผลต่อการจัดการกำไร

งานวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดเรื่องกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ยกเว้นกลุ่มอุตสาหกรรมทางการเงิน ระหว่างปี พ.ศ. 2561 – 2563 อีกทั้งเป็นการศึกษาการจัดการกำไร โดยใช้แบบจำลอง Kasznik (1999) เพียงแบบจำลองเดียว ดังนั้น ผลการวิจัยอาจไม่ครอบคลุมบริษัทอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือขอบเขตงานวิจัย หรือใช้แบบจำลองอื่นในการศึกษา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป อาจเพิ่มระยะเวลาการเก็บข้อมูลเพื่อให้ปริมาณกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น หรือใช้กลุ่มตัวอย่างอื่น หรือแม้แต่ศึกษาการจัดการกำไรโดยใช้แบบจำลองอื่น เนื่องจากแบบจำลองแต่ละแบบจำลองมีมุมมองและวัตถุประสงค์แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- จूरรัตน์ บทเรศ, เอื้อบุญ เอกะสิงห์, และนฤนาถ ศราภัยวานิช. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการกำกับรายงานของผู้สอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 10(4), 183-197. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/222918/153294>
- ชฎาณัฐ ปิยะวิบูลย์. (2558). *ประสิทธิภาพของคณะกรรมการตรวจสอบกับคุณภาพการสอบบัญชีที่มีต่อคุณภาพกำไรและการส่งสัญญาณคุณภาพกำไรผ่านการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (ปริญญาณิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม). สืบค้นจาก http://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/1025/fulltext_dissertation__99.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ณัฐนิชา พู่เฟื่องสมบัติ. (2559). *คุณภาพงานสอบบัญชีและการตกแต่งกำไร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาณิพนธ์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU__2016__5802110105__5719__4432.pdf
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). *การจดทะเบียนหลักทรัพย์*. สืบค้นจาก https://www.set.or.th/th/faqs/listing__p1.html#1
- ปณณพัชญ์ ธีรพงศ์สรณ์, และ ศิลปพร ศรีจันทเพชร. (2563). การเปลี่ยนแปลงผู้สอบบัญชีและการตกแต่งกำไร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 10(3), 58-66. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/npuij/article/view/242281/167539>
- ปิยะณัฐ ฤณพุทธม. (2561). *ผลกระทบของกลไกการกำกับดูแลกิจการ คุณภาพการสอบบัญชีที่มีผลการดำเนินงานผ่านการบริหารกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (ปริญญาณิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3RZTqIk>
- ปิยะณัฐ ฤณพุทธม, ภัทรภร กิณีพันธ์, และสัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์. (2562). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจในการจัดการกำไรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 13(3), 145-157. สืบค้นจาก http://www.thonburi-u.ac.th/journal/Document/13-3/Journal13__3__13.pdf
- เปรมารัช วิลาชัย, พัทธนันท์ เพชรเชิดชู, และ ศิริเดช คำสุพรหม. (2563). การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจและการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(3), 83-96. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/242129/165974>

- พรชัย กัณฑ์สุข. (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพงานสอบบัญชีกับการตอบสนองต่อข้อมูลกำไร* (วิทยานิพนธ์ปริณญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี). สืบค้นจาก <http://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/67/1/59920365.pdf>
- พรสุดา หวังประเสริฐกุล. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงในการสอบบัญชีและระยะเวลาการออกรายงานผู้สอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์* (การค้นคว้าอิสระปริณญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6002020482_9232_9677.pdf
- ยุวดี วงศ์แว่นน้อย, และ จิตาภรณ์ ลินจรรย์ศักดิ์. (2563). ผลกระทบของกระแสเงินสดและคุณภาพงานสอบบัญชีที่มีต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(8), 175-195.
- ศศิประภา สมัครเขตการพล. (2562). เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ คุณภาพการสอบบัญชีและการจัดการกำไรของบริษัทที่เสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 33(108), 210-225. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/242277/164703>
- Asim, A., & Ismail, A. (2019). Impact of leverage on earning management: Empirical evidence from the manufacturing sector of Pakistan. *Journal of Finance and Accounting Research*, 1(1), 70-91. Retrieved from <https://doi.org/10.32350/JFAR.0101.05>
- Bryan, D. B., & Mason, T. W. (2016). The influence of earnings management conducted through the use of accretive stock repurchases on audit fees. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 34, 99-109. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.adiaac.2016.08.001>
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13, 365-383. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.156445>
- Kasznik, R. (1999). On the association between voluntary disclosure and earnings management. *Journal of Accounting Research*, 37(1), 57-81. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/2491396>

- Muzatko, S., & Teclezion, M. (2016). The relationship between audit fees and earnings quality of financial institutions. *Journal of Accounting and Finance*, 16(5), 20-31. Retrieved from http://www.na-businesspress.com/JAF/MuzatkoS__Web16__5__.pdf
- Schipper, K. (1989). Commentary on earnings management. *Accounting Horizons*, 3, 91-102.

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของ รัฐวิสาหกิจ XYZ

GUIDELINES FOR LEADERSHIP DEVELOPMENT FOR FIRST-LINE MANAGERS OF XYZ STATE ENTERPRISE

Received: 13 June, 2022

Revised: 7 September, 2022

Accepted: 16 September, 2022

เกตศิรินทร์ กาญจนกังวาลกุล*

Katesirin Kanchanakangwankul*

วิเชต คำบุญรัตน์ **

Wichet Khambunrat**

* นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ สาขาการบริหารคนและกลยุทธ์องค์การ สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

* Master student, Faculty of Business Administration, Master of People Management and
Organizational Strategy, Panyapiwat Institute of Management

* Email: katespace8888@gmail.com

** อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารคนและกลยุทธ์องค์การ สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

** Professor of Faculty of Business Administration, Master of People Management and
Organizational Strategy, Panyapiwat Institute of Management

** Email: wichetkha@pim.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของ รัฐวิสาหกิจ XYZ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของ รัฐวิสาหกิจ XYZ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหารระดับสูง และกลุ่มผู้บริหารระดับกลาง สายงานบริหารและสนับสนุนองค์กรซึ่งเป็นผู้บริหารด้านการกำหนดแนวทาง การพัฒนาภาวะผู้นำ มีจำนวนทั้งหมด 6 คน แบ่งเป็นกลุ่มผู้บริหารระดับสูง จำนวน 3 คน และกลุ่มผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 3 คน โดยการจัดแบ่งออกเป็น 2 ระยะดังนี้ ระยะที่ 1 การศึกษาภาวะผู้นำ และแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของ รัฐวิสาหกิจ XYZ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) เพื่อให้ทราบ ถึงภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้น และแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับ ต้นของ รัฐวิสาหกิจ XYZ ที่ผู้บริหารต้องการ คือ ผู้บริหารระดับต้นต้องมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership Theory) ที่ประกอบด้วย 1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL) 2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation : IM) 3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) และ 4. การคำนึง ถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) มาใช้ในการพัฒนา 3 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการพัฒนาทักษะ (Skill Development) 2. ด้านการพัฒนาความรู้ (Knowledge Development) 3. ด้านการพัฒนาทัศนคติ (Attitude Development) ระยะที่ 2 การกำหนด แนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของ รัฐวิสาหกิจ XYZ เครื่องมือที่ใช้ใน การวิจัยได้แก่ จัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ร่วมกับ ผู้บริหารเพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของ รัฐวิสาหกิจ XYZ โดยแนวทางการพัฒนาจะใช้รูปแบบ 70 : 20 : 10 คือ 70% = การเรียนรู้ด้วยตนเอง การมอบหมายงาน การฝึกงาน (Self-learning / Assignment / On the job Training) 20% = โค้ชและการให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) และ 10% = การฝึกอบรม (Training)

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ ผู้บริหาร แนวทางพัฒนา 70 : 20 : 10 รัฐวิสาหกิจ

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the leadership for the first-level executives of state-owned XYZ enterprises; 2) to study the guidelines for the development of leadership for the first-level executives of the XYZ state-owned enterprises. The target groups used in the research consisted of senior management group and middle management group Division of Management and Organization Support, which is an executive in setting guidelines for leadership development. There were a total of 6 informants, divided into 3 high-level executives and 3 middle-level executives. The research was divided into 2 phases as follows Phase 1 Leadership Studies and leadership development guidelines for first-level executives of state-owned enterprises XYZ. Tools used in the research were: In depth interview method for identifying leadership for top executives. and leadership development guidelines for the first-level executives of state-owned enterprises XYZ, which executives need is that the top-level executives must have leadership changes. (Transformational Leadership Theory) that consists of 1. Idealized Influence or Leadership : II or CL 2. Inspiration Motivation : IM 3. Intellectual stimulation (Intellectual Stimulation: IS) and 4. Consideration of individuality. (Individualized Consideration: IC) was used to develop 3 areas as follows: 1. Skill Development 2. Knowledge Development 3. Attitude Development Phase 2 Determination of leadership development guidelines for the first-level executives of state-owned enterprises XYZ. The research tools were: Organize a focus group by using the results to analyze the content. Work with executives to summarize as a guideline for developing leadership for the first-level executives of enterprises XYZ. The development guidelines will use the format 70:20:10 which is 70% = self-learning. Self-learning / Assignment / On the job Training 20% = Coaching & Mentoring and 10% = Training

Keywords: Leadership, Management, 70 : 20 : 10 Learning Model, State Enterprise

บทนำ

ท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันและแรงกดดันอย่างมากมาย ทั้งในภาครัฐและภาคธุรกิจ ตลอดจนการขาดความมีเสถียรภาพทางการเมือง ปัญหาสังคม และโรคระบาด COVID-19 นั้น (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2563) สภาพการณ์เช่นนี้ยิ่งทำให้ความคาดหวังของประชาชนต่อระบบราชการ ระบบรัฐวิสาหกิจ ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักสำคัญในการพัฒนาประเทศจำเป็นต้องมีการปรับปรุงองค์การให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบรัฐวิสาหกิจที่กำลังเร่งปรับปรุงตนเองให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของประชาชน ได้มีการพัฒนาองค์การทั้งในด้านแนวคิดในการยกเครื่องระบบราชการ (Reinventing Government) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาองค์การของภาครัฐวิสาหกิจให้มีการก้าวกระโดดอย่างมีทิศทางมากขึ้น ตัวแบบที่ว่านี้นิยมเรียกว่า องค์การที่มีขีดสมรรถนะสูง (High Performance Organization) หรือเรียกชื่อย่อว่า HPO (กิริติกร บุญส่ง และหทัยกานต์ กุลวชิรารวรรณ์, 2561) ด้วยเหตุนี้ การทำความเข้าใจและให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลและความรู้ขององค์การจะทำให้้องค์การสามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันได้ และถือได้ว่าเป็นการพัฒนาศักยภาพขององค์การอย่างยั่งยืน (Wongprasert, 2005; Sanchez, 2001) ซึ่งองค์กรภาครัฐวิสาหกิจเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืน จึงทำให้รัฐวิสาหกิจต้องสร้างระบบและแนวทางที่เป็นรูปธรรมด้านการพัฒนาบุคลากรให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาบุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเข้าไปขับเคลื่อนการดำเนินการตามโครงสร้างภารกิจหลักให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์

ตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ State Enterprise Assessment Model : SE-AM ด้านที่ 6 การบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital Management : HCM) ข้อ 3. การพัฒนาทุนมนุษย์ ประจำปีบัญชี 2563 มีประเด็นสำคัญที่ต้องปรับปรุง คือ การพัฒนาสมรรถนะทางการบริหารของผู้บริหารทุกระดับ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะองค์กรและขับเคลื่อนบุคลากรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและประเด็นที่รัฐวิสาหกิจแห่งนี้น่าดำเนินการได้ไม่สมบูรณ์ เรื่องแนวทางการพัฒนาบุคลากร ควรปรับรูปแบบการพัฒนาบุคลากรให้หลากหลายวิธี จากเดิมที่เน้นการอบรมแบบ Classroom และการศึกษาดูงานเท่านั้น (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง, 2563, น. 11-12) วิธีการพัฒนาภาวะผู้นำสามารถทำได้หลายวิธีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเป็นวิธีการหนึ่งที่เพิ่มพูนความรู้ทักษะ และความสามารถของบุคคล เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทิศทางที่ต้องการ เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีการกำหนดเป้าหมายไว้ชัดเจน ซึ่งจะช่วยพัฒนาบุคลากร ทั้งทางด้านความรู้ทักษะการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้น เป็นการระดมสมอง การอภิปรายกลุ่ม การสะท้อนความคิดเห็นจากการปฏิบัติ และการมีส่วนร่วมกำหนดแนวทางปฏิบัติ รวมทั้งวิธีการฝึกอบรมไม่มุ่งเน้นหลักการและทฤษฎีเท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับการประยุกต์ และนำความรู้ไปใช้ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ทบทวน และ

ศึกษาความรู้เพิ่มเติมจากการปฏิบัติงาน ประเด็นสำคัญ คือ การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ทำให้ผู้บริหารระดับต้นเห็นแนวทางและเกิดการเรียนรู้ได้มากกว่า (วิทยาลัยเทคโนโลยีดอนบอสโก บ้านโป่ง, 2557) หากรัฐวิสาหกิจ XYZ ไม่ปรับปรุงการพัฒนาบุคลากรให้หลากหลาย ด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบ 70 : 20 : 10 ตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลังกำหนดไว้ อาจทำให้รัฐวิสาหกิจ XYZ ตกเกณฑ์การประเมินผลในด้านนี้

จากประเด็นสำคัญที่รัฐวิสาหกิจ XYZ ต้องปรับปรุง คือ ควรปรับรูปแบบการพัฒนาบุคลากรให้หลากหลายวิธีด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบ 70 : 20 : 10 ตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลังกำหนดไว้ และผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ บางส่วนมีผลประเมินสมรรถนะทางการบริหารด้านภาวะผู้นำไม่เป็นไปตามค่าคาดหวัง และยังขาดคุณลักษณะของผู้บริหารระดับต้นที่น่าองค์กรให้ก้าวไปในทิศทางที่เข้มแข็ง มีการบริหารที่ทันต่อยุคสมัยและการเปลี่ยนแปลง

ปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นได้ว่าการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนองค์กร และเพื่อเป็นการยกระดับสมรรถนะด้านภาวะผู้นำของผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ จึงจำเป็นต้องมีแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจ สถานะการณแข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำสามารถทำได้หลากหลายวิธีการ ผู้วิจัยจึงต้องหาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นที่เหมาะสมกับรัฐวิสาหกิจ XYZ เพื่อให้ผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ มีศักยภาพพร้อมในการบริหารงาน สามารถบริหารจัดการให้มีคุณภาพเพื่อนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพสามารถใช้ภาวะผู้นำระดับต้นยกระดับคุณภาพรัฐวิสาหกิจและเติบโตเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งที่มีศักยภาพของรัฐวิสาหกิจ XYZ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาโดยครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ สมรรถนะ หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่สำคัญและต้องได้รับการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ทรัพยากรมนุษย์คือปัจจัย

สำคัญรวมถึงเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ ตลอดจนส่วนที่สำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเองและเป็นพื้นฐานในการบอกถึงบุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในที่สามารถผลักดันให้บุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานที่ตนรับผิดชอบเพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ในส่วนของดาวานา ทักษานนท์ (2556, น. 33) และ จุฑาเดือน พิงคยงกุล (2555, น. 12) ได้กล่าวถึง โมเดลภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Model) ของ McClelland (1973) ว่าความแตกต่างระหว่างบุคคลสามารถเปรียบเทียบได้กับภูเขาน้ำแข็งโดยมีส่วนที่สามารถมองเห็นได้ง่ายสามารถพัฒนาได้ง่าย นั่นคือส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำ ประกอบด้วย องค์ความรู้ และ ทักษะต่าง ๆ ส่วนที่อยู่ใต้น้ำส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่มองเห็นยากได้แก่ อุปนิสัย แรงจูงใจ ภาพลักษณ์ หรือ บทบาทที่แสดงออกต่อสังคม ซึ่งเป็นส่วนที่พัฒนาได้ยาก ในส่วนของเลิศชัย สุธรรมานนท์ (2557) กล่าวถึงการกำหนดสมรรถนะ มี 3 ด้าน 1) สมรรถนะหลัก (Core Competency) 2) สมรรถนะความเป็นผู้นำ (Leadership Competency) และ 3) สมรรถนะเฉพาะในงาน (Functional Competency) กล่าวโดยสรุป กล่าวโดยสรุปคือ สมรรถนะ คือ ความสามารถของบุคคลที่สำคัญและต้องได้รับการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ทรัพยากรมนุษย์ คือปัจจัยสำคัญรวมถึงเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ ตลอดจนส่วนที่สำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง และเป็นพื้นฐานในการบอกถึงบุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในที่สามารถผลักดันให้บุคคลนั้น สร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานที่ตนรับผิดชอบ เพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ 70 : 20 : 10 People Value (2563) กล่าวไว้ว่า ทฤษฎี 70 : 20 : 10 คือ หลักการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นโดย Morgan McCall, Michael Lombardo และ Robert Eichinger ร่วมกับ Centre for Creative Leadership จนเป็นโมเดลในการพัฒนาและเรียนรู้ที่ได้รับการนำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายในองค์กรชั้นนำต่าง ๆ ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น Google, Standard Chartered, Nike, American Express, Coca-Cola, Microsoft, Bank of America, Home Depot, Dell, Oracle, และบริษัทชั้นนำอื่น ๆ อีกมากมาย ทฤษฎี 70 : 20 : 10 นั้น คือ การมองภาพรวมของการเรียนรู้และพัฒนาเทียบกระบวนการทั้งหมดนับเป็น 100% ใน 70% จะเป็นกระบวนการลงมือทำ เพื่อให้เกิดประสบการณ์ทำงานจริง เห็นผลลัพธ์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน และช่วยให้เกิดการพัฒนายั่งยืน เช่น On the job training (OJT) หรือการมอบหมายโครงการให้ปฏิบัติ เป็นต้น ในขณะที่ 20% คือ กระบวนการฟังหรือโค้ช เพื่อการแนะนำแนวทางในการนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ไปปฏิบัติจริง และช่วยติดตามดูแลความคืบหน้าของโครงการที่มอบหมาย ส่วน 10% คือ การเรียนรู้ในห้องเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และทัศนคติหรือพฤติกรรมที่ควรมีในการทำงาน นอกจากนี้ยังมีผู้ศึกษา เช่น อาภรณ์ ภูววิทยพันธ์ (2559) กล่าวว่า 70 : 20 : 10 Learning Model มีต้นกำเนิดมาจากการวิจัยเชิงประจักษ์ และการสังเกตการณ์ของนักวิชาการ ตั้งแต่

ปี 1960 โดย Morgan McCall และทีมงานที่ทำงานด้วยกันใน Center of Creative Leadership (CCL) ใน North Carolina เป็นผู้คิดค้นวิธีการพัฒนาบุคลากรโดยแบ่งสัดส่วนเป็น 70 : 20 : 10 ต่อมาเพื่อนร่วมงานของ McCall ซึ่งได้แก่ Michael M. Lombardo และ Robert W. Eichinger ได้นำข้อมูลจากการศึกษาของ McCall มาตีพิมพ์ในหนังสือ The Career Architect Development Planner ในปี 1996 ซึ่งมีเนื้อหาว่า ความสำเร็จของการเรียนรู้ของบุคลากรที่จะเกิดขึ้นในสถานที่ทำงาน สามารถแบ่งเป็นสัดส่วนการเรียนรู้ได้ ดังนี้ การพัฒนาในส่วน 70% หรือการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์การทำงาน (Learn and Develop through Experience) คิดเป็น 70% ของสัดส่วนในการเรียนรู้ทั้งหมด ขณะที่การเรียนรู้อีก 20% เป็นผลมาจากการเรียนรู้โดยผู้อื่น (Learn and Develop through Others) ซึ่งประกอบไปด้วย การสอนงาน การเป็นพี่เลี้ยง รวมไปถึงการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของเครือข่ายที่อยู่นอกองค์กร และส่วนสุดท้ายของการเรียนรู้อีก 10% มาจากการเข้ารับการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ หรือการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อต่างๆ เช่น การอ่านหนังสือ หรือการเรียนรู้ผ่านระบบ E-learning (Learn and develop through Structured courses/programs) จากการศึกษาของนักวิชาการทั้ง 3 ท่าน ส่งผลให้นักวิชาการและสถาบันการพัฒนาอีกหลายแห่งสนใจนำแนวคิด 70 : 20 : 10 Learning Model ไปใช้ ในการจัดแนวทางการพัฒนาพนักงานภายในองค์กรให้มีความผสมผสานของการเรียนรู้ทั้ง 3 รูปแบบ จนเป็นโมเดลในการพัฒนาและเรียนรู้ที่ได้รับ การนำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายในองค์กรชั้นนำต่าง ๆ ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น Google, Standard Chartered, Nike, American Express, Coca-Cola, Microsoft, Bank of America, Home Depot, Dell, Oracle, และบริษัทชั้นนำอื่น ๆ อีกมากมาย รวมไปถึงองค์กรชั้นนำในประเทศไทย ที่ได้มีการนำโมเดลการพัฒนาแบบ 70 : 20 : 10 มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน นั่นก็คือ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ เอสซีจี

กล่าวโดยสรุป กรอบแนวคิดแบบ 70 : 20 : 10 Learning Model จะต้องถูกนำมาปรับใช้ในองค์กรแบบองค์รวม (Learning Architecture) นั่นก็คือ การเรียนรู้ของพนักงานต้องออกแบบโดยมองให้ครบทั้งองค์ประกอบของการเรียนรู้ ไม่ใช่แค่เพียงการเข้ารับการฝึกอบรมจากห้องเรียน หรือการเรียนรู้ผ่าน 10% เท่านั้น แต่ต้องผสมผสาน การเรียนรู้ในรูปแบบอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานที่ทำงานทั้งการเรียนรู้ผ่าน ประสบการณ์การทำงานและการเรียนรู้จากผู้อื่น (Workplace Learning) เพื่อให้พนักงานได้รับการพัฒนาศักยภาพในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายการทำงานตามที่องค์กรตั้งไว้

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ การทำงานให้มีประสิทธิภาพนั้นต้องอาศัยการมี "ภาวะผู้นำ" (Leadership) ที่ดี เพราะผู้นำเปรียบเสมือนเป็นนายท้ายเรือที่จะนำพาเรือนาวาให้ไปถึงฝั่งหรือสู่จุดหมายปลายทางได้โดยความหมายของภาวะผู้นำ มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย เช่น

Nelson and Quick (1997, p. 346) และ ฉวีวรรณ จันทร์เม่ง (2552, น. 20) ให้ความหมายของภาวะผู้นำ (Leadership) ว่า หมายถึง กระบวนการในการแนะแนวและนำทางพฤติกรรมของคนในสภาพของการทำงาน Gibson ในเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่ม โดยมีผู้นำเป็นตัวแทนในการเปลี่ยนแปลง เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น ๆ ในกลุ่มภาวะผู้นำจึงเกี่ยวข้องกับการใช้อิทธิพลและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นตัวแทนของการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมและการปฏิบัติงานของสมาชิกคนอื่นในกลุ่ม ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องมุ่งไปสู่การบรรลุเป้าหมายของกลุ่มด้วย

ประเสริฐ สมพงษ์ธรรม (2538, น. 50-51 อ้างถึงใน Burns, 1978) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเป็นปฏิสัมพันธ์ของบุคคลที่มีความแตกต่างกันในด้านอำนาจ ระดับแรงจูงใจ และทักษะ เพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายร่วมกัน ซึ่งเกิดได้ใน 3 ลักษณะ คือ

1. ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership.) เป็นปฏิสัมพันธ์ที่ผู้นำติดต่อกับผู้ตามเพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ผู้นำจะใช้รางวัลเพื่อตอบสนองความต้องการและเพื่อแลกเปลี่ยนกับความสำเร็จในการทำงาน ถือว่าผู้นำและผู้ตามมีความต้องการอยู่ในระดับขั้นแรกตามทฤษฎีความต้องการลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierachy Theory)

2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ผู้นำและผู้ตามมีปฏิสัมพันธ์กันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพทั้งสองฝ่าย คือเปลี่ยนผู้ตามไปเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลง และเปลี่ยนผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปเป็นผู้นำแบบจริยธรรม กล่าวคือ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะตระหนักถึงความต้องการของผู้ตามและจะกระตุ้นตามให้เกิดความสำนึกและยกระดับความต้องการของผู้ตามให้สูงขึ้นตามลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ และทำให้ผู้ตามเกิดจิตสำนึกของอุดมการณ์ยึดถือค่านิยมเชิงจริยธรรม เช่น อีสรภาพ ความยุติธรรม ความเสมอภาค สันติภาพ และสิทธิมนุษยชน

3. ภาวะผู้นำแบบจริยธรรม (Moral Leadership) ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะเปลี่ยนเป็นผู้นำแบบจริยธรรมอย่างแท้จริงเมื่อได้ยกระดับความประพฤติและความปรารถนาเชิงจริยธรรมของผู้นำและผู้ตามให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งสองฝ่าย สร้างจิตสำนึกให้ผู้ตามเกิดความต้องการในระดับขั้นที่สูงกว่าเดิมตามลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ หรือระดับการพัฒนาจริยธรรมของโคลเบอร์กแล้วจึงดำเนินการเปลี่ยนสภาพทำให้ผู้นำและผู้ตามไปสู่จุดมุ่งหมายที่สูงขึ้น

นอกจากนี้ Bass (1985, p. 545) และ สมพิศ สุขแสน (2554, น. 1) ให้ความหมายของภาวะผู้นำว่าคือ กระบวนการเปลี่ยนแปลงผู้นำ หรือกิจกรรมในการสร้างอิทธิพล จูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาหรือกลุ่ม เพื่อให้เกิดความพยายามในการทำงานร่วมกันโดยให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งและความต้องการของผู้ตามต้องได้รับการเปลี่ยนแปลงจากระดับต่ำไปสู่ระดับที่สูงกว่า

สรุปความหมายภาวะผู้นำได้ว่า ภาวะผู้นำ คือ กระบวนการหรือกิจกรรมในการสร้างอิทธิพล จูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาหรือกลุ่ม ในการสร้างสรรค์หรือปลูกฝังศรัทธา ความกลมเกลียว ความร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจ เพื่อให้เกิดความพยายามในการทำงานร่วมกันโดยให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

ในส่วนของ พันธนิภา วินิจกิจเจริญและคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานพิสูจน์หลักฐานตำรวจตามแนวคิดจิตตปัญญาศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานพิสูจน์หลักฐานตำรวจ ตามแนวคิดจิตตปัญญาศึกษา ผลการศึกษา พบว่า การศึกษา ประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารในระยะหลังการทดลอง ผู้บริหารที่ได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมฯ มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสูงกว่ากลุ่มควบคุมทั้งในระยะหลังทดลองและระยะติดตามผล 1 เดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า โปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารตามแนวคิด จิตตปัญญาศึกษามีประสิทธิผล และมีข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้โดยจากผลการวิจัย ครั้งนี้ทำให้ได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สำหรับผู้บริหารมีประสิทธิผลสามารถทำให้ผู้บริหาร สังกัดสำนักงานพิสูจน์หลักฐานตำรวจมีภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงดีขึ้นกว่าก่อนได้รับโปรแกรม ดังนั้นเพื่อให้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสามารถคงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง ควรมีการสนับสนุนให้มีการจัดการอบรมในโปรแกรมนี้สำหรับ ข้าราชการตำรวจทุกระดับ และนำไปใช้กับข้าราชการตำรวจในสายงานอื่น ๆ ด้วย โดยปรับ เนื้อหาและกิจกรรมบางส่วนให้เหมาะสมกับระดับความรู้ ประสบการณ์ และสอดคล้องกับบริบทของงานของข้าราชการตำรวจในกลุ่มนั้น ๆ

สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการที่ผู้นำพยายามเปลี่ยนแปลงผู้ตามให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเกิดความไว้วางใจ เกิดความจงรักภักดีและเชื่อถือในตัวผู้นำเกิดความคล้อยตาม พยายามแก้ปัญหาในการปฏิบัติ เกิดความมั่นใจในตนเอง มีความรับผิดชอบและยอมอุทิศตนเพื่อองค์กร ดังนั้น ผู้บริหารหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ดี จึงต้องมีความสามารถในการจูงใจคนให้ทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจทำให้ผู้คนรู้สึกอยากจะทำตามไปทุกหนทุกแห่ง ขณะเดียวกันก็ต้องส่งเสริมลูกน้องให้ได้แสดงออกถึงความรู้สึก ความสามารถให้มีโอกาสพัฒนาตนให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ ต้องสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงานที่อบอุ่น ซึ่งจะส่งผลให้ลูกน้องเกิดความรักความผูกพันต่อองค์กร

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership Theory) ที่ประกอบด้วย 1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL) 2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation : IM) 3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) และ 4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) มาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยทั้งหมด 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาภาวะผู้นำ และแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) แบบเจาะจง คือกลุ่มผู้บริหารระดับสูง และกลุ่มผู้บริหารระดับกลางสายงานบริหารและสนับสนุนองค์กรซึ่งเป็นผู้บริหารด้านการกำหนดแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำ มีจำนวนทั้งหมด 6 คน โดยนำข้อมูลแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ 70 : 20 : 10 รวมทั้งข้อมูลวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร วัฒนธรรมองค์กร นำมาออกแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อพิจารณาหลักสูตรการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารระดับต้นขององค์กรในภาพรวมที่องค์กรพัฒนาในปัจจุบัน

ระยะที่ 2 การกำหนดแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ โดยนำทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) มาใช้ในการพัฒนา 3 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการพัฒนาทักษะ (Skill Development) 2. ด้านการพัฒนาความรู้ (Knowledge Development) 3. ด้านการพัฒนาทัศนคติ (Attitude Development) โดยการพัฒนาแบบ 70 : 20 : 10 คือ 70% = การเรียนรู้ด้วยตนเอง การมอบหมายงาน การฝึกงาน (Self-learning / Assignment / On the job Training) 20% = โค้ชและการให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) และ 10% = การฝึกอบรม (Training) โดยการนำข้อมูลที่สรุปได้จากระยะที่ 1 มาสรุปและเตรียมใช้ในการประชุม การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อสรุปที่ได้ในการประชุมแบบสนทนากลุ่ม เพื่อนำมาสรุปการกำหนดแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้านี้ ผู้วิจัยศึกษามีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ

การศึกษภาวะผู้นำ และแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ ผู้วิจัยได้ข้อสรุป คือ หลักสูตรด้านการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารระดับต้นในภาพรวมที่องค์กรพัฒนาในปัจจุบัน ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีตำแหน่งระดับบริหารระดับกลางและระดับสูง และมีประสบการณ์เป็นผู้เชี่ยวชาญ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าในปัจจุบัน

หลักสูตรด้านการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารระดับต้นในภาพรวมที่องค์กรพัฒนา โดยผู้บริหารทั้ง 6 ท่าน ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรเพิ่มการพัฒนาเรื่องภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มทักษะการเป็นโค้ชที่สามารถดูแลให้คำปรึกษาทีมงานได้ การพัฒนาสมรรถนะทางการบริหาร (Managerial Competency) ในด้านภาวะผู้นำแก่กลุ่มผู้บริหารระดับต้น ควรมีครบทั้ง 3 ด้าน ทั้งทักษะ (Skill) ความรู้ (Knowledge) คุณลักษณะ (Attribute) เพื่อผู้บริหารระดับต้นจะได้นำทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญไปใช้ในการบริหารงานให้บรรลุผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งผู้บริหารทั้ง 6 ท่าน ให้ความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) มีความจำเป็นและมีความสำคัญต่อองค์กร เพราะในยุค VUCA ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารทุกคนต้องนำมาใช้ในการบริหารคนและองค์กร

การกำหนดแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ ผู้วิจัยหารือร่วมกับผู้บริหารเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ โดยนำทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) และใช้แนวทางการพัฒนาจะใช้รูปแบบ 70 : 20 : 10 คือ 70% = การเรียนรู้ด้วยตนเอง การมอบหมายงาน การฝึกงาน (Self-learning / Assignment / On the job Training 20% = โค้ช และการให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) และ 10% = การฝึกอบรม (Training) คือ ผู้บริหารระดับต้นทุกท่านของรัฐวิสาหกิจ XYZ ต้องได้รับการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ที่ประกอบด้วย 1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL) 2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation : IM) 3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) และ 4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) และใช้แนวทางการพัฒนารูปแบบ 70 : 20 : 10 โดยเข้าไปกำหนดเรื่องที่ผู้บริหารระดับต้นจะพัฒนาศักยภาพ กำหนดรูปแบบวิธีการพัฒนาระยะเวลาในการพัฒนา แล้วขออนุมัติแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ในระบบ HRIS และให้ผู้บังคับบัญชาอนุมัติแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ตามสายบังคับบัญชาที่องค์กรกำหนด

บทสรุป

ผู้วิจัยได้นำผลจากผู้ให้ข้อมูลมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ โดยเน้นการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) และใช้แนวทางการพัฒนาจะใช้รูปแบบ 70 : 20 : 10 คือ 70% = การเรียนรู้ด้วยตนเอง การมอบหมายงาน การฝึกงาน (Self-learning / Assignment / On the job Training 20% = โค้ชและการให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) และ 10% = การฝึกอบรม (Training) คือ ผู้บริหารระดับต้นทุกท่านของรัฐวิสาหกิจ XYZ ต้องได้รับการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ที่ประกอบด้วย 1. การ

มีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL) 2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation : IM) 3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) และ 4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) และใช้แนวทางการพัฒนารูปแบบ 70:20:10 โดยเข้าไปกำหนดเรื่องให้ผู้บริหารระดับต้นจะพัฒนาศักยภาพ กำหนดรูปแบบวิธีการพัฒนา ระยะเวลาในการพัฒนา แล้วขออนุมัติแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ในระบบ HRIS และให้ผู้บังคับบัญชาอนุมัติแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ตามสายบังคับบัญชาที่องค์กรกำหนดดังนี้

การพัฒนาแบบ 70% ซึ่งเป็นการพัฒนาที่ผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ของผู้บริหารระดับต้นที่ควรพัฒนาควรเป็นวิธีการพัฒนาแบบ 70% คือผู้บริหารระดับต้นกำหนดเรื่องที่จะพัฒนาศักยภาพด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ที่ประกอบด้วย 1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL) 2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation : IM) 3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) และ 4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) ร่วมกับผู้บังคับบัญชา คือผู้บริหารระดับกลาง กำหนดรูปแบบวิธีการพัฒนา เช่น การเรียนรู้ด้วยตนเอง การมอบหมายงาน การฝึกงาน (Self-learning / Assignment / On the job Training) การติดตามแม่แบบที่เป็นบุคคล ที่ได้รับการยอมรับในเรื่องที่ต้องการติดตาม (Job Shadowing) การรวมกลุ่มของบุคลากรภายในองค์กรเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing Session) การหมุนเวียนงาน (Job Rotation) การมอบหมายโครงการพิเศษ (Special Project) การมอบหมายให้ทำงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ในลักษณะข้ามสายงาน (Cross-functional Assignment) การศึกษาดูงาน (Site Visit) เป็นต้น โดยกำหนดระยะเวลาในการพัฒนา พร้อมรายงานผลลัพธ์ของการพัฒนาให้ผู้บังคับบัญชาทราบตามระยะเวลาพัฒนาที่กำหนดไว้ ซึ่งการพัฒนาแบบ 70% นั้นนับเป็นการเรียนรู้ส่วนที่มีความสำคัญมากที่สุด ที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว และตรงกับภาระงานที่รับผิดชอบ เนื่องจากการเรียนรู้ในส่วนนี้เป็นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์การทำงานจริง (Learn by job Experience) เป็นหลัก ผู้เรียนจะต้องมีการลงมือทำจริง ปฏิบัติในหน่วยงานจริง เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาความสามารถในการทำงานของกลุ่มผู้บริหารระดับต้นได้

ในส่วนของการพัฒนาแบบ 20% คือ การโค้ชและการให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ของผู้บริหารระดับต้นนั้น ผู้บริหารระดับต้นกำหนดเรื่องที่จะพัฒนาศักยภาพด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ที่ประกอบด้วย 1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL) 2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation

: IM) 3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) และ 4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) ร่วมกับผู้บังคับบัญชาคือผู้บริหารระดับกลาง กำหนดรูปแบบวิธีการพัฒนา เช่น การโค้ช Coaching, การเป็นพี่เลี้ยง Mentoring, การสอนงาน Teaching, การให้คำปรึกษา Counselling, การให้ข้อมูลป้อนกลับ Feedback เป็นต้น โดยกำหนดระยะเวลาในการพัฒนา พร้อมรายงานผลลัพธ์ของการพัฒนาให้ผู้บังคับบัญชาทราบตามระยะเวลาพัฒนาที่กำหนดไว้ ซึ่งการพัฒนาแบบ 20% นี้ตามที่ผู้บริหารที่ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องกันว่าผู้บังคับบัญชา สามารถเป็นโค้ชและพี่เลี้ยงได้ เพราะรู้ในเนื้อหาและรู้ถึงคุณลักษณะของผู้บริหารระดับต้น จึงสามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในงานแก่กลุ่มผู้บริหารระดับต้นได้

ส่วนของการพัฒนา 10% คือ การฝึกอบรม (Training) ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ของผู้บริหารระดับต้นนั้น ผู้บริหารระดับต้นกำหนดเรื่องที่จะพัฒนาศักยภาพด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ที่ประกอบด้วย 1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL) 2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation : IM) 3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) และ 4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) ร่วมกับผู้บังคับบัญชาคือผู้บริหารระดับกลาง กำหนดรูปแบบวิธีการพัฒนา เช่น การฝึกอบรมภายในองค์กร (In-House Training), การฝึกอบรมภายนอกองค์กร (Public Training), การเข้าร่วมการสัมมนา (Seminar), การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) และการอ่านหนังสือ บทความ หรืองานวิจัย เป็นต้น โดยกำหนดระยะเวลาในการพัฒนา พร้อมรายงานผลลัพธ์ของการพัฒนาให้ผู้บังคับบัญชาทราบตามระยะเวลาพัฒนาที่กำหนดไว้ ซึ่งการพัฒนาแบบ 10% นี้ของผู้บริหารระดับต้น ท่านผู้บริหารที่ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องกันว่าหากเป็นในองค์กรให้เพิ่มด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ในหลักสูตรการเตรียมความพร้อมผู้บริหารระดับกลาง (Pre-Middle Managerial Development Program) ซึ่งเป็นหลักสูตรการพัฒนาผู้บริหารระดับต้นที่รัฐวิสาหกิจ XYZ ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้นำผลจากผู้ให้ข้อมูลมากำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารระดับต้น ในหลักสูตรการเตรียมความพร้อมผู้บริหารระดับกลาง (Pre-Middle Managerial Development Program) จากเดิมที่ให้อบรมเฉพาะในชั้นเรียน (Classroom) เพียงอย่างเดียวตามหัวข้อการเรียนรู้ 9 เรื่อง ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ และการบริหารคน 2) ทักษะการสื่อสารและการนำเสนอสำหรับผู้บริหาร 3) การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ 4) เทคโนโลยีกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 5) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการลงทุน 6) การบริหารการเงินขององค์กร 7) การบริหารการตลาดเชิงกลยุทธ์ยุคใหม่ 8) การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงาน 9) การบริหารการเปลี่ยนแปลง โดยจะปรับเปลี่ยนเป็นการพัฒนาผู้บริหารระดับต้นที่ครบทุกมิติ ตามแนวทางการพัฒนารูปแบบ 70 : 20 : 10 ดังนี้

รูปแบบ 70% การจัดอบรมให้กลุ่มผู้บริหารระดับต้นภายในองค์กรเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing Session) เกี่ยวกับด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มผู้บริหารระดับต้นได้ถ่ายทอดประสบการณ์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันในการใช้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการบริหารคน และบริหารงาน รวมถึงเพิ่มการศึกษาดูงาน (Site Visit) องค์กรภายนอกเพื่อนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในองค์กร

รูปแบบ 20% ผู้บริหารระดับต้นจะต้องได้รับการโค้ชจากผู้บังคับบัญชาและสามารถเป็นโค้ชหรือพี่เลี้ยงที่สามารถให้คำปรึกษาคำแนะนำแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้

รูปแบบ 10% เรียนตามหัวข้อการเรียนรู้ 9 เรื่อง ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ และการบริหารคน 2) ทักษะการสื่อสารและการนำเสนอสำหรับผู้บริหาร 3) การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ 4) เทคโนโลยีกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 5) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการลงทุน 6) การบริหารการเงินขององค์กร 7) การบริหารการตลาดเชิงกลยุทธ์ยุคใหม่ 8) การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงาน 9) การบริหารการเปลี่ยนแปลง

ส่วนการฝึกอบรมภายนอกองค์กร (Public Training) จะเป็นหลักสูตรการสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงสำหรับผู้บริหารระดับต้นที่สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนจัดอบรม เพื่อเปิดมุมมองให้กับผู้บริหารระดับต้นให้กว้างขึ้น รวมถึงเพื่อสร้างเครือข่ายกับผู้บริหารหน่วยงานอื่น

แนวทางการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้กับบุคลากรในระดับต่าง ๆ ได้ เพื่อที่จะได้พัฒนาบุคลากรในองค์กรได้ทั่วทั้งองค์กร และยังเป็นการพัฒนาและยกระดับสมรรถนะด้านภาวะผู้นำของบุคลากรในองค์กร และสามารถนำแนวทางการพัฒนารูปแบบ 70 : 20 : 10 คือ 70% คือ การเรียนรู้ด้วยตนเอง การมอบหมายงาน การฝึกงาน (Self-learning / Assignment / On the job Training 20% คือ โค้ชและการให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) 10% คือ การฝึกอบรม (Training) ไปใช้ในการพัฒนาสมรรถนะด้านอื่นของบุคลากรต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาภาวะผู้นำกลุ่มผู้บริหารระดับต้นของรัฐวิสาหกิจ XYZ ในหลักสูตรการเตรียมความพร้อมผู้บริหารระดับกลาง (Pre-Middle Managerial Development Program) ซึ่งเป็นหลักสูตรการพัฒนาผู้บริหารระดับต้นที่รัฐวิสาหกิจ XYZ ได้กำหนด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้ในการวางแผนแนวทางการพัฒนาเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากรด้านภาวะผู้นำให้กับบุคลากรในระดับอื่นได้ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กรอีกทาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. แนวทางการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้กับบุคลากรในระดับต่างๆ ได้ เพื่อที่จะได้พัฒนาบุคลากรในองค์กรได้

ทั่วทั้งองค์กร และยังเป็นการพัฒนาและยกระดับสมรรถนะด้านภาวะผู้นำของบุคลากรในองค์กร

2) นำแนวทางการพัฒนารูปแบบ 70 : 20 : 10 คือ 70% คือ การเรียนรู้ด้วยตนเอง การมอบหมายงาน การฝึกงาน (Self-learning / Assignment / On the job Training 20% คือ โค้ชและการให้คำปรึกษา (Coaching & Mentoring) 10% คือ การฝึกอบรม (Training) ไปใช้ในการพัฒนาสมรรถนะด้านอื่นของบุคลากรต่อไป

บรรณานุกรม

- กิริติกร บุญส่ง, และ หทัยกานต์ กุลวชิราวรรณ. (2561). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานปฏิบัติการระดับ 4 กลุ่มวิชาชีพหลัก 125 กลุ่มวิชาชีพสนับสนุนในการขับเคลื่อนองค์การรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งสู่การเป็นองค์การสมรรถนะสูง (HPO). *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 10(3), 125-137.
- คณินิจ อนุโรจน์. (2561). *NDC SECURITY REVIEW*. ฉบับที่ 3 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.
- ฉวีวรรณ จันทร์เม่ง. (2552). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารส่งผลต่อมาตรฐานด้านผู้เรียน ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครปฐม เขต 1*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดาวณา หทัยานนท์. (2556). *การศึกษาสมรรถนะการบริหารของผู้บริหารระดับกลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในภาคใต้ (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดุจดือน พิงคยางกูล. (2555). *การพัฒนาบุคลากรตามกรอบสมรรถนะหลักของศูนย์อนามัยที่ 10 เชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- เลิศชัย สุธรรมานนท์. (2557). *กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อองค์กรยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทยาลัยเทคโนโลยีดอนบอสโก บ้านโป่ง. (2557). *แบบประเมินผู้บริหารระดับต้น*. ราชบุรี: ผู้แต่ง.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2563). *เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติเพื่อองค์กรที่เป็นเลิศ (Thailand Quality Award: TQA)*. กรุงเทพฯ: อินโนกราฟฟิค.
- อาภรณ์ ภูวพิพัฒน์. (2560). *การพัฒนาสมรรถนะกลุ่มงาน HR บนแนวคิด 70 : 20 : 10 Learning model*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: The Free Press.
- Johnson, S. J., Blackman, D. A., & Buick, F. (2018). The 70: 20: 10 framework and the transfer of learning. *Human Resource Development Quarterly*, 29, 383–402. <https://doi.org/10.1002/hrdq.21330>
- McClelland, D. (1973). Testing for competency rather than for intelligence. *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- Nadler, L. (1980). *Corporate human resource development*. New York: Van. Nostrand Reinhold.
- Nelson, D. L., & Quick, J. C. (1997). *Organization behavior* (2nd ed.). New York: Harper and Row.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competency at work: Models for superior performance*. New York: John Wiley & Sons.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภค จากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' DECISION TO BUY FRESH VEGETABLES FROM CONVENIENCE STORES IN BANGKOK

Received: 3 July, 2022

Revised: 31 August, 2022

Accepted: 31 August, 2022

จักริน เวียนบุญนาค*

Jakrin Weanboonnark*

สายพิน ปันทอง**

Saiphin Panthong**

* นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการค้าธุรกิจสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

* Master student, Faculty of Business Administration, Master of Modern trade business management, Panyapiwat Institute of Management

* Jeerit0520@gmail.com

** อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการค้าธุรกิจสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

** Professor of Faculty of Business Administration, Modern trade business management, Panyapiwat Institute of Management

** Saiphinpan@pim.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ซื้อผักสดจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนหรือเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปเป็นการทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-45 ปี มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่ำกว่า 10,001-20,000 บาท มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรับรู้ คุณภาพและคุณประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลมีประสิทธิภาพ 65.70%

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล การตัดสินใจซื้อ ร้านสะดวกซื้อ

Abstract

Research study on Factors influencing consumers' decision to buy fresh vegetables from convenience stores in Bangkok The objective of this study was to study the personal factors affecting the purchasing decision of consumers from different convenience stores in Bangkok. and to study the factors influencing consumers' decision to buy fresh vegetables from convenience stores in Bangkok Data were collected from 400 customers who bought fresh vegetables from convenience stores in Bangkok. A questionnaire was used as a research tool. As a research tool Demographic analysis using descriptive statics. By finding the percentage, mean, standard deviation, and testing the hypothesis by comparing the difference between the mean of the two sample groups t-Test Independent Sample. The variance or comparison of mean difference between 3 groups or more samples was tested for hypothesis. F-test Independent Sample Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis

The findings revealed that the most respondents were female with age 41-45 years, have a median family income 10,001-20,000 baht, Single, bachelor's degree education and has a career as a company employee The hypothesis testing results showed that Personal factors such as income influenced consumers' decision to buy fresh vegetables from convenience stores in Bangkok. In terms of factors influencing consumers' decision to buy fresh vegetables from convenience stores in Bangkok namely Product Place Promotion Awareness, Quality and Benefits with statistic significant at 0.05 and influencing factor was effective at 67.50%

Keywords: Factors Influencing, Decision to Buy, Convenience Stores

บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ นับเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ของชีวิตเราไม่อาจปฏิเสธได้ว่า อาหารมีผลต่อการเสริมสร้างร่างกายและสติปัญญา ตลอดจนสภาพจิตใจของมนุษย์ ดังนั้นอาหารจึงมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างเลี่ยงไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตามอาหารแต่ละประเภท แต่ละชนิดต่างให้คุณประโยชน์สารอาหารในปริมาณที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อยู่ที่ว่าผู้บริโภคแต่ละคนสามารถเลือกสรรอาหารที่เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายของตนเองได้มากน้อยเพียงใด เพื่อให้อาหารที่บริโภคเข้าสู่ร่างกายช่วยเสริมสร้างประโยชน์ให้ร่างกาย และทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในขณะที่เดียวกันอาหารที่รับประทานมีทั้งคุณประโยชน์และโทษต่อร่างกายขึ้นอยู่กับวัตถุดิบ เครื่องปรุง วิธีการ และปริมาณที่บริโภค จากมหาวิทยาลัยมหิดล กล่าวว่า จากผลสำรวจสถานการณ์การกินผักและผลไม้ในประเทศไทย ปี 2562 พบว่ามีคนไทยเพียงร้อยละ 37.5 หรือประมาณ 4 ใน 10 คน กินผักผลไม้เพียงพอตามเกณฑ์แนะนำในแต่ละวัน ขณะที่เด็กวัยเรียนเพียง 2-3 คน จาก 10 คนเท่านั้นที่กินผักและผลไม้เพียงพอ คนไทยยังเสี่ยงต่อการกินผักผลไม้ไม่เพียงพอมากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นหากทุกภาคส่วนร่วมกันผลักดันทำให้ผักผลไม้ปลอดภัยและเข้าถึงได้ จะช่วยให้คนไทยกินผักผลไม้ได้เพียงพอเพิ่มขึ้น (“สุขภาพคนไทย 2557: ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง...สู่การปฏิรูปประเทศจากฐานราก,” 2557)

ในการเลือกซื้อวัตถุดิบในการประกอบอาหารประเภทผักสด ถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการประกอบอาหารเพื่อโภชนาการที่ดีซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต อีกทั้งการประกอบอาหารส่วนใหญ่จะมีผักสดเป็นส่วนประกอบ ดังนั้นการเลือกซื้อผักสดจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคจึงต้องพิจารณาถึงความสดใหม่ สะอาดและปลอดภัยพิช ทั้งนี้ในปัจจุบันผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้จากร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน ซึ่งการเลือกซื้อผักสดนั้นผู้บริโภคมักพิจารณาในส่วนของการผสมทางการตลาดเพราะผู้บริโภคแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ผักสดสามารถตอบโต้ภัยและต้องสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มาก โดยร้านสะดวกซื้อที่มีการจัดจำหน่ายผักสดที่หลากหลายชนิดกว่าก็ย่อมได้รับความนิยมที่สูงกว่าเช่นกัน ยิ่งถ้าร้านสะดวกซื้อไหนมีการทำการตลาดที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคเหล่านั้นก็จะหันมาสนับสนุนและให้ความสนใจเลือกซื้อผักสดจากร้านสะดวกซื้อนั้นด้วย (สิรินทรียา พูลเกิด, 2562)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยเห็นถึงความต้องการและความสำคัญของการบริโภคผักสด รวมถึงโอกาสทางการตลาด ผู้ท้าววิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอาหารประเภทผักในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยการรับรู้ คุณภาพและคุณประโยชน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมเกี่ยวข้อง

ภาวิณี กาญจนภา (2559) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographics) เป็นอีกปัจจัยที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้ในการอธิบายคุณลักษณะของประชากรทางด้านขนาด การกระจาย และโครงสร้างของประชากร ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ คือ ขนาดและการกระจายของประชากร เพศ อาชีพ การศึกษา อายุ และรายได้ องค์กรธุรกิจนิยมใช้ประชากรศาสตร์ในการแบ่งส่วนตลาด เนื่องจากคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านค่านิยมส่วนบุคคลและรูปแบบการตัดสินใจของบุคคล ซึ่งตัวแปรทางประชากรศาสตร์สามารถกำหนดการบริโภคของผู้บริโภค

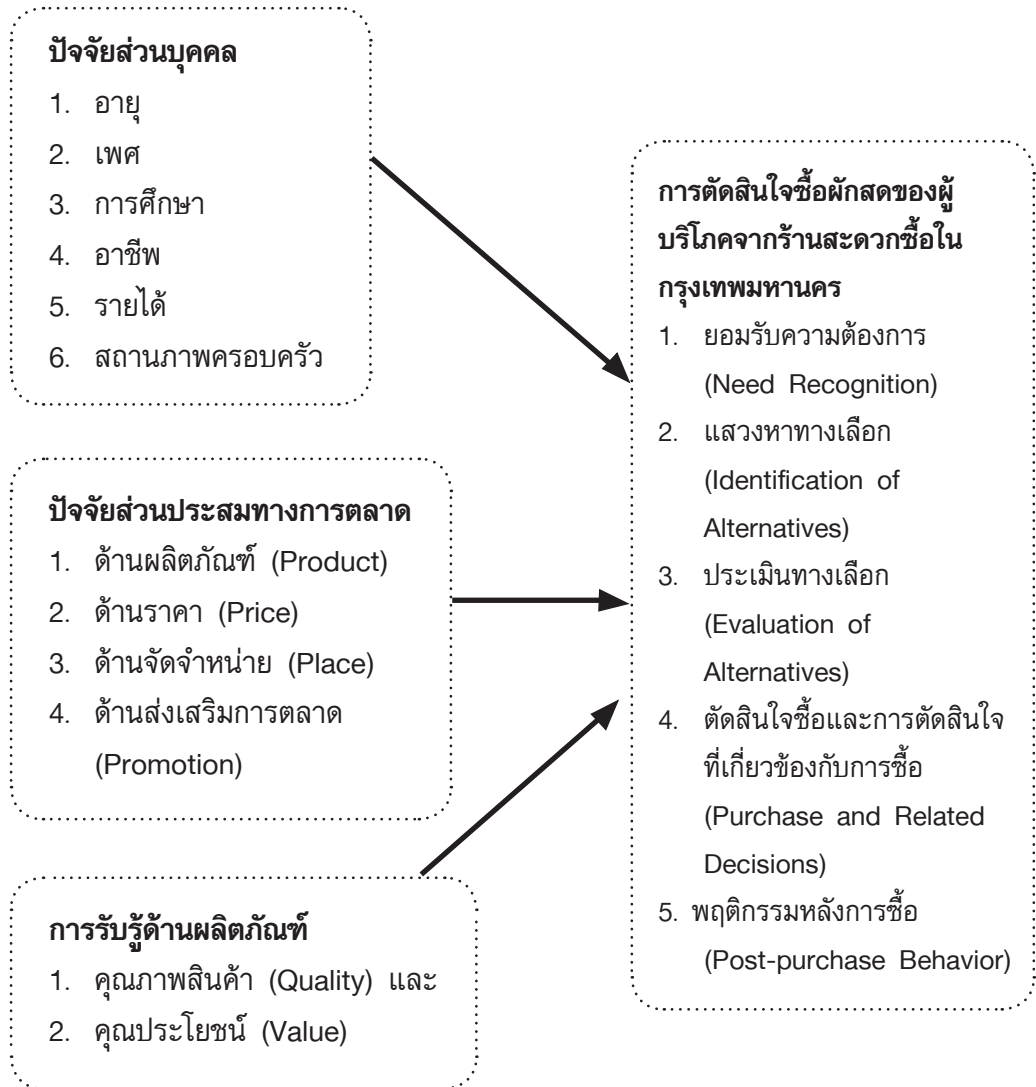
สุชาติ ไตรภพสกุล (2564) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ชุดของตัวแปรทางการตลาดที่องค์กรสามารถควบคุมได้และองค์กรสามารถผสมผสานส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวเพื่อสร้างการตอบสนองที่องค์กรต้องการจากตลาดเป้าหมายโดยส่วนประสมทางการตลาดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ผู้ประกอบการจะต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ เรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า 7Ps

Kotler and Armstrong (2018) ได้กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลออกมาเป็นภาพ หรือเป็นกระบวนการรับรู้ (Receiving) การจัดระเบียบ (Organize) และการตีความหมาย (Interpreted) ข้อมูลหรือสิ่งกระตุ้นโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นให้ตอบสนองต่อตัวกระตุ้นแล้ว การรับรู้จะเข้ามามีบทบาทต่อไป การรับรู้แสดงถึงความรู้สึกรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของบุคคลที่มีต่อตัวกระตุ้นที่อยู่ภายนอก ดังนั้นการรับรู้จึงหมายถึง การเปิดรับ (Exposure) หรือกระบวนการของความเข้าใจที่มีต่อโลก ที่บุคคลอาศัยอยู่ บุคคลต้องมีการจัดและรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รสชาติ และได้รู้สึกรู้สึกออกมาเป็นผลรวมที่มีความหมาย

Kotler and Keller (2016) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจมี 5 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ขั้นที่ 2 ได้แก่ การหาข้อมูล ขั้นที่ 3 ได้แก่ การประเมินทางเลือก ขั้นที่ 4 ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ และขั้นที่ 5 ได้แก่ พฤติกรรมหลังการซื้อ มีส่วนคล้ายคลึงกับแบบจำลองการตัดสินใจของ Engel และคณะโดยมีกระบวนการหลักที่เหมือนกัน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การหาข้อมูลการประเมินทางเลือก การซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2563) ได้กล่าวว่า ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) เป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก พื้นที่ประมาณ 100 ตารางเมตร จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคสำเร็จรูปที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีความกว้างและความลึกของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าซูเปอร์มาร์เก็ตมาก มีการจัดร้านแบบบริการตัวเอง โดยมีราคาจำหน่ายสูงกว่าในซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้บริโภคที่ซื้อผักสดจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-เดือนเมษายน 2565 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร ของ Cochran ได้จำนวน 385 คน สุ่มตัวอย่างเพื่อป้องกันการสูญหาย หรือไม่ได้รับการตอบกลับ ประมาณ 15 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sample) โดยเริ่มจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random sampling) (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2561) ขั้นตอนที่ 1 แบ่งเป็น 6 กลุ่มโดยแบ่งเขตจำนวนประชากรตามการบริหารงานในกรุงเทพมหานคร (สำนักงานการวางผังและพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร, 2564) ขั้นตอนที่ 2 จ้างสลาเลือกเขต โดยนำเขตทั้งหมดใน 6 กลุ่ม นำมาจ้างสลาเลือกเขต กลุ่มละ 1 เขต (Simple random sampling) ในแต่ละกลุ่ม ซึ่งผลการจ้างสลาเลือกเขตที่ได้คือ 1. เขตพญาไท 2. เขตปทุมวัน 3. เขตจตุจักร 4. เขตบางกะปิ 5. เขตบางกอกน้อย และ 6. เขตบางบอน คำนวณสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง ตามสัดส่วนประชากรในแต่ละเขต ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง ตามสัดส่วนประชากรกรุงเทพมหานครในแต่ละเขต ปี 2563

กลุ่ม	เขต	จำนวน ประชากร (คน)	สัดส่วน (%)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
กรุงเทพกลาง	พญาไท	67,388	10.88	44
กรุงเทพใต้	ปทุมวัน	43,338	7.00	28
กรุงเทพเหนือ	จตุจักร	155,297	25.09	100
กรุงเทพตะวันออก	บางกะปิ	144,732	23.38	94
กรุงธนเหนือ	บางกอกน้อย	103,791	16.76	67
กรุงธนใต้	บางบอน	104,366	16.86	67
รวม		618,912	100.00	400

โดยแบ่งส่วนของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ให้เลือกตอบ จำนวน 1 ข้อ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง โดยผู้ที่สามารถตอบคำถามในส่วนถัดไปได้ จะต้องเป็นผู้บริโภคผักสดจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ส่วนที่ 2 จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยสามารถกำหนดปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับเกณฑ์การวัดระดับการรับรู้ด้านคุณภาพ และประโยชน์ โดยคำถามส่วนนี้จะมี จำนวน

5 ข้อ ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับกระบวนการด้านการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร โดยแสดงเกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วย 5 ซึ่งแบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามทุกข้อ ได้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าเท่ากับ 0.890 จึงจะถือได้ว่าเป็นแบบสอบถามข้อนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ และได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงมาแล้วไปใช้กับผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.930 (ชัยวิชิต เขียรชนะ, 2562) แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูง จึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จำนวน 400 ชุด โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2565

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-Test Independent Sample การทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบสถิติแบบ F-test Independent Sample การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.00 มีอายุระหว่าง 41-45 ปี ร้อยละ 19.50 มีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 34.75 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 45.50 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.25 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 41.00 มีการซื้อผักสดมูลค่า 200 บาท/ครั้ง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	0.609	มาก
2. ด้านราคา	4.11	0.731	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.16	0.690	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.90	0.968	มาก
5. ด้านการรับรู้ คุณภาพ และคุณประโยชน์	4.30	0.624	มาก
รวม	4.16	0.690	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ที่ต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยด้านบุคคล	t	F	Sig.
สมมติฐานที่ 1.1 เพศ	0.585	-	0.384
สมมติฐานที่ 1.2 อายุ		1.853	0.076
สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพ		1.042	0.374
สมมติฐานที่ 1.4 การศึกษา		1.090	0.353
สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ		2.601	0.052
สมมติฐานที่ 1.6 รายได้		3.307	0.006*

หมายเหตุ: *Sig.<0.05, ** Sig. <0.01

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยการรับรู้ ด้านคุณภาพ และคุณประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในช่วง 0.597 ถึง 0.752 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษาเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 0.80 และไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่สูงเกิน (Multicollinearity) จึงนำไปทดสอบเพื่อหาสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)				
	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้าน ช่องทาง จัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริม การตลาด	ด้าน การรับรู้
ด้านผลิตภัณฑ์	1				
ด้านราคา	0.752**	1			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	0.705**	0.739**	1		
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.597**	0.742**	0.677**	1	
ด้านการรับรู้	0.717**	0.700**	0.711**	0.622**	1

หมายเหตุ. * $r < 0.05$, ** $r < 0.01$

การพิจารณารายละเอียดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวิธีการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระมีหลายแนวทาง โดยงานวิจัยฉบับนี้ใช้การวิเคราะห์จากค่า Tolerance และ ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรต้น โดยกำหนดไว้ว่าค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องมีค่าที่ไม่เข้าใกล้เกิน 10 (ยุทธ ไกยวรรณ, 2562) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าตั้งแต่ 0.276-0.407 ซึ่งมากกว่า 0.10 และค่า VIF ของตัวแปรต้นมีค่าตั้งแต่ 2.633-3.629 ซึ่งมีค่าไม่เข้าใกล้ 10 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

ปัจจัย	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร						
	B	S.E.	β	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.672	0.131		5.126	0.000		
ด้านผลิตภัณฑ์	0.117	0.047	0.115	2.476	0.014*	0.347	2.880
ด้านราคา	0.063	0.045	0.073	1.410	0.159	0.276	3.629
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.121	0.042	0.133	2.868	0.004*	0.345	2.898
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.076	0.028	0.118	2.765	0.006*	0.407	2.458
ด้านการรับรู้	0.468	0.044	0.472	10.673	0.000**	0.380	2.633

หมายเหตุ. Adjusted R Square = 0.657, F = 176.717, *p<0.05, **p<0.01

จากตาราง ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Sig. = 0.014*) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig. = 0.004*) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Sig. = 0.006*) ด้านการรับรู้ (Sig. = 0.000**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยในขณะที่ด้านราคา นั้นไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

การทดสอบค่าสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ (Independent) จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X1) ด้านราคา (X2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4) ด้านการรับรู้ คุณภาพและคุณประโยชน์ (X5) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร (Y) สามารถเขียนให้อยู่ในรูปของสมการเชิงพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทำนายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานครได้ดังนี้

$$Y = 0.672 + 0.115 (\text{ผลิตภัณฑ์}) + 0.133 (\text{ช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.118 (\text{การส่งเสริมการตลาด}) + 0.472 (\text{การรับรู้})$$

บทสรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้เฉลี่ย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าเมื่อระดับรายได้ที่ต่างกันมีผลทำให้การเลือกซื้อผักสดมีสถานที่ การเลือกซื้อผักสดในร้านสะดวกซื้อ เพราะสามารถหาซื้อได้ง่ายจากช่องทางที่สะดวก เป็นการให้ความสำคัญและใส่ใจในการเลือกรับประทานผักสดเพื่อสุขภาพร่างกาย โดยไม่คำนึงถึงราคาของผักสด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสกุล แก้วกระจ่าง และสายพิน บั่นทอง (2564) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานขาย และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ผักสดที่วางจำหน่ายมีคุณค่าทางโภชนาการ มีสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายเพื่อสุขภาพที่ดี มีฉลากบ่งบอกวันผลิตและวันหมดอายุอย่างชัดเจน ทั้งยังมีให้เลือกหลากหลายชนิด มีความสดใหม่ อยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถสิทธิ์ สกลคณาพงษ์ (2559) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน (Clean Food) การวิจัยเป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ด้านราคา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้โดยไม่คำนึงถึงราคาของผักสด เนื่องด้วยผักสดมีคุณสมบัติประโยชน์ต่อร่างกายในการรับสารอาหารครบ 5 หมู่ และมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสกุล แก้วกระจำ และสายพิน บัณฑอง (2564) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และสถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานขาย และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ร้านสะดวกซื้อที่มีผักสดวางจำหน่าย ทำให้สามารถเดินทางมาซื้อผักสดได้ด้วยความสะดวก มีบริการที่จอดรถ และสาขาที่จัดจำหน่ายผักสดเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค มีรูปแบบการจัดเรียงผักสดให้มีความน่าสนใจสะดวกต่อการเลือกซื้อ ยังมีช่องทางสั่งออนไลน์ให้สามารถเลือกสั่งซื้อผักสดได้สะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิตาพร สืบอักษร และพัชรชาติ ศรีบุญเรือง (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผักหรือผลไม้สดของผู้บริโภค กรณีศึกษาร้านโกลเด้นเพลซ สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อผักหรือผลไม้ของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสูงที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ทางร้านสะดวกซื้อที่มีกิจกรรมส่งเสริมการขายผักสดด้วยการลดราคาอย่างสม่ำเสมอ มีการทำป้ายประชาสัมพันธ์สินค้าผักสดอย่างสวยงาม ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีกิจกรรมทางการขายโดยการสะสมแต้ม สะสมแต้มปี อย่างสม่ำเสมอและผู้บริโภคได้รับคำแนะนำจากพนักงานในร้านสะดวกซื้อเรื่องสินค้าผักสดอย่างถูกต้อง มีบริการแลกคืนถ้าผักสดที่มีตำหนิหรือหมดอายุ โดยไม่มีเงื่อนไข สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัชยา วิจิตร, และชุตินาถ ทองจีน (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาด คุณค่าตราสินค้า และความไว

วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวิตามินอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวิตามินอาหารเสริม อันได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า และปัจจัยด้านความไว้วางใจ โดยใช้แบบสอบถามและวิธีการสุ่มตัวอย่างไม่อาศัยความน่าจะเป็น เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือสมการถดถอยพหุคูณ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์วิตามินอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ความไว้วางใจไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์วิตามินอาหารเสริม

5. ด้านการรับรู้ คุณภาพและคุณประโยชน์ จากการศึกษาพบว่า กระบวนการรับรู้ ด้านคุณภาพและคุณประโยชน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ผักสดในร้านสะดวกซื้อ มีคุณภาพเนื่องจากมีการบรรจุผักสดในบรรจุภัณฑ์ที่ดี คุณภาพของผักสดในร้านสะดวกซื้อ มีความสดใหม่ อยู่เสมอ มีคุณค่าทางโภชนาการ ในร้านสะดวกซื้อสามารถรักษาคุณภาพ และรสชาติของผักสดไว้ ด้วยการควบคุมอุณหภูมิในตู้แช่อย่างเหมาะสม ได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เลือกซื้อผักสด สอดคล้องกับชุดสินค้า โรจน์เพ็ญเพียร และ วรัญญา ตีโลกะวิชัย (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21-30 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน เป็นผู้ที่เคยซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (96%) โดยดื่มเพื่อสุขภาพเพราะมีคุณประโยชน์มาก (62.3%) ตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพด้วยตนเอง (86.6%) และซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11, Family Mart (54.8%) และพบว่าบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศที่ต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ปัจจัยด้านข่าวสารต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ รายได้ ผู้ประกอบการจึงสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงรายได้ที่ต่างกัน มีการเพิ่มขนาดสินค้าทั้งเล็กและใหญ่ โดยกำหนดราคาให้สามารถเลือกซื้อได้ในทุกระดับรายได้ เพื่อผู้บริโภคที่มีรายได้มากหรือน้อยก็สามารถเลือกซื้อผักสดจากร้านสะดวกซื้อได้

2. จากผลการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และอาชีพ สามารถนำผลข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าปัจจัยที่ไม่มีผล เพราะผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้โดยที่

ปัจจัยเหล่านี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ เพื่อพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น

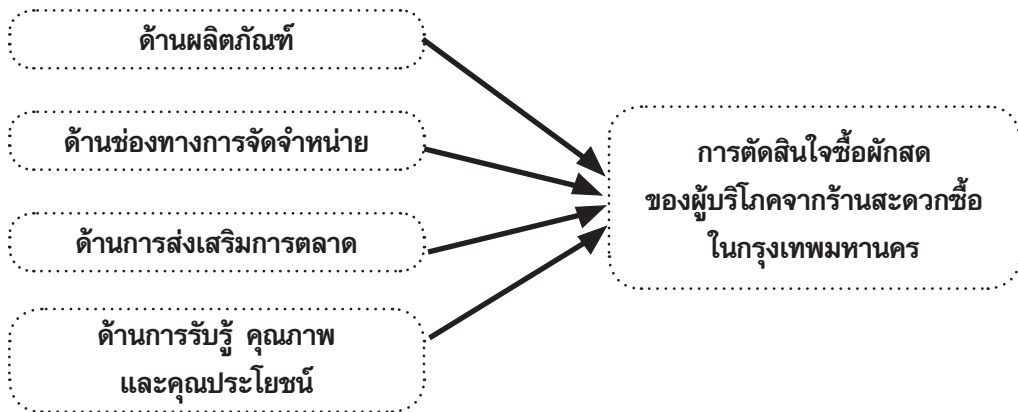
3. จากผลการวิจัยทางผู้ประกอบการ สามารถนำปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ต้องรักษามาตรฐานของสินค้าด้านคุณภาพ ความสดใหม่ สะอาด มีการเพิ่มชนิดของสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพิ่มขนาดสินค้าให้เข้าถึงทุกรายได้ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องมีการเพิ่มสาขาการจำหน่ายให้ครอบคลุมไปยังพื้นที่ห่างไกล ให้ได้รับประทานผักสดที่มีคุณภาพทั่วถึง และสามารถหาซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า อำนวยความสะดวกด้านพื้นที่จอดรถให้สะดวกขึ้น ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดกิจกรรมการนำผักสดมาประกอบอาหารเพื่อเพิ่มความน่าสนใจดึงดูดลูกค้า มีการเพิ่มชั้นวางสินค้าประเภทผักสดแบบดอก แบบผล เพื่อเพิ่มยอดขายให้สินค้าผักสดประเภทอื่น ๆ และในด้านการรับรู้ คุณภาพ และคุณประโยชน์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณประโยชน์ของผักสดที่จำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ การรักษาคุณภาพของสินค้าให้มีความสดใหม่อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ผู้ที่ต้องการเริ่มประกอบธุรกิจจำหน่ายผักสดสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในการประกอบธุรกิจได้

4. จากผลการวิจัยทางผู้ประกอบการ ควรนำปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร ในด้านราคาไปพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น โดยมีการเพิ่มขนาดสินค้า ให้มีหลายราคา มีราคาที่ถูกลง โดยให้พนักงานขายมีการแนะนำสินค้าขนาดเล็กราคาไม่สูงเหมาะกับการทานในหนึ่งมือ เพื่อทานคู่กับสินค้าอื่น เช่น เบอเกอร์ ไส้กรอก ขนมปัง เพื่อผู้บริโภคได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสด ซึ่งเป็นปัจจัยที่นอกเหนือจากการวิจัย เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม และเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่เพิ่มขึ้น เพื่อนำไปปรับปรุงธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

2. จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยสามารถพัฒนาเป็นโมเดลเพื่อใช้เป็นโมเดลในการพัฒนางานวิจัยครั้งต่อไป ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร โดย ผู้วิจัย

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรัชยา วิจิตร, และชุตติมาวดี ทองจีน. (2561). ส่วนประสมการตลาด คุณค่าตราสินค้า และความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวิตามินอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2* (น. 261-272). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชัยวิชิต เขียรชนะ. (2562). สถิติสำหรับการวิจัย แนวคิดและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชุตินันท์ โรจน์เพ็ญเพียร, และ วรัญญา ตีโลกะวิชัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่ม เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติและนานาชาติ* (น. 1530-1539). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ภาวณี กาญจนภา. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุทธ โกยวรรณ. (2562). การใช้โปรแกรม Minitab วิเคราะห์สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2563). หลักการตลาด: *Principles marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 10). ปทุมธานี: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- ศรีสกุล แก้วกระจ่าง, สายพิน บันทอง, และ แคทลียา ธนาถนอมกุล. (2563). อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้สดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(5), 51-63. สืบค้นจาก https://ms.udru.ac.th/msjournals/assets/journals__details/20211108135228.pdf
- ศิตาพร สืบอักษร, และ พัทธราวดี ศรีบุญเรือง. (2560). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผัก/ผลไม้สดของผู้บริโภค กรณีศึกษาร้านโกลเด้น เฟลช สาขา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ใน *การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 55* (น. 1002-1009). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักการวางแผนและพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร. (2564). สืบค้นจาก <http://www.oic.go.th/INFOCENTER9/916/>
- สิรินทรียา พูลเกิด. (2562). โครงการการสำรวจพฤติกรรมการกินผักและผลไม้ของคนไทย. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://pr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/th/ResearchProjectDetail.aspx?ProjectId=878>

สุขภาพคนไทย 2557: ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง...สู่การปฏิรูปประเทศจากฐานราก. (2557).

นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก [https://](https://ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/FileUpload/PDF/ThaiHealth2014TH__426.pdf)

ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/FileUpload/PDF/ThaiHealth2014TH__426.pdf

สุชาติ ไตรภพสกุล. (2564). *หลักการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬา.

อรรถสิทธิ์ สกลคณาพงษ์. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ*

ซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญามหา

บัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). England: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education.

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

SERVICE MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING THE BUYERS DECISIONS FOR GAMING GEARS PRODUCT IN BANGKOK

Received: 7 June, 2022

Revised: 13 July, 2022

Accepted: 4 August, 2022

จักรพงษ์ จักรจิต*

Jakapong Chakchit*

สายพิน ปั่นทอง**

Saiphin Panthong**

* นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการค้าธุรกิจสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

* Master Student, Faculty of Business Administration, Master of Modern Trade Business Management, Panyapiwat Institute of Management

* Email: jakapong4232@gmail.com

** อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการค้าธุรกิจสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

** Professor of Faculty of Business Administration, Modern Trade Business Management, Panyapiwat Institute of Management

** Email: Saiphinpan@pim.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ (Google form) โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่เคยซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ที่หน้าร้านตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การใช้สถิติ t-Test, F-test การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-35 ปี ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทุกปัจจัยด้านส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลมีประสิทธิภาพร้อยละ 43.50

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาดบริการ การตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์

Abstract

The two objectives of this research are to study personal factors such as gender, age, education, marital status, monthly income and occupation that influence on customers' purchasing decisions of gaming gear products in Bangkok and to study the service marketing mix factors that influence on customers' purchasing decisions of gaming gear products in Bangkok. The research instrument to collect data was online questionnaire via google form. The samples consisted of 400 customers who purchased gaming gear products for less than 1 year at the dealer's store in Bangkok. The data were analyzed by using descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics such as t-Test, F-test, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis, were used for hypothesis testing and analysis.

The results revealed that the majority of respondents were males between the ages of 30-35 years old, had a bachelor's degree, worked for a private company, were single, and earned between 20,001-30,000 baht per month. The testing of Hypotheses revealed that customers in Bangkok with all personal factors were unrelated to the purchasing decision of gaming gear products in Bangkok. It was discovered that factors such as product, place, promotion, and physical evidence were statistically significant at 0.05 and R square was at 43.50 percent.

Keywords: Service Marketing Mix, Buying Decision, Gaming Gears Accessories

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยมีประชากรทั้งหมด 69.88 ล้านคน และเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากกว่าร้อยละ 69.50 ซึ่งถือว่าสูงมาก เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่อยู่เพียงร้อยละ 59.50 โดยคนไทยส่วนใหญ่จะใช้เวลาเฉลี่ยในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต 8 ชั่วโมง 44 นาทีต่อวัน โดยใช้เวลาในการเล่นเกมนี 1 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน จากข้อมูลทั้งหมดเป็นข้อมูลจากคนที่อยู่ระหว่าง 16-64 ปี และเหตุผลหลัก ๆ ที่คนใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2021 หัวข้อ GAMING มีสัดส่วนถึงร้อยละ 32.20 (ลลิตา สันติวรวัณ, 2564)

ส่วนสำคัญที่สุด คนไทยเล่นเกมเป็นอันดับหนึ่งของโลกในปี 2021 สูงถึงร้อยละ 96.60 เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกอยู่เพียงร้อยละ 86.90 ซึ่งเห็นได้ว่าคนไทย

ให้ความสนใจกับตลาดเกมเป็นจำนวนมาก โดยกลุ่มบุคคลที่ชื่นชอบ และใช้คอมพิวเตอร์หรือมือถือเพื่อเล่นเกมเรียกว่า เกมเมอร์ (Gamer) (ณัฐพล ม่วงท่า, 2564) ในขณะเดียวกัน การแข่งขันเกมที่ถูกรับรองให้เป็นหนึ่งชนิดในกีฬาของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 พรบ.การกีฬาของประเทศไทย, 2560 เรียกว่า **“กีฬาลีเก็คทรอนิกส์ E-Sports”** ทำให้ผู้เล่นรู้สึกสนุกสนานและมีความท้าทาย ซึ่งจะพัฒนาจากผู้เล่นเกมทั่วไป ที่เรียกว่า เกมเมอร์ (Gamer) ไปสู่การเป็นนักกีฬา E-Sports (ดิษยุตม์ ธนบุญชัย, 2560) และเพื่อเสริมความได้เปรียบให้กับผู้เล่นเพื่อที่จะแข่งขันกับทีมต่าง ๆ ได้จึงต้องมีอุปกรณ์ตัวช่วยเสริมสำหรับคนเล่นเกมและนักกีฬา E-Sports ในการแข่งขันเกม จึงเรียกลีเก็คทที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของเกมเมอร์นี้ว่า อุปกรณ์เกมมิงเกียร์ ซึ่งจะประกอบไปด้วย เมาส์ หูฟัง คีย์บอร์ด แผ่นรองเมาส์ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณสมบัติและประสิทธิภาพของการใช้งาน มีการตอบสนองที่รวดเร็ว แม่นยำ มีความทนทานต่อการใช้งานที่สูง พร้อมทั้งยังมีฟังก์ชันตัวช่วยต่าง ๆ ที่สร้างความได้เปรียบเหนือกว่าอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์แบบทั่วไป ทั้งนี้แม้แต่ผู้เล่นทั่วไปยังคงเลือกใช้อุปกรณ์เกมมิงเกียร์ เพราะมีความคาดหวังเรื่องประสิทธิภาพของการใช้งาน ความชื่นชอบ ความสวยงามของการออกแบบ รูปทรง และสีลัน เป็นสินค้าประเภทแพชั่นมีรุ่นที่มีจำนวนจำกัดให้สะสม (Marketwatch, 2021; “ทำความรู้จัก เกมมิงเกียร์ โลกของชาวเกมเมอร์กับพีเป้-พีแวน-มิกกี้”, 2559; Save สาย Pay, 2560)

ตลาดเกมมิงเกียร์และวงการ E-Sports ในประเทศไทยนั้น โดยข้อมูลปี 2562 มีมูลค่าตลาดสูงถึง 2.2 หมื่นล้านบาท มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 13 ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่อันดับ 2 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และจากข้อมูลของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย ระบุว่าจำนวนคนเล่นเกมในประเทศไทยปี 2562 27.8 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 41 ของประชากรทั้งประเทศ โดยบริษัท SYNEX ตัวแทนนำเข้าและจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตชั้นนำระดับโลกคาดการณ์ตลาดประเทศไทยโดยรวมปี 2563 จะมีมูลค่าตลาดมิงเกียร์โตกว่า 2.7 หมื่นล้านบาท โดยปี 2562 บริษัท SYNEX มีพอร์ตยอดขายสินค้ากลุ่มเกมมิงทั้งสินค้าประเภท โน้ตบุ๊กและอุปกรณ์เกมมิงเกียร์รวมประมาณ 2,500 ล้านบาท (PeerPower Team, 2563)

จากภาพรวมการเติบโตของตลาดเกมมิงเกียร์ในประเทศไทยที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งลูกค้าในปัจจุบันมีความต้องการที่หลากหลายและให้ความสนใจในอุปกรณ์เกมมิงเกียร์เป็นจำนวนมาก ดังข้อมูลทีกล่าวมาทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาประเด็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและมีความหลากหลายของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อเป็นข้อมูลต่อผู้นำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่ายเพื่อวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การเพิ่มยอดขาย การขยายตลาด การพัฒนาช่องทางการขาย การให้

บริการ การประชาสัมพันธ์สินค้า การส่งเสริมการขาย การสื่อสารข้อมูลและประสบการณ์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด รวมถึงผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ การสมรส รายได้ต่อเดือนและอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านส่วนบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, และ อรทัย เลิศวรรณวิทย์ (2560) ได้อธิบายว่า ลักษณะประชากร (Demographic) ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ด้านลักษณะประชากร เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย ในขณะเดียวกัน Armstrong and Kotler (2017) ได้อธิบายว่า ประชากรศาสตร์ (Demography) เป็นการศึกษาถึงลักษณะประชากรในรูปต่าง ๆ เช่น ขนาดความหนาแน่น ทำเลที่ตั้ง อายุ เพศ เชื้อชาติ อาชีพ นอกจากนั้นยังมีประชากรศาสตร์ด้านอื่น ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ สถานภาพการสมรส การศึกษา ที่อยู่อาศัย ศาสนา และภาษา

Kotler and Keller (2016) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมการตลาดบริการ มีองค์ประกอบเพิ่มขึ้นมาจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป เพราะแต่ละด้านมีผลต่อข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ โดยจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) ได้อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer buying decision process) พบว่าผู้บริโภคจะผ่านกระบวนการนั้น อาจจะข้ามหรือย้อนกลับไปในช่วงตอนก่อนหน้านี้อีกได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนซื้อจริง ๆ และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ แบ่งโมเดลออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา (Problem recognition), การค้นหาข้อมูล (Information search), การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives), การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision), พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase behavior)

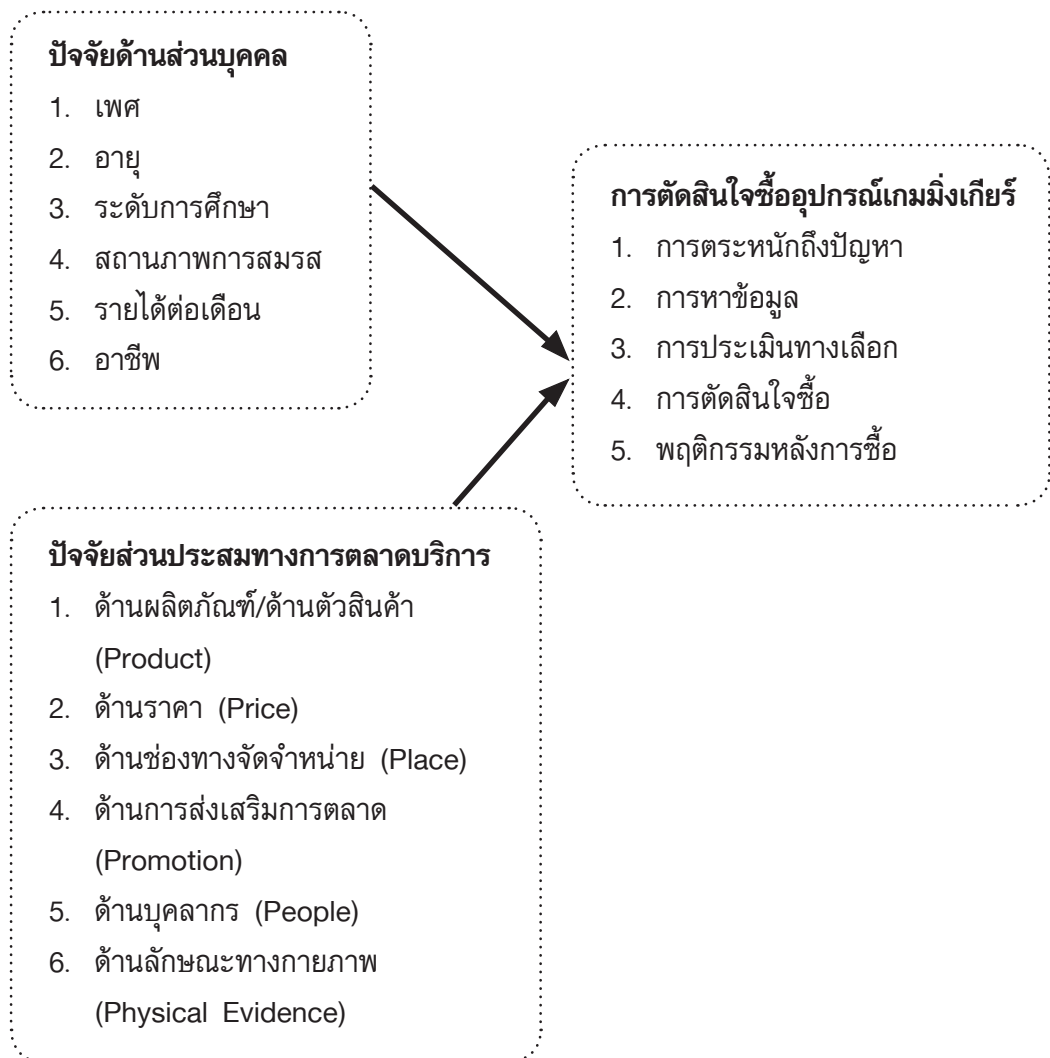
ชิม อนุวัชการ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ประตุน้ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ของลูกค้าร้านจำหน่ายอุปกรณ์ในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย สุ่มจากลูกค้าร้านจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติวิเคราะห์ประกอบด้วย independent t-test, one way ANOVA และการวิเคราะห์ multiple regression ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า มีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ธนพงศ์ ธนวุฒิสกุลชัย และพัชรทิพย์ จารุทวีผลบุญกุล (2563) ได้ศึกษาเรื่อง กลุ่มอ้างอิงและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิ่งเกียร์แบรนด์โลจitech ของลูกค้าชาวไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิ่งเกียร์แบรนด์โลจitech 2) เพื่อศึกษาปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิ่งเกียร์แบรนด์โลจitech 3) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิ่งเกียร์แบรนด์โลจitech การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, F-test และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากการพิจารณาพบว่าทุกปัจจัยของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิ่งเกียร์แบรนด์โลจitech เกมมิ่งของชาวไทยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการได้เพียง 6 ด้าน ในการเขียนกรอบแนวคิดงานวิจัย เนื่องจากธุรกิจสินค้าเกมมิ่งเกียร์เป็นสินค้าสำเร็จรูปลักษณะธุรกิจเป็นการจัดจำหน่าย จึงไม่มีขั้นตอนกระบวนการบริการการประกอบสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการลูกค้าจึงไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจซื้อ การบริการลูกค้าในธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์

เกมมิงเกียร์ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับเรื่องรูปลักษณ์ของสินค้า ด้านราคา เกี่ยวกับระดับราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เกี่ยวกับความหลากหลายของพื้นที่สาขา และความสะดวกสบาย ด้านการส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับการโฆษณาและการจัดโปรโมชั่น ส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร เกี่ยวกับความรู้ของพนักงานขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ เกี่ยวกับการจัดเรียงสินค้า พื้นที่รับรอง และสินค้าทดลองใช้งาน จึงนำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิด งานวิจัยได้ดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบด้วย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ ในกรุงเทพมหานครในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี เนื่องจากประชากรมีจำนวนมากและผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างจึงคำนวณโดยใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1997) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ยุทธ โกยวรรณ, 2561) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน จึงสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากจำนวน 385 คน เป็นการคำนวณโดยการปัดเศษจากจุดทศนิยมเป็นจำนวนเต็มตามสัดส่วน และมีการสำรองไว้เพื่อป้องกันการสูญหาย หรือไม่ได้รับการตอบกลับของแบบสอบถามประมาณ 15 คน รวมถึงเพิ่มขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน และการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sample) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota sampling) โดยกำหนดสัดส่วนจากร้านตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ในกรุงเทพมหานครที่มีสาขามากอยู่ใน 5 ลำดับแรก ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ร้านจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ ในกรุงเทพมหานคร

ชื่อร้าน	จำนวน (ร้าน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. เพาเวอร์บาย	85	44.27	177
2. คอมเซเว่น	55	28.65	115
3. เจ.ไอ.บี.คอมพิวเตอร์	26	13.54	54
4. ไอที ชิตี	17	8.85	35
5. สปีด คอมพิวเตอร์	9	4.69	19
รวม	192	100	400

ที่มา: บริษัท เอสเซนดีรีชอร์สเชส (2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จากการคำนวณสัดส่วนของร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ตามพื้นที่เป็นจำนวน 400 คน เป็นการคำนวณโดยการปิดเศษจากจุดทศนิยมให้เป็นจำนวนเต็มตามสัดส่วน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง (Online) ผ่านระบบ Google form เพื่อใช้สอบถามข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้ออุปกรณ์เกมมิงเกียร์ในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ให้เลือกตอบ (Multiple Choices) จำนวน 1 ข้อเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล มีจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 6 ด้าน มีจำนวน 31 ข้อ ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ มีจำนวน 5 ข้อ โดยใช้มาตรวัดแบบ Liker Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 หมายถึงมีระดับ ความคิดเห็นน้อยที่สุด (1.00-1.80) จนถึงระดับ 5 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด (4.21-5.00) ซึ่งแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนนำไปใช้ผู้วิจัยจึงทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ 2 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency : IOC) ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามทุกข้อ ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.91 ซึ่งเกินกว่า 0.50 จึงจะถือได้ว่าเป็นแบบสอบถามข้อนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (ประสพชัย พสุนนท์, 2558) ขั้นที่ 2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงมาแล้วไปใช้กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ในกรุงเทพมหานคร และนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) แบบสอบถามทั้งฉบับ พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.842 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูง ตามเกณฑ์ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2560) โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม 2565

3. การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ Independent Sample t-Test ส่วนการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3 กลุ่มตัวอย่างขึ้นไป ทดสอบสถิติแบบ F-test Independent Sample และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ค่า r) สุดท้าย ศึกษาความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

อุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครด้วยวิธีการวิเคราะห์ความ ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) (ยุทธ ไกยวรรณ, 2561) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 มีช่วงอายุ 30-35 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 สถานภาพโสดจำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครภาพรวมของการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.23, S.D. = 0.56) ด้านลักษณะทางกายภาพความ คิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.70) ด้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.59) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.73) ด้านบุคลากร มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.87) ด้านราคา มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.08, S.D. = 0.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้า ในกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ พบว่า มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.43, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าลูกค้าค้นหา ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์เกี่ยวกับอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ก่อนการตัดสินใจซื้อ มีความคิดเห็น ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.69) รองลงมา คือ ลูกค้าตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ จากคุณสมบัติของสินค้าที่ตรงตามความต้องการ มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.52, S.D. = 0.70) ลูกค้าเปรียบเทียบราคาและคุณสมบัติของสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ในแต่ละ สถานที่จัดจำหน่ายก่อนตัดสินใจซื้อ มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.78) ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในคุณภาพอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์หลังจากการใช้งาน มีความคิดเห็น ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.71) และน้อยที่สุด คือ ลูกค้าคิดว่าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ ส่งเสริมการเล่นเกมอย่างมืออาชีพ มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครพบว่าในภาพรวมเพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ภาพรวมไม่แตกต่างกัน ($t = 0.269$, $\text{Sig.} = 0.519$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

สมมติฐาน	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิง	t/F	Sig.
สมมติฐาน 1.1	เพศ	0.269	0.519
สมมติฐาน 1.2	อายุ	0.824	0.552
สมมติฐาน 1.3	สถานภาพ	0.263	0.769
สมมติฐาน 1.4	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.619	0.154
สมมติฐาน 1.5	ระดับการศึกษา	2.310	0.076
สมมติฐาน 1.6	อาชีพ	0.823	0.511

หมายเหตุ. * มีนัยสำคัญที่ระดับทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของ เพียร์สัน เป็นการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ต่างๆขอโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ระหว่าง 0.447 ถึง 0.729 แสดงให้เห็นว่าลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษาเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 0.80 และไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่สูงเกิน (Multicollinearity) จึงนำไปทดสอบเพื่อหาสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) (ยุทธิ โกยวรรณ, 2561) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

ส่วนประสม ทางการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)					
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทาง จัดจำหน่าย	ส่งเสริม การตลาด	บุคลากร	ลักษณะ กายภาพ
ด้านผลิตภัณฑ์	1					
ด้านราคา	0.628**	1				
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	0.620**	0.565**	1			
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.545**	0.565**	0.567**	1		
ด้านบุคลากร	0.527**	0.517**	0.447**	0.513**	1	
ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	0.604**	0.579**	0.598**	0.628**	0.729**	1

หมายเหตุ. : * $r < 0.05$, ** $r < 0.01$

โดยงานวิจัยฉบับนี้ใช้การวิเคราะห์จากค่า Tolerance และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรต้น โดยกำหนดไว้ว่าค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องมีค่าที่ไม่เข้าใกล้เกิน 10 (ธวัชชัย วรพงศธร, 2561) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าตั้งแต่ 0.334-0.511 มากกว่า 0.10 และค่า VIF ของตัวแปรต้นมีค่าตั้งแต่ 1.955-2.998 ซึ่งมีค่าไม่เข้าใกล้ 10 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Sig. = 0.000) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig. = 0.000) ด้านส่งเสริมการตลาด (Sig. = 0.005) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Sig. = 0.008) โดยในขณะที่ด้านราคา ด้านบุคลากร นั้นไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.313$) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าถ้าปัจจัยผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อ

เพิ่มขึ้น 0.313 หน่วย รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.203$) แสดงให้เห็นว่าถ้าปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อ เพิ่มขึ้น 0.203 ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\beta = 0.172$) แสดงให้เห็นว่าถ้าปัจจัยลักษณะทางกายภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อ เพิ่มขึ้น 0.172 และด้านส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.147$) แสดงให้เห็นว่าถ้าปัจจัยส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อ เพิ่มขึ้น 0.147 ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

ส่วนประสม การตลาด บริการ	การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร						
	S.E.	B	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.171	1.459	8.529	0.000**			
ด้านผลิตภัณฑ์	0.054	0.303	0.313	5.643	0.000**	0.461	2.170
ด้านราคา	0.045	0.002	0.002	0.041	0.967	0.495	2.019
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.049	0.186	0.203	3.791	0.000**	0.494	2.023
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.041	0.115	0.147	2.792	0.005**	0.511	1.955
ด้านบุคลากร	0.037	0.039	0.059	1.046	0.296	0.446	2.241
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.053	0.140	0.172	2.646	0.008**	0.334	2.998

$R^2 = 0.435$, $F = 52.177$, $*p < 0.05$, $**p < 0.01$

จากตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ($R^2 = 0.435$) แสดงให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด สามารถพยากรณ์ความผันแปรของผลการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 43.50 ที่เหลือ อีกร้อยละ 56.50 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันการใช้ อุปกรณ์เกมมิงเกียร์สำหรับการเล่นเกมมีความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะในปัจจุบันเกมถือว่าเป็นหนึ่งในประเภทกีฬา โดยเฉพาะสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ในตอนนี้ยังมีแบรนด์สินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก มีทั้งคุณภาพสูงและต่ำ มีทุกช่วงระดับของราคาสามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพงศ์ ธนวุฒิสกุลชัย และพัชรทิพย์ จารุทวีผลบุญกุล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องกลุ่มอ้างอิงและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิงเกียร์แบรนด์โลจิกเทค เกมมิงของลูกค้ายชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ทุกปัจจัย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิงเกียร์แบรนด์โลจิกเทค เกมมิงของลูกค้ายชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ วชิรวัชร งามละม่อม (2558) อธิบายว่า เป้าหมายของปัจจัยส่วนบุคคล คือ ศาสตร์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับขนาดองค์ประกอบและการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคล ถือเป็นความหลากหลายและความแตกต่างเกี่ยวกับบุคคลเช่น เพศ อายุ สถานภาพ ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งจะแสดงถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและความหลากหลายของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งพฤติกรรมที่แตกต่างกันก็จะแสดงถึงการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ลูกค้ายจะตัดสินใจซื้อจากลักษณะรูปลักษณ์ของสินค้าเพราะการออกแบบรูปทรงง่ายต่อการใช้งาน จับถนัดมือ มีคุณสมบัติของสินค้าตอบโจทยความต้องการ ส่งผลดีต่อการเล่นเกมและสำหรับการแข่งขันในประเภทกีฬาเกมอีสปอร์ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิม อนุวัชการ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ประตูนํ้า ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ของลูกค้าร้านจำหน่ายอุปกรณ์ในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ซึ่งประกอบด้วยสินค้ามีคุณภาพดี มีความทนทาน มีระดับการทำงานและมีระยะเวลาประกันที่เหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันมีทางเลือกในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายค่อนข้างมาก เช่น ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล หรือ ดิกไอที ซึ่งลูกค้ายจะตัดสินใจเลือกซื้อจากร้านค้าที่สามารถเดินทางสะดวกที่สุด

เพราะมีหลากหลายสาขา ง่ายต่อการซื้อ มีความสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีสินค้าให้เลือกหลากหลายพร้อมสามารถส่งจอสินค้าใหม่ที่มีจำนวนจำกัด และสามารถเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรกร จันทราภรณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ Gaming gear ผลการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ Gaming gear ซึ่งร้านค้าที่มีความสะดวกในการเดินทาง มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย มีสินค้าให้ทดลองใช้งานในร้าน จะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่าย

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้ง่ายขึ้น โดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เช่น การโฆษณาโดยการรีวิวสินค้า และยังมีการส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรโมชั่น เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจและดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรกร จันทราภรณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ Gaming gear ผลการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ Gaming gear ซึ่งการโฆษณาช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ตราสินค้าและการส่งเสริมการขายช่วยกระตุ้นให้มีความต้องการสินค้ามากขึ้น เช่น การลดราคาสินค้า เป็นต้น

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิ่งเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันการแข่งขันระหว่างร้านค้าเกมมิ่งเกียร์ค่อนข้างสูง เพราะจำนวนร้านค้าเพิ่มสูงขึ้นทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกใช้บริการอย่างหลากหลาย การจัดเรียงสินค้าแยกประเภทไว้อย่างเป็นระเบียบ มีพื้นที่สำหรับการนั่งรอภายในร้าน มีสินค้าให้ทดลองใช้งาน และมีการตกแต่งร้านที่ทันสมัย สะอาด จะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจลูกค้าและการตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิม อนุวัชการ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ของลูกค้าร้านจำหน่ายอุปกรณ์ในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการวิจัย ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีอยู่หนึ่งปัจจัยที่มีค่าใกล้เคียงที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ด้านการศึกษา ควรทำกลยุทธ์เกี่ยวกับด้านการศึกษา เช่น การออกงาน Roadshow ตามสถานศึกษาต่าง ๆ เกี่ยวกับการสาธิตทดลองการใช้งานสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ การเป็นสปอนเซอร์กิจกรรมงานโรงเรียน การให้สิทธิประโยชน์พิเศษแก่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา เช่น ราคา เป็นต้น

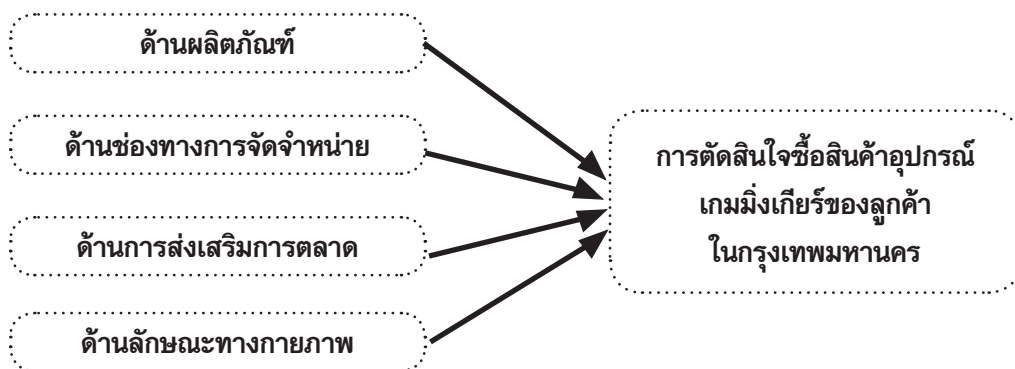
2. งานวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2565 ข้อมูลที่ได้จึงอาจมีข้อจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีโอกาสออกมาใช้บริการที่หน้าร้านเท่านั้น

3. จากผลการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนั้นกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรก เช่น การออกแบบรูปทรงสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ มีความหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การขยายสาขาหน้าร้านจัดจำหน่าย และช่องทางการขายออนไลน์ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านฟรีเซ็นเตอร์ผ่านทางช่องออนไลน์ การจัดรายการส่งการขาย ลดราคาสินค้ารายชิ้น จับคู่ หรือแถมของฟรีเมี่ยมเฉพาะช่วงเวลา เช่น การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมแต่ละช่วงเทศกาล เช่น Summer, Winter หรือ Rainy เป็นต้น เพื่อจะทำให้กระตุ้นลูกค้าซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง และกลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น การตกแต่งหน้าร้านให้ทันสมัย เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกในรูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย เช่น ปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้า หรือการทำเจาะจงแบรนด์ เป็นต้น

2. จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยสามารถพัฒนาเป็นโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นโมเดลในการพัฒนางานวิจัยในครั้งต่อไป



ภาพที่ 2 โมเดลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เกมมิงเกียร์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร
โดย ผู้วิจัย

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- чим อนวัชการ, และบรรดิษฐ์ พระประทานพร. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่าประตูน้ำ. ใน *การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14 "Global goals, local actions: Looking back and moving forward 2021"*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ณัฐพล ม่วงท่า. (2564). *สรุป Digital stat Thai 2021* จากรายงาน we are social ตอนที่ 1. สืบค้น 25 เมษายน 2564, จาก <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/digital-stat-thai-2021-from-we-are-social-report/>
- ดิษยุตม์ ธนบุญชัย. (2560, 19 ตุลาคม). กกท. อนุมัติ E-Sports เป็นกีฬาทางการแล้ว! นายกษมาคมเตรียมแคมป์ทีมชาติไประดับโลก ระดม 300 ล้านบาท. *เดอะสแตนดาร์ด*. สืบค้น 10 พฤษภาคม 2564, จาก <https://thestandard.co/sat-support-esports>
- ทำความเข้าใจ เกมมิงเกียร์ โลกของชาวเกมเมอร์กับพีเป้-พีแวน-มิกกี้. (2559, 15 เมษายน). *PPTV Online*. สืบค้น 5 เมษายน 2564, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B9%84%E0%B8%A5%E0%B8%9F%E0%B9%8C%E0%B8%AA%E0%B9%84%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B9%8C/25689>
- ธนพงศ์ ธนวุฒิสกุลชัย, และพัชรทิพย์ จารุทวีผลบุญกุล. (2563). กลุ่มอ้างอิงและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิงเกียร์แบรนด์โลกิเทคเกมมิงของลูกค้าชาวไทย. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ธวัชชัย วรพงศธร, และสุริย์พันธุ์ วรพงศธร. (2561). การคำนวณขนาดตัวอย่างสำหรับงานวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power. *วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*, 41(2), 11-26. สืบค้นจาก http://advisor.anamai.moph.go.th/download/Journal__health/2561/HEALTH41__2/HEALTH__Vol41No2.pdf
- บริษัท เอสเซนส์รีเซอร์สเซส. (2564). ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย elgato, CORSAIR. สืบค้น 20 มกราคม 2564, จาก <https://www.ascenti.co.th/where-to-buy-corsair-elgato/>
- ประกาศคณะกรรมการกีฬาอาชีพ เรื่องกำหนดชนิดหรือประเภทกีฬาที่เป็นกีฬาอาชีพ (ฉบับที่ 2). (2564, 20 กันยายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 138 ตอนพิเศษ 224 ง. หน้า 52.

- ประสพชัย พสุนนท์. (2558) ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18(1), 375-396. สืบค้นจาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOS/article/view/7044/6558>
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2561). *หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลลิตา สันติวรวัจน์. (2564). *สถิติการใช้งานดิจิทัล (Digital) ของประเทศไทย ปี 2021*. สืบค้น 15 มีนาคม 2564, จาก <https://ajlallita.com/thailanddigital2021/>
- วรกร จันทราภรณ์. (2558). *ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ Gaming gear* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, และ อรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่: Marketing management*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- PeerPower Team. (2563, 19 มิถุนายน). *อุตสาหกรรมเกมไทย 2020*. สืบค้น 25 เมษายน 2564, จาก <https://www.peerpower.co.th/blog/smes/thai-game-industry/@Save>
- สาย Pay. (2560, 14 สิงหาคม). *เกมมิ่งเกียร์ อุปกรณ์ในการเล่นเกมที่ควรรู้จัก*. สืบค้น 11 มิถุนายน 2564, จาก <https://www.peerpower.co.th/blog/investor/thai-game-industry/>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). London: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- MarketWatch. (2021). *PC gaming peripheral market 2021: Global industry analysis by top countries data, Types and application, Top key players, regions and forecast by 2024*. Retrieved May 25 2021, from <https://www.marketwatch.com/press-release/pc-gaming-peripheral-market-2021-global-industry-analysis-by-top-countries-data-types-and-application-top-key-players-regions-and-forecast-by-2024-2021-03-01>

**ผลกระทบของการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกล
ที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี
รับอนุญาตแห่งประเทศไทยในสถานการณ์แพร่ระบาดของ
เชื้อไวรัสโคโรนา 2019**

**EFFECTS OF REMOTE AUDITING USAGE ON
THE AUDIT EFFECTIVENESS OF THE CERTIFIED
PUBLIC ACCOUNTANT OF THAILAND IN THE
EPIDEMIC CORONA VIRUS 2019 SITUATIONS**

Received: 28 June, 2022

Revised: 15 September, 2022

Accepted: 20 September, 2022

อัญชนา เหมวงศ์กุล*

Anchana Hemwongkul*

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 1

* Lecturer, in Accounting, Northern Institute of Vocational Education 1

* Email: anchana1420@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลที่มีต่อประสิทธิผล การปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามส่งผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้รับข้อมูลจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย จำนวน 125 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของครอนบรากเท่ากับ 0.906 สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าการวางแผนการตรวจสอบระยะไกล การปฏิบัติงานตรวจสอบระยะไกล และการสรุปผลการตรวจสอบระยะไกลมีผลกระทบทางบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

คำสำคัญ: ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี การวางแผนการตรวจสอบระยะไกล การปฏิบัติงานตรวจสอบระยะไกล การสรุปผลการตรวจสอบระยะไกล

Abstract

The purpose of this research was to test the impact of remote monitoring method on the effectiveness of performance of the Certified Public Accountants of Thailand in the 2019 Coronavirus Outbreak. Data were collected using questionnaires sent via electronic mail system. Data from 125 certified public accountants in Thailand were received. The instrument used was a 5-level estimation scale questionnaire with Cronbrac's confidence value of 0.906. The statistics used in the research were number, percentage, mean, standard deviation and Multiple Regression Analysis. The results showed that remote auditing planning, remote auditing operations and remote auditing conclusion had positive impact on the performance of the Certified Public Accountants of Thailand in the situation of the COVID-19 pandemic.

Keywords: Certified Public Accountant, The effectiveness of the Auditor's Performance, Effect of Remote Auditing Method

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “โควิด19”) ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อระบบเศรษฐกิจและสร้างแรงกดดันต่อการประกอบกิจการขององค์กรภาคธุรกิจรวมถึงภาครัฐอย่างต่อเนื่อง การปรับตัวของประชาชนและธุรกิจต่าง ๆ ด้วยมาตรการด้านสาธารณสุขที่เป็นเครื่องมือในการยับยั้งและป้องกันตนเองคือการรักษาระยะห่าง (Social Distance) และการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) ถือเป็นความปกติใหม่ (New Normal) ของประชาชนทั่วไปที่ทำให้การดำรงชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ มีการปรับตัวและเตรียมพร้อมกับสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนสูงในทุกสาขาอาชีพ วิชาชีพบัญชีได้รับผลกระทบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานบัญชีทั้งการเตรียมข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูลในลักษณะที่ต้องมีการพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อทบทวนการนำเสนอข้อมูลและการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินบัญชีที่เหมาะสมอย่างเพียงพอเกี่ยวกับการวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจ จากภาวะการแพร่ระบาดของโควิด 19 รวมไปถึงผลกระทบต่อการประเมินความสามารถในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของกิจการ (นรินทิพย์ ฉลาดพจนพร, 2564) ในด้านการสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีควรต้องพิจารณาแนวทางและวิธีการตรวจสอบในกรณีที่ไม่สามารถออกไปปฏิบัติงานตรวจสอบ ณ สถานประกอบการ (Onsite) โดยใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตรวจสอบบัญชีระยะไกล (Remote Audit) ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน คาดว่า ในอนาคตหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 การตรวจสอบแบบระยะไกลมีแนวโน้มจะพัฒนาต่อยอดต่อไป จึงนำไปสู่ความเป็นปกติใหม่ (New Normal) ทางด้านการสอบบัญชี ที่น่าสนใจศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลจากการตรวจสอบแนวใหม่อันนำไปสู่คุณภาพการสอบบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้าง

การตรวจสอบระยะไกลถือเป็นแนวทางในการสอบบัญชีที่นำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมือในการรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชีเพื่อประเมินความถูกต้องตามควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน โดยที่ผู้สอบบัญชีอาจไม่ต้องเข้าไปตรวจสอบ ณ สถานประกอบการของลูกค้าหรือเข้าไปปฏิบัติงานตรวจสอบ ณ สถานประกอบการของลูกค้าด้วยจำนวนครั้งที่น้อยที่สุด ซึ่งกระบวนการสอบบัญชีตามแนวทางการตรวจสอบระยะไกลเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนการตรวจสอบ (Audit Planning) การปฏิบัติงานตรวจสอบ (Conducting Audit) และ การรายงานผลตรวจสอบ (Reporting Audit) โดยสามารถตรวจสอบผ่านทางเทคโนโลยีที่หลากหลาย ได้แก่ โปรแกรม Online เทคโนโลยี Live Streaming และเทคโนโลยีบนโทรศัพท์มือถือ เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ที่สามารถใช้งานวีดีโอได้ เช่น Zoom, WebEX, MS Teams E-mail หรือ VR (Virtual Reality) โดยทุกขั้นตอนของการตรวจสอบระยะไกล สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยตั้งแต่การวางแผนการตรวจสอบสามารถสื่อสารผ่านทาง Teleconference หรือการสื่อสารผ่านทาง หรือโปรแกรม Zoom Meeting ในการปฏิบัติงานตรวจสอบ ผู้สอบบัญชีสามารถตรวจสอบเอกสารหลักฐานผ่านทางอีเมล การสังเกตการณ์การตรวจนับสินค้า โดยใช้วิธีการทำการตรวจนับเสมือนจริง (Virtual Count) การประชุมกับลูกค้า หรือการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง

ผ่าน Video Conference รวมถึงการรายงานผลการตรวจสอบ ผู้สอบบัญชีสามารถสรุปผลการตรวจสอบ แจ้งผลการตรวจสอบ ข้อสังเกต ข้อตรวจพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ผ่าน Teleconference (สนธิสัญญา ปานสมุทร และวชิระ บุญยเนตร, 2564) ดังนั้นการตรวจสอบระยะไกล กำลังกลายเป็นความปกติใหม่ในวิชาชีพการสอบบัญชี อย่างไรก็ตามสิ่งที่ผู้สอบบัญชีควรคำนึงคือ โอกาสที่จะถูกคุกคามจาก Cyber หรือการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลจากการรับส่งข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต อาจมีความเสี่ยงจากการถูกขโมยข้อมูล หรือข้อมูลของลูกค้าถูกเผยแพร่หรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับอนุญาตจากลูกค้า จึงเป็นความเสี่ยงของผู้สอบบัญชี ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในวิชาชีพสอบบัญชี นอกจากนี้ในการตรวจสอบระยะไกลผู้สอบบัญชีต้องสามารถมั่นใจได้ว่า การเข้าถึงแหล่งข้อมูลเอกสารหลักฐานต่าง ๆ โดยไม่ต้องเข้าไปตรวจสอบ ณ สถานที่ประกอบ การ ข้อมูลและเอกสารหลักฐานประกอบงบการเงินที่อยู่ในรูปของอิเล็กทรอนิกส์ หรือสามารถแปลงเอกสารในรูปของกระดาษให้อยู่ในรูปแฟ้มข้อมูล เป็นไปอย่างครบถ้วนและถูกต้อง (อรอนงค์ อินจู, 2563) เพื่อนำไปวางแผนการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานตรวจสอบ และการรายงานผลการตรวจสอบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชี

การใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตรวจสอบบัญชีระยะไกลเพื่อรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ดังกล่าวข้างต้น เป็นเหตุที่น่าสนใจศึกษาว่าประสิทธิผลของการปฏิบัติงานตรวจสอบจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสอบบัญชีหรือไม่ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกล (Remote Audit) ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด 19 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเพื่อนำมาเป็นแนวทางปรับปรุงการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีในความปกติใหม่ของวิชาชีพการสอบบัญชี อันนำไปสู่การแสดงความเห็นอย่างเหมาะสมต่องบการเงินของกิจการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบผลกระทบของการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยในสถานการณ์โรคระบาดของเชื้อไวรัสโควิด19

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบระยะไกลและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี เพื่อใช้อธิบายและพยากรณ์ปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบระยะไกลและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี รวมทั้งใช้ในการกำหนดกรอบแนวความคิดการวิจัย ซึ่งมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. การตรวจสอบระยะไกล (Remote Audit)

การตรวจสอบระยะไกล หมายถึง วิธีการตรวจสอบโดยที่ไม่ได้เข้าไปตรวจสอบ ณ สถานที่ประกอบการของลูกค้า แต่สามารถเก็บรวบรวมหลักฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอและเหมาะสมต่อการแสดงความเห็นต่อข้อมูลในงบการเงิน หากเอกสารหลักฐานประกอบงบการเงินของกิจการ

อยู่ในรูปของอิเล็กทรอนิกส์ หรือสามารถสื่อสารและแปลงเอกสารในรูปของกระดาษให้อยู่ในรูปแบบแฟ้มข้อมูลและส่งให้ผู้ปฏิบัติงานตรวจสอบ หรือผู้สอบบัญชีสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล และหลักฐานต่าง ๆ เป็นไปอย่างครบถ้วนและถูกต้อง และต้องใช้ Data-Analytic เข้ามาเพื่อวิเคราะห์หรือระบุสัญญาณหรือข้อบ่งชี้ของสิ่งผิดปกติ และนำไปวางแผนและดำเนินการตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Curtis, 2019) โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตรวจหลักฐาน การตรวจสอบระยะไกลเปรียบเสมือนการลงพื้นที่จริงแต่ผู้สอบบัญชีตรวจสอบผ่านทางเทคโนโลยีที่หลากหลายสามารถนำมาใช้เพื่อทำการสังเกตการณ์ปฏิบัติงาน การสังเกตการณ์ตรวจนับสินค้า การประชุมกับกิจการ หรือการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง (พิสมัย อรรถธรรมสุนทร, 2564) อย่างไรก็ตาม ผู้สอบบัญชีควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตรวจสอบระยะไกลในเรื่องเอกสารหลักฐานมีความถูกต้อง ครบถ้วน เกี่ยวข้องและน่าเชื่อถือตามมาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 500 เรื่องหลักฐานการสอบบัญชี มีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการทำการตรวจสอบระยะไกลและความพร้อมของอุปกรณ์และเครือข่ายในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การรับส่งข้อมูล และให้ความสำคัญในการตรวจสอบเนื้อหาสาระมากกว่าการประเมินความเสี่ยงสืบเนื่องและความเสี่ยงจากการควบคุม (สนธิรัตน์ ปานสมุทร และวชิระ บุญเนตร, 2564) แต่การตรวจสอบระยะไกลไม่สามารถทดแทนวิธีการตรวจสอบแบบเดิมได้ เช่น การตรวจนับเงินสด และการเข้าสังเกตการณ์ตรวจนับสินค้า เป็นต้น (อรอนงค์ อินจู, 2563) ดังนั้น การตรวจสอบระยะไกล จึงต้องหาแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ดึงเอาบุคลากรทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้สามารถสื่อสารกับหน่วยรับตรวจมากขึ้น และเพื่อกรณีที่หน่วยรับตรวจไม่พร้อมที่จะรับการตรวจทำให้ต้องยืดหยุ่นตารางงานโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2563) ซึ่งเป็นไปตามหลักการพื้นฐานในการตรวจสอบ ประกอบด้วย การวางแผนงานสอบบัญชี การปฏิบัติงานสอบบัญชี และการสรุปผลงานสอบบัญชี ดังนี้

1. การวางแผนการตรวจสอบบัญชีระยะไกล (Remote Audit Plan: APL) เป็นการวางแผนโดยเริ่มตั้งแต่การประเมินความพร้อมการจัดทำบัญชี โดยใช้ซอฟต์แวร์ทางการบัญชีของกิจการลูกค้าร่วมกับการใช้ซอฟต์แวร์ที่ช่วยในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีเพื่ออำนวยความสะดวกในการตรวจสอบข้อมูลรวมไปถึงการประเมินความพร้อมทางเทคโนโลยีและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อการประเมินความเสี่ยงในการสอบบัญชี การจัดทำแผนการสอบบัญชีโดยรวมและจัดทำแนวการสอบบัญชี

2. การดำเนินการตรวจสอบบัญชีระยะไกล (Conducting Remote Audit: CDA) คือการปฏิบัติงานตรวจสอบโดยสามารถดำเนินการได้ทั้งในการตรวจสอบบัญชีระหว่างปีและการตรวจสอบบัญชีประจำปี ผู้สอบบัญชีสามารถใช้ระบบกระดาษทำการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Working Paper: EWP) เพื่อนำเข้าข้อมูลและเอกสารหลักฐานการสอบบัญชีในรูปแบบแฟ้มข้อมูล และใช้เครื่องมือช่วยในการตรวจสอบ (Excel/ACL/CATs) แล้วบันทึกผลการตรวจสอบไว้ในระบบกระดาษทำการอิเล็กทรอนิกส์ ให้สอดคล้องกับแผนการสอบบัญชีโดยรวมและแนวการสอบบัญชีด้วย

3. การสรุปผลการตรวจสอบ (Audit Summarizing: REA) การสรุปผลการตรวจสอบในกระดาษาทำการของผู้สอบบัญชี เป็นการบันทึกสิ่งที่ตรวจพบ ข้อสังเกต และสรุปผลการตรวจสอบในแต่ละรายการบัญชีลูกค้า เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาสรุปผลการตรวจสอบในภาพรวม และแสดงความเห็นต่องบการเงินของกิจการ รวมทั้งจัดทำรายงานผลการตรวจสอบบัญชีเพื่อแจ้งข้อสังเกตและข้อเสนอแนะจากการตรวจสอบบัญชี ดังนั้น การบันทึกผลการตรวจสอบในกระดาษาทำการและการจัดทำรายงานผลการตรวจสอบบัญชีจึงต้องมีความถูกต้องและชัดเจน

นอกจากนี้ สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้เผยแพร่บทความของสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IFAC) โดยได้สรุปมุมมองในการปฏิบัติงานตรวจสอบในสถานการณ์โรคระบาด ประกอบด้วย การได้รับหลักฐานการสอบบัญชีโดยการเข้าถึงทางไกล การรวบรวมหลักฐานทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น หรือเอกสารในรูปแบบสแกน (Scanned Documentation) จากลูกค้า หรือผ่านหนังสือยืนยันยอดบุคคลที่สามทางอิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีที่จะปฏิบัติงานเหมือนการทดสอบการปฏิบัติ (Walkthrough) และทดสอบการควบคุมผ่านทางแบ่งปันหน้าจอสด (Live Screen shares) และวิดีโอสด (Live Video) การตรวจสอบสินค้าคงเหลือ ลูกค้าอาจไม่สามารถตรวจนับสินค้าคงเหลือ ณ วันสิ้นงวดได้ หรือผู้สอบบัญชีไม่สามารถเข้าร่วมสังเกตการณ์การตรวจนับสินค้าคงเหลือได้ ในบางสถานการณ์ ก่อนที่ผู้สอบบัญชีจะสรุปว่าการสังเกตการณ์ระยะไกลให้หลักฐานการสอบบัญชีที่เหมาะสมอย่างเพียงพอหรือไม่ อาจจะพิจารณาตัวอย่างปัจจัยต่าง ๆ รวมถึง ความเป็นไปได้ในการตั้งค่าแบบ Live Feed และการรับภาพของการดำเนินงานทั้งหมดมีประสิทธิภาพหรือไม่ เพื่อดูการตรวจนับ การมีบุคลากรที่มีความเป็นอิสระจากเจ้าหน้าที่ของกิจการที่รับผิดชอบสินค้าคงเหลือ ซึ่งสามารถใช้งานกล้องหรืออุปกรณ์บันทึกอื่น ๆ หรืออาจจำเป็นต้องมีหลักฐานอื่นเพิ่มเติมและพร้อมใช้ ตัวอย่างเช่น ผลลัพธ์การตรวจนับสินค้าคงเหลือในงวดก่อนที่บันทึกบัญชีแบบต่อเนื่อง (Perpetual) หรือแบบสิ้นงวด (Periodic) รวมถึงเอกสารหลักฐาน ความไม่แน่นอนที่มีนัยสำคัญ และการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริหารและผู้สอบบัญชีต้องใช้ดุลยพินิจที่ซับซ้อนมากขึ้น ผู้สอบบัญชีจำเป็นต้องพิจารณาความสมเหตุสมผลของการประเมินการดำเนินงานต่อเนื่องและการประมาณการทางบัญชีอื่น ๆ ของผู้บริหาร สิ่งที่สำคัญ คือ การใช้การสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพสำหรับการใช้ดุลยพินิจและข้อสมมติที่จัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร การจัดทำเอกสารหลักฐานอย่างทันทีที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน แต่หากสถานการณ์นั้นเปลี่ยนแปลงไปไม่จำเป็นต้องกลับไปพิจารณาและจัดทำใหม่

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานผู้สอบบัญชี

ประสิทธิภาพการสอบบัญชี (Audit Effectiveness) เป็นผลมาจากการปฏิบัติงานด้านการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีโดยครอบคลุมทั้งในด้านการเงิน การบัญชี การปฏิบัติการ และการบริหารงาน ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการสอบบัญชีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นการสอบบัญชี อันประกอบด้วยความถูกต้อง (Accuracy) ความ

เที่ยงธรรม (Objectiveness) ความสร้างสรรค์ (Creation) และความสมบูรณ์ (Completeness) (เขาวานาถ ฆานาหมัย, 2559, น. 16-17) โดยที่ผลงานของผู้สอบบัญชีเป็นที่เชื่อถือได้และเป็นการเพิ่มคุณภาพงานสอบบัญชีให้มีเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี (Audit Effectiveness: AEF) ในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย ความถูกต้อง (Accuracy) ความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ (Objectiveness) ความสร้างสรรค์ (Creation) และความสมบูรณ์ (Completion) (อุษณา ภัทรมนตรี, 2547, อ้างถึงใน กิตติคม จินเทริญ, 2560) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความถูกต้อง (Accuracy: ACR) หมายถึง การไม่เกิดข้อผิดพลาดหรือบิดเบือนไปจากความจริงที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ตรวจสอบได้รวบรวม ประเมินและสรุปผลอย่างระมัดระวังและแม่นยำ

2. ความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ (Objectiveness and Independent: VAL) หมายถึง การสื่อสารที่ถูกต้องตามควร ปราศจากอคติ ไม่ลำเอียง ไม่มีผลประโยชน์ส่วนตน หรือไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลใด ๆ ของผู้อื่น

3. ความสร้างสรรค์ (Creation: CRE) หมายถึง การสื่อสารที่ช่วยสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ปฏิบัติงานและ องค์กรเพื่อให้เกิดการปรับปรุงในสิ่งที่จำเป็น และเนื้อหาควรเป็นประโยชน์ให้บรรยากาศเชิงบวก

4. ความสมบูรณ์ (Completion: COM) หมายถึง การเสนอรายงานที่ครบถ้วนสมบูรณ์ คือ การไม่ขาดข้อมูล ที่สำคัญต่อผู้อ่านที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งควรประกอบด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนและข้อสังเกตที่สนับสนุนถึงข้อสรุป และมีข้อเสนอแนะที่ดีอย่างเพียงพอ

งานวิจัยในอดีตอธิบายเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกล ในสถานการณ์โรคระบาดซึ่งประกอบด้วย การวางแผนงานสอบบัญชี การปฏิบัติงานตรวจสอบ การสรุปผลการรายงานการสอบบัญชี ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีโดยรวม ประกอบด้วยด้านความถูกต้อง ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านความสร้างสรรค์ และด้านความสมบูรณ์ รวมถึงประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีเป็นตัวแปรควบคุมโดยกำหนดให้มากกว่า 10 ปีคือ ประสบการณ์มาก (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2563; สนิสนธิ์ ปานสมุทร และวชิระ บุญเนตร, 2564; อรอนงค์ อินจู, 2563) ดังนั้นสมมติฐานงานวิจัยจึงกำหนดดังนี้

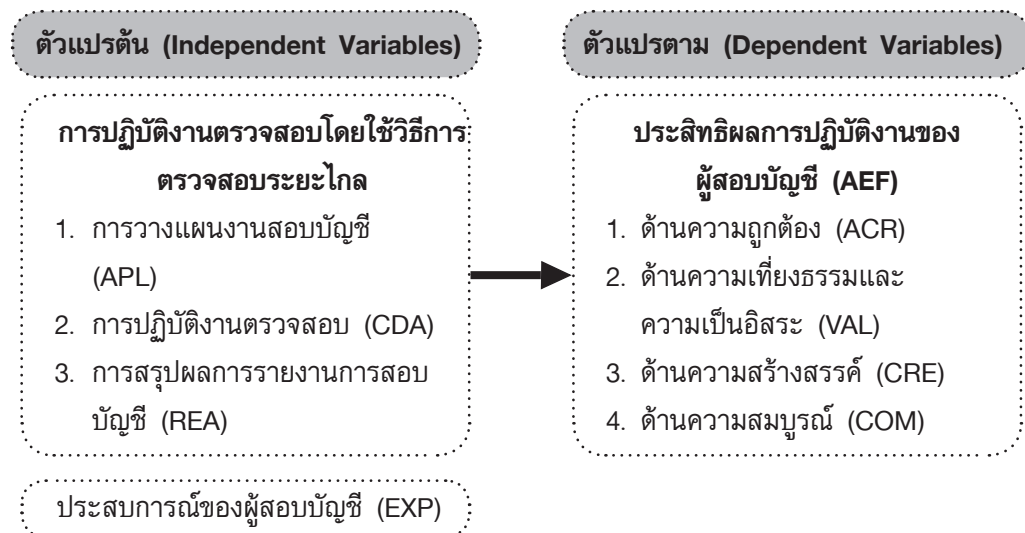
H1: การปฏิบัติงานตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลด้านการวางแผนงานสอบบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกกับต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี

H2: การปฏิบัติงานตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลด้านการปฏิบัติงานตรวจสอบมีผลกระทบเชิงบวกกับต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี

H3: การปฏิบัติงานตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลด้านการสรุปผลการรายงานการสอบบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกกับต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ได้เลือกแนวคิดทฤษฎีเพื่อใช้กำหนดตัวแปรในการศึกษา และกำหนดสมมติฐานจึงออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทยที่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อการติดต่อขอข้อมูลจากฐานข้อมูลของสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ รวมจำนวน 1,874 คน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2565) คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (1970) ได้ขนาดของตัวอย่าง 320 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยใช้วิธีการจับฉลาก และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวน 500 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนขนาดของตัวอย่างคือ 320 คน ได้รับแบบสอบถามที่เป็นฉบับที่ถูกต้องครบถ้วนทั้งหมดจำนวน 125 คน อัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 25 จึงถือว่ายอมรับได้ (Aaker, Kumar, & Day, 2001) รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 60 วัน ในช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน 2565

การพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

ศึกษาเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบระยะไกล และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำผลการศึกษาตามข้อแรกมาจัดทำโครงร่างแบบสอบถามโดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ สมมติฐานในการวิจัย เมื่อทำโครงร่างแล้วเสร็จได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านเพื่อพิจารณาความถูกต้องครบถ้วน เมื่อผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินครบแล้วจึงนำคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้สูตร IOC หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นไปใช้ในการเก็บข้อมูลโดยจัดทำแบบสอบถามบน Google Form และทำการส่งให้กับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ปรากฏชื่อบนฐานข้อมูลของสภาวิชาชีพบัญชี โดยการกระจายแบบสอบถามผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามตอบกลับมาจำนวน 125 คน

คุณภาพเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย 30 คน จากนั้นทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน การตรวจสอบหาความเชื่อมั่น โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) แบบสอบถามทุกชุด พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.906 ซึ่งมากกว่า 0.70 ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (ปราณี มีหาญพงษ์ และ กรรณิการ์ ฉัตรดอกไม้ไพร, 2561)

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทยซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ สำหรับตัวแปรควบคุมได้จัดประเภทเป็นตัวหุ่น (Dummy Variable) โดยแบ่งการมีประสบการณ์มากให้ค่าเท่ากับ 1 และการมีประสบการณ์น้อยให้ค่าเท่ากับ 0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์และประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 นำมาทดสอบ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 88 คน (ร้อยละ 70.40) อายุน้อยกว่า 31 ปี จำนวน 34 คน (ร้อยละ 27.20) ระดับการศึกษาสูงสุด จบปริญญาโท จำนวน 62 คน (ร้อยละ 49.60) ประสบการณ์ด้านการสอบบัญชีมากกว่า 10 ปี จำนวน 69 คน (ร้อยละ 55.20) ประเภทใบอนุญาตทางวิชาชีพ เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จำนวน 121 คน (ร้อยละ 96.80) รายได้รวมเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 1,000,000 จำนวน 46 คน (ร้อยละ 36.80)

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรในการศึกษา

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลในสถานการณ์โรคระบาด

ตัวแปรอิสระ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การวางแผนงานสอบบัญชี (APL)	4.25	0.51	มาก
การปฏิบัติงานตรวจสอบ (CDA)	4.06	0.55	มาก
การสรุปผลการรายงานการสอบบัญชี (REA)	4.27	0.43	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17	0.42	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าการปฏิบัติปฏิบัติงานตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลในสถานการณ์โรคระบาดมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17) และรายด้านโดยเรียงลำดับตัวแปรอิสระตามระดับของค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การสรุปผลการรายงานการสอบบัญชี ($\bar{X}$ = 4.27) รองลงมาคือ การวางแผนงานสอบบัญชี ($\bar{X}$ = 4.25) และการปฏิบัติงานตรวจสอบ ($\bar{X}$ = 4.06) ทั้งนี้ ตัวแปรควบคุมของงานวิจัยนี้ คือประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 0.75)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี

ตัวแปรตาม (AEF)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ประสิทธิผลด้านความถูกต้อง (ACR)	4.66	0.45	มากที่สุด
ประสิทธิผลด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ (VAL)	4.70	0.44	มากที่สุด
ประสิทธิผลด้านความสร้างสรรค์ (CRE)	4.63	0.47	มากที่สุด
ประสิทธิผลด้านความสมบูรณ์ (COM)	4.62	0.46	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.70	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.70) และรายด้านโดยเรียงลำดับตามระดับของค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประสิทธิผลด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ($\bar{X}$ = 4.70) รองลงมาคือ ประสิทธิผลด้านความถูกต้อง ($\bar{X}$ = 4.66) ประสิทธิผลด้านความสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ = 4.63) และประสิทธิผลด้านความสมบูรณ์ ($\bar{X}$ = 4.62)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ตัวแปร	AEF	APL	CDA	REA	EXP	VIF
$\bar{X}$	4.70	4.25	4.06	4.27	0.75	
S.D	0.44	0.51	0.55	0.43	0.44	
AEF	1	.551*	.614*	.336*	.107	
APL		1	.665*	.299*	-.164	1.736
CDA			1	.418*	-.216*	1.919
REA				1	-.158	2.080
EXP					1	1.052

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลและประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 พบว่า

ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกล มีค่าตั้งแต่ 1.052-2.080 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006, p. 585)

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลต่อประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ตัวแปร	AEF	Panel A	Panel B	Panel C
APL	0.15 (0.12)	0.34* (0.09)		
CDA	0.02 (0.11)		0.26* (0.08)	
REA	0.33* (0.14)			0.45* (0.14)
EXP	0.19* (0.10)	0.17 (0.10)	0.18 (0.10)	0.18 (0.09)
Adjusted R2	0.19	0.13	0.10	0.19

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Panel A, Panel B, และ Panel C คือประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี

จากตารางที่ 4 พบว่า การใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลมีผลกระทบต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีโดยรวม ได้แก่ การวางแผนการตรวจสอบ (APL) มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.34 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 1 ทั้งนี้เนื่องจากในกระบวนการตรวจสอบผู้สอบบัญชีต้องทำการวางแผนการสอบบัญชีโดยรวมโดยจากการพิจารณาความรู้ความสามารถของตนเองและการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของกิจการลูกค้า การทำความเข้าใจระบบควบคุมภายใน ความเสี่ยงในการสอบบัญชี และการประเมินศักยภาพการใช้ซอฟต์แวร์ทางการบัญชีของกิจการลูกค้า เพื่อพิจารณาซอฟต์แวร์การตรวจสอบของผู้สอบบัญชี ทั้งนี้เพื่อให้ได้แผนการสอบบัญชีโดยรวมและแนวการตรวจที่เชื่อมั่นได้ว่าจะสามารถรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชีได้เหมาะสมเพียงพอ สอดคล้องกับการศึกษาของ Crucean and Hategan (2021) และบทความของสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศเผยแพร่โดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ เกี่ยวกับการได้รับ

หลักฐานการสอบบัญชีโดยการเข้าถึงทางไกล การรวบรวมหลักฐานทางอิเล็กทรอนิกส์การใช้เทคโนโลยีที่จะปฏิบัติงานเหมือนการทดสอบการปฏิบัติงานและทดสอบการควบคุมผ่านทางแบ่งปันหน้าจอสด การปฏิบัติงานตรวจสอบ (CDA) มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.26 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 2 อันเนื่องจากการเทคโนโลยีพื้นฐานทั้งระบบเครือข่าย อุปกรณ์และซอฟต์แวร์ในปัจจุบันมีศักยภาพเพียงพอในการเพิ่มขีดความสามารถให้กับการปฏิบัติงานผ่านระบบออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ (พิสมัย อรรถธรรมสุนทร, 2564) ซึ่งอธิบายเกี่ยวกับความสามารถของผู้สอบบัญชีในการปฏิบัติงานระบบกระดานทำการอิเล็กทรอนิกส์และใช้เครื่องมือช่วยในการตรวจสอบสอดคล้องกับแผนการสอบบัญชีโดยรวมและแนวการสอบบัญชี การสรุปผลการตรวจสอบ (REA) มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.45 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 3 เป็นเช่นนั้นเพราะว่าการสรุปผลการตรวจสอบผู้สอบบัญชีเป็นการสรุปสิ่งที่ตรวจพบและข้อสังเกตเพื่อนำไปประกอบการพิจารณาผลการตรวจสอบในภาพรวมและแสดงความเห็นต่องบการเงินของกิจการ ซึ่งเมื่อผู้สอบบัญชีได้รับหลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมจากการปฏิบัติงานตรวจสอบตามแผนการสอบบัญชี การสรุปผลจึงมีความถูกต้องและชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ Curtis (2019) ที่กล่าวว่า การวางแผนและดำเนินการตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะนำไปสู่ผลการตรวจสอบที่ถูกต้องและชัดเจน และ ตัวแปรควบคุมคือประสบการณ์มีผลการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลมีผลกระทบต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีโดยรวม

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เก็บข้อมูลจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจำนวน 125 คน ผลการวิจัยพบว่า การวางแผนการตรวจสอบระยะไกล การปฏิบัติงานตรวจสอบโดยการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกล และการสรุปผลการตรวจสอบมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และตัวแปรควบคุมคือประสบการณ์มีผลการใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกลมีผลกระทบต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การวางแผนการตรวจสอบระยะไกล การปฏิบัติงานตรวจสอบระยะไกล และการสรุปผลการตรวจสอบระยะไกลมีผลกระทบทางบวกต่อประสิทธิผลการตรวจสอบบัญชีในสถานการณ์โควิด ดังนั้น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาวิชาชีพบัญชี ควรมีการให้ความรู้ หรือมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนเกี่ยวกับ การประยุกต์ใช้วิธีการตรวจสอบระยะไกล เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ อันจะเป็นผลดีต่อวิชาชีพต่อไป

1.2 จากผลการวิจัย พบว่า การตรวจสอบระยะไกลมีผลต่อการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี ดังนั้น ผู้สอบบัญชีควรพัฒนาตนเองในด้านการตรวจสอบระยะไกล ผ่านการฝึกอบรม เป็นต้น

1.3 ควรมีมาตรฐานหรือแนวทางที่ชัดเจน ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นว่าการนำ Remote Audit มาใช้จะตอบสนองต่อความเสี่ยงในการปฏิบัติงานสอบบัญชี

1.4 ควรมีหน่วยงานทำคู่มือแนวทางการตรวจสอบเผยแพร่ให้ผู้สอบเข้าใจการปฏิบัติเป็นไปแนวทางเดียวกัน

1.5 จากงานวิจัยครั้งนี้จะเห็นได้ว่าการนำ Remote Audit มาใช้ในการตรวจสอบบัญชีจะส่งผลต่อผู้สอบบัญชีในอนาคตอย่างแน่นอน แต่อาจจะตรวจสอบไม่ได้ทุกเรื่อง เนื่องจากการตรวจสอบบางอย่างก็ไม่สามารถใช้วิธีตรวจสอบแบบ Remote Audit ได้ทั้งหมด หากมีเหตุการณ์ไม่คาดฝันเกิดขึ้นในอนาคต ผู้สอบบัญชีต้องหาแนวทางในการปฏิบัติอื่น ๆ ปฏิบัติร่วมกับการตรวจสอบ Remote Audit

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลกระทบอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี เพื่อทำการเปรียบเทียบตัวแปรนั้นที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีได้อย่างเหมาะสม และให้ทราบถึงองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลต่อคุณภาพการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชี เพื่อการพัฒนาการตรวจสอบบัญชีที่มีคุณภาพต่อไป

2.2 ควรศึกษาในเรื่องอื่นที่นอกเหนือจากการตรวจสอบระยะไกลในสถานการณ์โควิด เช่น การประเมินความเสี่ยงในการปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด

2.3 จากการศึกษาการใช้ Remote Audit ในสถานการณ์โควิด ยังมีผู้สอบบัญชีจำนวนหนึ่งที่ไม่ได้ใช้ Remote Audit เนื่องจากเห็นว่าการตรวจสอบแบบ face to face ยังคงจำเป็น หากมีการใช้ Remote Audit ก็ยังคงต้องผสมผสานกับการตรวจสอบแบบ Traditional ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นนี้โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบหรือสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมตรวจสอบบัญชี. (2563). *เอกสารประกอบการบรรยาย การตรวจสอบบัญชีระยะไกล (Remote Audit)*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กิตติคม จินเจริญ. (2560). *อิทธิพลของความรู้ความสามารถ คุณลักษณะหลักฐานการสอบบัญชีที่ดี และความสามารถทางการบริหารงานที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชี ของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ)*. สืบค้นจาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/crrugds_ejournal/article/download/169039/121624/
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2564). Remote auditing ตามให้ทัน เตรียมให้พร้อมรับมือโควิด 19 ระลอก 2 สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.theiiat.or.th>
- จุฑาทิพ อัสสะบำรุงรัตน์. (2563). *ถึงเวลาที่เรานำ Remoting audit มาใช้กันหรือยัง?*. สืบค้น 8 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.tfac.or.th/upload/9414/u1H3XbDOW3.pdf>
- โชติมา กิจศิริกร. (2563). *ผลกระทบจากโควิด-19 ต่อการจัดทำงานการเงิน*. สืบค้น 28 พฤษภาคม 2565, จาก <https://daa.co.th/th/ข่าวสาร/ข่าวสารวิชาชีพ/item/309-ผลกระทบจากโควิด-19-ต่อการจัดทำงานการเงิน.html>
- นรินทิพย์ ฉลาดพจนพร. (2564). *วิชาชีพบัญชีในภาวะวิกฤตโรคระบาด: ผลกระทบและการปรับตัวในภาวะแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด 19)*. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ (มหาวิทยาลัยรามคำแหง)*, 4(3), 33-41. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ibas/article/download/252740/171047/931101>
- ปราณี มีหาญพงษ์, และ กรรณิการ์ ฉัตรดอกไม้ไพร. (2561). *การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยทางการแพทย์*. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 19(1), 23-44. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JFAC/article/view/249356/169494>.
- พิสมัย อรรถธรรมสุนทร. (2564). *การตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ระยะไกล (Remote audit)*. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2565, จาก https://research.cad.go.th/ewt_dl_link.php?nid=246&filename=index.
- เขาวานถ หมานหมุย. (2559). *ผลกระทบและจรรยาบรรณของผู้สอบบัญชีต่อประสิทธิภาพระบบ การควบคุมภายในและคุณภาพงานสอบบัญชีสหกรณ์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา)*. สืบค้นจาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/11505/1/418004.pdf>

- สถิสรณ์ ปานสมุทร. (2564). แนวทางการตรวจสอบความสามารถในการดำเนินงานต่อ
เนื่องในภาวะการแพร่ระบาดของโควิด 19. *วารสารสภามหาวิทยาลัย*, 3(8), 23-44.
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JFAC/article/view/249356/169494>
- สภามหาวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). การปฏิบัติงานตรวจสอบในสถานการณ์
โรคระบาด. สืบค้น 28 พฤษภาคม 2565. จาก [https://www.tfac.or.th/up-
load/9414/3xklNpPMjk.pdf](https://www.tfac.or.th/upload/9414/3xklNpPMjk.pdf)
- สุขุม รัตนเสรีเกียรติ. (2564). ข้อดี ข้อเสียสำหรับการตรวจแบบ Remote audit. สืบค้น 30
พฤษภาคม 2565, จาก [https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_top-
ic.php?bookID=5116&pageid=1&read=true&count=true](https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=5116&pageid=1&read=true&count=true)
- อรอนงค์ อินจู. (2563). การตรวจสอบบัญชีระบบทางไกล Remote audit กรณีศึกษาสหกรณ์
การเกษตรก้าวหน้าจำกัด. *วารสารตรวจบัญชีสหกรณ์*, 1(1), 96-105.
- BSI Group (Thailand). (2562). Remote Audit การตรวจประเมินระยะไกล เทคโนโลยีโลก
เสมือนจริง ความเชี่ยวชาญที่เชื่อถือได้. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2565, จาก [https://
www.bsigroup.com/th-TH/Our-services/Certification/remote-audit/](https://www.bsigroup.com/th-TH/Our-services/Certification/remote-audit/).
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York:
John Wiley and Sons.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W, (1988), Structural equation modeling in prac-
tice: A review and recommended two-step approach. *Psychological
Bulletin*. <https://doi.org/10.1037/0033-09.103.3.411>
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.).
New York: John Wiley & Sons.
- Brown, V. L. (2016). Audit quality indicators: Perceptions of junior-level auditors.
Managerial Auditing Journal, 31(8/9), 949-980.
- Crucean, A. C., & Hategan, C. D. (2021). Effects of the covid-19 pandemic
estimated in the financial statements and the auditor's report. *Audit
Financiar*, 1(1611), 105-118.
- Curtis, B. (2019). Voices why you and your audit team should consider a remote
audit next year. *Accounting Today*. Retrieved April 3, 2020, from [www.
accountingtoday.com](http://www.accountingtoday.com)
- Diamantopoulos, A., Siguaw, J., & Siguaw, J. A, (2000), Introducing LISREL: A
guide for the uninitiated. Introducing LISREL: A guide for the uninitiated.
Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2008.00284.x>

- Fornell, C., & Larcker, F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement errors. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Habib, L. J. A., Parker, S., & Peters, G. F. (2014). Earnings management, litigation risk, and asymmetric audit fee responses. *Auditing: A journal of Practice & theory*, 25(1), 85-98.
- Jabin, S. (2021). The impact of COVID-19 on the accounting profession in Bangladesh. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 12(7), 7-14.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Public Company Accounting Oversight Board. (2015). Concept release on audit quality indicators, PCAOB Release No. 2015-005. Washington, DC.: PCAOB. Retrieved from [http://pcaobus.org/Rules/Rulemaking/Docket %20041/Release__2015__005.pdf](http://pcaobus.org/Rules/Rulemaking/Docket%20041/Release__2015__005.pdf)

อิทธิพลของการติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย

THE INFLUENCES OF SOCIAL MEDIA ADDICTION ON MENTAL HEALTH STATUS AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN THAILAND

Received: 10 July, 2022

Revised: 30 August, 2022

Accepted: 14 September, 2022

ปริยานุช วุฒิ ชูประดิษฐ์*

Priyanut Wutti Chupradit*

สุภัทร ชูประดิษฐ์**

Supat Chupradit**

* อาจารย์ สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว ภาควิชาพื้นฐานและการพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

* Lecturer, Educational Psychology and Guidance, Department of Educational Foundations and Development, Faculty of Education, Chiang Mai University

* Email: priyanut.w@cmu.ac.th

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชากิจกรรมบำบัด คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**Assistant Professor, Department of Occupational Therapy, Faculty of Associated Medical Sciences, Chiang Mai University

** Email: supat.c@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของการติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยไทย จำนวน 555 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามภูมิภาค และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง แบบทดสอบการติดสื่อสังคมออนไลน์ แบบประเมินความรู้สึกว่าเหงา และแบบประเมินแบบประเมินภาวะซึมเศร้า วิดกกังวล และความเครียด (DASS-21) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติอ้างอิง ประกอบด้วย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการทดสอบการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ผลการศึกษาพบว่า 1) การติดสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำนายความรู้สึกว่าเหงา ($\beta=.251, R^2=4.2\%$) 2) การติดสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำนาย ภาวะซึมเศร้า ($\beta=.219, R^2=12.2\%$) 3) การติดสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำนายความวิตกกังวล ($\beta=.164, R^2=9.2\%$) และการติดสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำนายความเครียด ($\beta=.189, R^2=10.5\%$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

คำสำคัญ: การติดสื่อสังคมออนไลน์ ภาวะสุขภาพจิต นักศึกษามหาวิทยาลัย

Abstract

This research aimed to examine the influences of social media addiction on mental health of university students in Thailand. The samples included 555 undergraduate students in Thai universities, who were selected with stratified sampling method by regions, and the samples were purposively selected. A questionnaire was employed to collect data, containing 4 parts: demographic information of the samples, the test for social media addiction, UCLA loneliness scale, and DASS-21 (Depression Anxiety Stress Scales (DASS-21)). Statistics exercised for data analysis were descriptive statistics and inferential statistics including Pearson's Correlation Analysis, and simple linear regression analysis. The findings revealed that 1) social media addiction could be predicted for loneliness ($\beta=.251, R^2=4.2\%$) 2) Social media addiction could predict the depression ($\beta=.219, R^2=12.2\%$) and 3) social media addiction could be exercised to predict the anxiety ($\beta=.164, R^2=9.2\%$). Meanwhile, the social media addiction could be employed to predict the stress ($\beta=.189, R^2=10.5\%$) with statistical significance at .001 level.

Keywords: Social Media Addiction, Mental Health Status, University Students

บทนำ

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทำให้บุคคลมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น (Vannucci & Ohannessian, 2019) อีกทั้งยังช่วยให้ทราบข่าวสารต่าง ๆ สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ประสบการณ์และสิ่งที่สนใจร่วมกันได้ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้วัยรุ่นเกิดการเรียนรู้และมีความสามารถในการประกอบกิจกรรมมากยิ่งขึ้น (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011) สื่อสังคมออนไลน์ จึงถือเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์เสมือนที่โยงใยให้บุคคลที่มีเรื่องที่สนใจเหมือนกันมาพูดคุยกันสามารถเชื่อมโยงระหว่างบุคคลอีกบุคคลหนึ่งได้ เป็นการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจ กิจกรรมที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมลล์ วิดีโอ เพลง อัฟโหลดรูป บล็อก โดยแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมได้แก่ Facebook, Line, Twitter และ Instagram และยังสามารถเชื่อมโยงการสื่อสารภายในองค์กร และภายนอกองค์กรเข้าด้วยกัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ต้องประสบปัญหาการบิดเบือนข้อความและยังรวดเร็ว วิดีโอ เพลง อัฟโหลดรูปบล็อก โดยแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยม ได้แก่ Facebook, Line, Twitter และ Instagram จากการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2564 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ Electronic Transactions Development Agency (ETDA) (เอ็ตด้า) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2564) ได้เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามทางออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่าง 44,545 คน ช่วงเดือนเมษายน – มิถุนายน 2564 พบว่า สถานการณ์โควิด-19 ทำให้กลุ่ม Gen Z ที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี ซึ่งเป็นวัยนักศึกษาในปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด เฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที โดยอัตราส่วนหนึ่งในสามของเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด นักศึกษาได้ใช้เวลาในสื่อสังคมออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 3 ชั่วโมง 39 นาที อย่างไรก็ตามการใช้ สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลามากจนเกินไป ทำให้เกิดผลกระทบกับการงาน การเรียน และการขาดปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้างถือเป็นการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Addiction) ปัญหาการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นปัญหาร่วมสมัยในปัจจุบันที่ได้รับความสนใจอย่างมากในมุมมองของสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่น (มุทิตา พนาสทิธย์, 2563) แม้จะยังไม่ได้ระบุว่า เป็นโรค ตามการจำแนกโรคทางจิตเวชก็ตาม (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fifth Edition: DSM-V) (Association, 2013) แต่ผลกระทบทั้งในด้านจิตสังคมและสุขภาพจิตที่วัยรุ่นจะเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมจากสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งยังได้รับอิทธิพลทางด้านอารมณ์และความคิดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วย (Vannucci & Ohannessian, 2019) จนบางครั้งส่งผลต่อสุขภาพจิตของวัยรุ่นตามมา (Hou, Xiong, Jiang, Song, & Wang, 2019) ในด้านความสามารถทาง สังคมของวัยรุ่นจะมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมากเกินไปจนไม่มีเวลาทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวส่งผลทางลบต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว (Dworkin, Rudi, & Hessel, 2018) และในด้านความสามารถการเรียนรู้ที่วัยรุ่นมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากเกินไป

ไม่สามารถแบ่งเวลาได้อย่างเหมาะสมจนกระทบต่อการเรียนโดยเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีจุดประสงค์การใช้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียนมีความสัมพันธ์ในทางลบกับความสามารถในการเรียน (Paul, Baker, & Cochran, 2012) และการใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายบัญชีพร้อมกัน หรือใช้ควบคู่ไปกับการเรียนมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการเรียนที่ลดลงเช่นกัน (Lau, 2017) ซึ่งการติดสื่อสังคมออนไลน์ ยังเป็นพฤติกรรมเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความรู้สึกว่าเหว โรคซึมเศร้า โรคเครียด สมาธิสั้น และไบโพลาร์ได้เช่นกัน (โรงพยาบาลเพชรเวช, 2564)

ในประเทศไทย มีข้อมูลการสำรวจความชุกของโรคซึมเศร้า โดยในปี 2560 กลุ่มเยาวชนอายุ 20-24 ปี มีอัตราการฆ่าตัวตายที่ 4.94 ต่อประชากรแสนคน และในปี 2561 เพิ่มขึ้นเป็น 5.33 ต่อประชากรแสนคน (กรมสุขภาพจิต, 2562) สุขภาพจิต (Mental Health) เป็นภาวะจิตใจที่เป็นสุข สามารถปรับตัวแก้ปัญหา สร้างสรรค์ทำงานได้ มีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองและผู้อื่น มีความมั่นคงทางจิตใจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ อยู่ในสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ (รายงานการวิจัยการทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพจิต, 2545) นอกจากนั้น จากการรายงานของ กรมสุขภาพจิต (2564) ประเมินสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นไทยอายุต่ำกว่า 20 ปีกว่า 183,974 คน ผ่านแอปพลิเคชัน Mental Health Check-in ตั้งแต่ 1 มกราคม 2563 ถึง 30 กันยายน 2564 พบว่าวัยรุ่นมีความเครียดสูง ร้อยละ 28 เสี่ยงซึมเศร้า ร้อยละ 32 เสี่ยงฆ่าตัวตาย ร้อยละ 22 ซ้ำวัยรุ่นเครียดสูง เข้าสังคมลดลง ติดจอและเกมออนไลน์มากขึ้น ยังพบบางรายทะเลาะกันในครอบครัวนำไปสู่การฆ่าตัวตาย (มูลนิธิกวีพัฒนสารนิตยสารสุขไทย, 2564) โดยธรรมชาติบุคคลจะต้องปรับตัวได้ตามการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมแต่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีที่รวดเร็วและพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง วิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงก่อให้เกิดความเครียด ความวิตกกังวล ไปจนถึงภาวะซึมเศร้า จึงเป็นการยากสำหรับบุคคลที่จะปรับตัวไปกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าภาวะสุขภาพจิตของบุคคลนั้นกำลังได้รับความสนใจ เนื่องมาจากมีผู้ป่วยทางสุขภาพจิตเพิ่มขึ้นในทุกพื้นที่ และการใช้บริการสายด่วนสุขภาพจิตของกลุ่มวัยรุ่นที่เพิ่มมากขึ้นแสดงให้เห็นถึงการตระหนักรู้ของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่มีต่อสุขภาพจิตของตนเอง ปัญหาด้านความเครียดและความวิตกกังวลสามารถพบได้มากที่สุดในกลุ่มวัยรุ่น ประกอบกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่สูงขึ้น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาทางสุขภาพจิต โดยเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย ทั้งรัฐบาลและเอกชนมีจำนวน 1,627,661 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2563) อาจประสบปัญหาทางสุขภาพจิตจากผลกระทบของการติดสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการทดสอบอิทธิพลของการติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบอิทธิพลของการติดสื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้ ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า การติดสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับที่ไม่สามารถควบคุมการใช้งานได้ เกิดอารมณ์เปลี่ยนแปลง มีความคิดหมกมุ่นกับสื่อสังคมออนไลน์ ใช้งานเป็นระยะเวลานาน มีอาการหงุดหงิด ไม่พอใจเมื่อเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้ มีพฤติกรรมกลับมาใช้ซ้ำแม้จะเลิกไปสักพัก จนส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน (มุทิตา พนาสธิตย์, 2563; Liu & Ma, 2020) ซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานานและบ่อยครั้งทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผู้อื่นที่มากเกินไป คือ ทำให้เห็นโปรไฟล์ผู้อื่น จากนั้นมักจะมีการเปรียบเทียบระหว่างผู้อื่นและตนเอง ซึ่งมักจะมองตัวเองแย่กว่าผู้อื่น ผู้อื่นดูดีกว่า มีความสุขกว่าตนเอง ซึ่งทัศนคติการมองตัวเอง และความภาคภูมิใจในตนเองที่ต่ำนี้จะส่งผลต่อสุขภาพจิตของเด็กก่อให้เกิด ความเครียด, ภาวะซึมเศร้า (depression) และภาวะกังวล (anxiety) ตามมาได้ (Hou et al., 2019) นอกจากนี้การที่ได้รับข้อความในแง่ลบการกลั่นแกล้งทางอินเทอร์เน็ตนั้นยังเกิดขึ้นได้ง่ายและเป็นเรื่องปกติที่จะเกิดขึ้นได้หากใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่างขาดความยับยั้งชั่งใจ ซึ่งจะส่งผลก่อให้เกิด ภาวะซึมเศร้า, ภาวะกังวล, เกิดการแยกตัวอย่างรุนแรง (severe isolation) และอาจฆ่าตัวตายได้ (suicide) ได้ (Hinduja & Patchin, 2010) ซึ่งการติดสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหาทางสุขภาพจิต ดังต่อไปนี้

ความรู้สึกว่าเหงา คือความรู้สึกที่เกิดเป็นประสบการณ์เชิงนามธรรมที่ไม่พึงปรารถนา ซึ่งบุคคลสามารถรับรู้ได้ด้วยตนเอง อันเกิดจากการสูญเสียสัมพันธภาพที่มีความหมายหรือมีความสำคัญกับบุคคล เมื่อตระหนักได้ว่าสัมพันธภาพทางสังคมที่ตนมีไม่สอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวังของตนเอง เป็นความรู้สึกไม่สบายใจและเป็นสัญญาณเตือนของความเจ็บปวดที่สำคัญของความสัมพันธ์ทางสังคมในบุคคลขาดหายไป ก่อให้เกิดความรู้สึกท้อแท้ที่ไร้เหตุผลชัดเจน มีการแยกตัวออกจากบุคคลอื่นหรือหยุดทำกิจกรรมที่เคยมีความหมาย (วัลลภา โคสิดานนท์, 2542; ลลนา ปิยะอารีธรรม, 2552; Peplau & Perlman, 1982; Francis, 1981, as cited in Rodgers, 1989) จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าความรู้สึกว่าเหงา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น (Karakose, Yirci, Uygun, & Ozdemir, 2016; Wang, Frison, Eggermont, & Vandenbosch, 2018; Baltaci, 2019) และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการติดสื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกว่าเหงา (Youssef, Hallit, & Kheir, 2020)

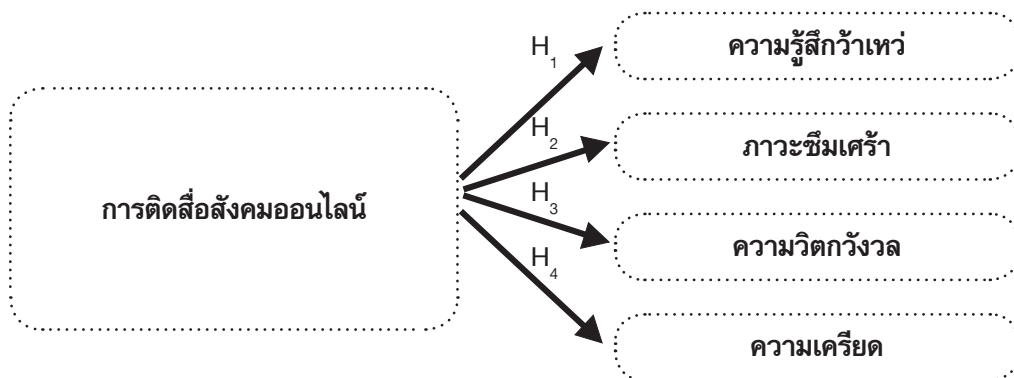
ความเครียด เป็นปฏิกิริยาตอบสนองของแต่ละบุคคลต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นภายในและสิ่งเร้าจากภายนอกที่มากระทบกับบุคคล ซึ่งสิ่งเร้านั้นเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความเครียดทำให้บุคคลอยู่ในสภาวะความกดดัน และแสดงออกเป็นปรากฏการณ์ของกลุ่มอาการเฉพาะ ซึ่งเกิดขึ้นจากปฏิกิริยาตอบสนองทั่วไปของร่างกายต่อสิ่งเร้าเหล่านั้น ผลของความเครียดจะมีผลในด้านดีหรือจะมีผลในด้านลบขึ้นอยู่กับวิธีการที่บุคคลตอบสนองหรือจัดการกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดนั้น ๆ (จำลอง ดิษยวณิช และพริ้มเพรา ดิษยวณิช, 2545; วิจิตรพาณี เจริญขวัญ, 2557; ชลลดา ทวีคุณ, 2556; Selye, 1978) ผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าการติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเครียด (Akin & Iskender, 2011; Hughes, 2022) และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความเครียด (ภคมณฑน์ สาสะตานนท์, 2562; บงกช นักเสียง และคณะ, 2563; Satici, KayiŞ, & Griffiths, 2021)

ความวิตกกังวล เป็นความรู้สึกกลัว ไม่มั่นคงปลอดภัยของสิ่งหรือเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นจากการทำนายล่วงหน้า จะผิดหวัง ล้มเหลว หรือเป็นอันตราย ความวิตกกังวลเกิดขึ้นได้จากประสบการณ์ที่ได้รับมาในอดีตและสภาพอารมณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นด้วย (ดิศรณ์ แก้วคล้าย, 2553; Spielberger, 1966) ซึ่งการติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความวิตกกังวลของนักศึกษา (Odaci & Kalkan, 2010; Akin & Iskender, 2011; Hughes, 2022) และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความวิตกกังวลเช่นกัน (Thorisdottir, Sigurvinsdottir, Asgeirsdottir, Allegrante, & Sigfusdottir, 2019; Woods & Scott, 2016; Satici et al., 2021)

ภาวะซึมเศร้า เป็นสภาวะทางจิตที่หม่นหมอง หดหู่ เศร้า หมดความสนใจหรือความสุข ท้อแท้ หดหู่ มองโลกในแง่ร้าย รู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำ ต่ำหนีดตัวเองนอนไม่หลับ รู้สึกเหนื่อยและสมาธิไม่ดีซึ่งความรู้สึกเหล่านี้คงอยู่เป็นระยะเวลานาน (สถาบันสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข, 2536; World Health Organization, 2012) จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะซึมเศร้า (Akin & Iskender, 2011; Culpepper, 2020; Haand & Shuwang, 2020; Hughes, 2022) และการติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อภาวะซึมเศร้าของวัยรุ่นเช่นกัน (Thorisdottir et al., 2019; Kelly, Zilanawala, Booker, & Sacker, 2019; Woods & Scott, 2016; Satici et al., 2021)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

อิทธิพลของการติดต่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

- H₁ : การติดต่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความรู้สึกว่าเหวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย
- H₂ : การติดต่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อภาวะซึมเศร้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย
- H₃ : การติดต่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความวิตกกังวลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย
- H₄ : การติดต่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความเครียดของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการทดสอบอิทธิพลของการติดต่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยไทย อายุระหว่าง 18-24 ปี โดยมหาวิทยาลัยกระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย

จำนวน 1,627,661 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2563) มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973) โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เสนอว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างในเก็บข้อมูลไว้ที่ 400 หน่วย ถือเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามจำนวนนักศึกษาทั้งหมด ปีการศึกษา 2563 ที่กระจายจำนวน 4 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ (ร้อยละ 13) ภาคกลาง (ร้อยละ 62) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 16) และภาคใต้ (ร้อยละ 9) ตลอดจนแบ่งตามกลุ่มสาขาวิชาที่นักศึกษาสังกัด คือ กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จากนั้นคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามคุณสมบัติที่กำหนด คือ 1) เป็นนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในประเทศไทย 2) กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ 3) มีอายุระหว่าง 18-24 ปี 4) สามารถอ่านภาษาไทย และตอบคำถามในแบบสอบถามได้ และ 5) ที่ยินดีเข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ โดยแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์จำนวน 560 ฉบับ ซึ่งได้รับแบบสอบถามที่มีข้อมูลสมบูรณ์กลับคืนมาจำนวน 555 ฉบับ ซึ่งการวิจัยนี้ได้รับใบรับรองจริยธรรมวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในคน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เลขที่ CMUREC 64/117

เครื่องมือการวิจัย เป็นแบบสอบถามและแบบประเมินออนไลน์ (Online) ผ่าน Google Forms จำนวน 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ กลุ่มสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ ชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์ ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวัน ช่วงเวลาการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ อุปกรณ์ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นแบบทดสอบการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Addiction Screening Scale (S-MASS) ซึ่งพัฒนาโดย ชาญวิทย์ พรนภดล และคณะ (2556) เพื่อวัดระดับการติดสื่อสังคมออนไลน์ มีข้อคำถามทั้งสิ้น 16 ข้อ แต่ละข้อมี 4 ตัวเลือกได้แก่ ไม่ใช่เลย (0 คะแนน), ไม่น่าใช่ (1 คะแนน), น่าจะใช่ (2 คะแนน) และใช่เลย (3 คะแนน) มีค่า Cronbach's alpha เท่ากับ 0.90 โดยมีเกณฑ์คะแนนคือ 0-15 คะแนนถือว่าความเสี่ยงต่ำ (low-risk), 16-30 คะแนนมีความเสี่ยงปานกลาง (moderate-risk) และ 31-48 คะแนนมีความเสี่ยงสูง (high-risk)

ตอนที่ 3 แบบประเมินความรู้สึกว่าเหนื่อยซีแอลเอ แพลและทดสอบ โดย ทินกร วงศ์ปารันย์ และณัทย วงศ์ปารันย์ (2563) โดยทำฉบับแปลจากฉบับ 20 ข้อ ฉบับที่ 3 ในปี 2552 และปรับปรุงทดสอบเป็นฉบับปรับปรุง ปี 2563 เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละข้อ มีคะแนนระหว่าง 1-4 คะแนน กล่าวคือ ไม่เคย แทบจะไม่เคย บางครั้ง และเป็นประจำ สำหรับค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Cronbach's alpha coefficient) มีระดับระหว่าง 0.80-0.88 เกณฑ์การแปลผลคะแนนรวมแบ่งเป็น (Cacioppo & Patrick, 2008) 1) ระดับความรู้สึกว่าเหนื่อยต่ำ มีคะแนนรวมน้อยกว่า 28 คะแนน 2) ระดับความรู้สึกว่าเหนื่อยปานกลาง มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 28-43 คะแนน และ 3) ระดับความรู้สึกว่าเหนื่อยสูง มีคะแนนรวมมากกว่า 43 คะแนนขึ้นไป

ตอนที่ 4 แบบประเมินภาวะซึมเศร้า วิดกกังวล และความเครียด (DASS-21) ฉบับภาษาไทย พัฒนาโดยสุกัลยา สว่างและคณะ (2556) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 21 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Cronbach's alpha coefficient) ด้านภาวะซึมเศร้าเท่ากับ 0.89 ความวิตกกังวลเท่ากับ 0.83 และความเครียดเท่ากับ 0.92 เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละข้อ มีคะแนนระหว่าง 0-3 คะแนน โดยแบ่งเป็น 1) ด้านภาวะซึมเศร้า จำนวน 7 ข้อ โดยเกณฑ์คะแนนรวม 0-4 คะแนน ถือว่า ปกติ, 5-6 คะแนน เป็นระดับเล็กน้อย, 7-10 คะแนน เป็นระดับปานกลาง, 11-13 คะแนน เป็นระดับรุนแรง และ 14 คะแนนเป็นต้นไปเป็นระดับรุนแรงมาก 2) ด้านความวิตกกังวล จำนวน 7 ข้อ โดยเกณฑ์คะแนนรวม 0-3 คะแนน ถือว่า ปกติ, 4-5 คะแนน เป็นระดับเล็กน้อย, 6-7 คะแนนเป็นระดับปานกลาง, 8-9 คะแนน เป็นระดับรุนแรง และ 10 คะแนนเป็นต้นไปเป็นระดับรุนแรงมาก และ 3) ด้านความเครียด จำนวน 7 ข้อ โดยเกณฑ์คะแนนรวม 0-7 คะแนน ถือว่า ปกติ, 8-9 คะแนน เป็นระดับเล็กน้อย, 10-12 คะแนนเป็นระดับปานกลาง, 13-16 คะแนน เป็นระดับรุนแรง และ 17 คะแนนเป็นต้นไปเป็นระดับรุนแรงมาก

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และในการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยใช้การวิเคราะห์การแจกแจงของประชากร (Normality) ด้วยการทดสอบด้วย Kolmogorov-Smirnov Test วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามด้วยการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และวิเคราะห์ความเป็นเส้นตรง (Linearity) โดยใช้ANOVA ส่วนสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ของเพียร์สัน (Pearson – Product – Moment Correlation Coefficient) และการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) เพื่อทดสอบอิทธิพลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย

ผลการวิจัย

ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 555 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.9) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 26.1) กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 20.07 ปี (S.D. = 2.332) เรียนอยู่ในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มากที่สุด (ร้อยละ 50.3) รองลงมากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ (ร้อยละ 27.7) และกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ร้อยละ 22.0) โดยส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 (ร้อยละ 41.8) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 52.6) ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ที่ 6-10 ปี (ร้อยละ 51.5) กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันในแต่ละสัปดาห์เฉลี่ยเท่ากับ 39.50 ชั่วโมง และมากกว่า 6 ครั้งต่อวัน (ร้อยละ 62.3) โดยช่วงเวลาการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในวันวันจันทร์-วันศุกร์มากที่สุดเป็นช่วงกลางวัน (19.00–24.00 น.) (ร้อยละ 53.9) ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์ มากที่สุดเป็นช่วงกลางวัน (19.00–24.00 น.) เช่นกัน (ร้อยละ 43.8) ซึ่งโทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟนเป็นที่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 86.8) และ Instagram ถือเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการบ่อยที่สุด (ร้อยละ 35.3)

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษา (n=555)

ตัวแปร	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ	ตัวแปร	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
การติดสื่อสังคมออนไลน์	เสี่ยงต่ำ	17	3.1	ความวิตกกังวล	ปกติ	214	38.6
	เสี่ยงปานกลาง	322	58.0		เล็กน้อย	118	21.3
	เสี่ยงสูง	216	38.9		ปานกลาง	79	14.2
ความรู้สึกรู้ว่าเหว	ต่ำ	17	3.1		รุนแรง	59	10.6
	ปานกลาง	267	48.1		รุนแรงมาก	85	15.3
	สูง	271	48.8	ความเครียด	ปกติ	323	58.2
ภาวะซึมเศร้า	ปกติ	249	44.9		เล็กน้อย	82	14.8
	เล็กน้อย	88	15.9		ปานกลาง	77	13.9
	ปานกลาง	123	22.2		รุนแรง	55	9.9
	รุนแรง	47	8.4		รุนแรงมาก	18	3.2
	รุนแรงมาก	48	8.6				

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับเสี่ยงปานกลาง (ร้อยละ 58.0) มีระดับความรู้สึกรู้ว่าเหวสูง (ร้อยละ 48.8) มีระดับภาวะซึมเศร้าที่ปกติ (ร้อยละ 44.9) ระดับความวิตกกังวลที่ปกติ (ร้อยละ 38.6) และระดับความเครียดอยู่ที่ปกติ (ร้อยละ 58.2)

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น พบว่า 1) ข้อมูลมีการแจกแจงของประชากร (Normality) เป็นปกติ จากการทดสอบด้วย Kolmogorov-Smirnov Test 2) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการติดต่อสังคมออนไลน์ กับความว่าเหว่ ภาวะซึมเศร้า ความวิตกกังวล และความเครียด มีค่า r เท่ากับ .21, .35, .31 และ .33 ตามลำดับ กล่าวคือ ค่า r มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ + หรือ - .21 ขึ้นไป แสดงว่าตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ที่จะเข้าสู่วิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นได้ และ 3) ความสัมพันธ์ที่เป็นเส้นตรงของการติดต่อสังคมออนไลน์ กับ ความว่าเหว่ ภาวะซึมเศร้า ความวิตกกังวล และความเครียด มีค่า F เท่ากับ 25.343, 79.708, 60.525 และ 69.495 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ตัวแปรต้น และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์เป็นเส้นตรง (Linearity) เป็นไปตามข้อตกลงของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนต์ส, 2560)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษา ($n=555$)

ตัวแปร	ค่าสถิติ		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และภาวะสุขภาพจิต
1. การติดต่อสังคมออนไลน์	28.80	7.505	1
2. ภาวะสุขภาพจิต			
2.1 ความรู้สึกว่าเหว่	43.14	9.024	.209**
2.2 ภาวะซึมเศร้า	5.96	4.668	.352**
2.3 ความวิตกกังวล	5.35	4.016	.307**
2.4 ความเครียด	7.20	4.345	.326**

** $p < .01$

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการติดต่อสังคมออนไลน์กับภาวะสุขภาพจิต ด้วยสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่าตัวแปรการติดต่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้ามากที่สุด ($r = .352$, $p < .01$, $M = 5.96$, $S.D. = 4.668$) รองลงมาคือ ความเครียด ($r = .326$, $p < .01$, $M = 7.20$, $S.D. = 4.345$) ความวิตกกังวล ($r = .307$, $p < .01$, $M = 5.35$, $S.D. = 4.016$) และความรู้สึกว่าเหว่ ($r = .209$, $p < .01$, $M = 43.14$, $S.D. = 9.024$)

ตารางที่ 3 การทดสอบอิทธิพลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อภาวะสุขภาพจิต

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น	B	se	beta	t	p
ความรู้สึกรู้สึกว่าเหว่	ค่าคงที่	35.917	1.488		24.139	.000
	การติดสื่อสังคมออนไลน์	.251	.050	.209	5.017	.000
$R^2 = .044$, Adjusted $R^2 = .042$, $F = 25.170$, $p = .000$						
ภาวะซึมเศร้า	ค่าคงที่	-.338	.737	-.458	.647	
	การติดสื่อสังคมออนไลน์	.219	.025	.352	8.833	.000
$R^2 = .124$, Adjusted $R^2 = .122$, $F = 78.025$, $p = .000$						
ความวิตกกังวล	ค่าคงที่	.622	.644		.964	.335
	การติดสื่อสังคมออนไลน์	.164	.022	.307	7.575	.000
$R^2 = .094$, Adjusted $R^2 = .092$, $F = 57.381$, $p = .000$						
ความเครียด	ค่าคงที่	1.759	.692		2.541	.011
	การติดสื่อสังคมออนไลน์	.189	.023	.326	8.117	.000
$R^2 = .106$, Adjusted $R^2 = .105$, $F = 65.881$, $p = .000$						

จากตารางที่ 3 พบว่า การติดสื่อสังคมออนไลน์ สามารถทำนายความรู้สึกว่าเหว่ ($\beta = .251$, $p < .001$) ได้ร้อยละ 4.2, การติดสื่อสังคมออนไลน์ สามารถทำนายภาวะซึมเศร้า ($\beta = .219$, $p < .001$) ได้ร้อยละ 12.2, การติดสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำนายความวิตกกังวล ($\beta = .164$, $p < .001$) ได้ร้อยละ 9.2 และการติดสื่อสังคมออนไลน์ สามารถทำนายความเครียด ($\beta = .189$, $p < .001$) ได้ร้อยละ 10.5 หมายความว่า นักศึกษาที่มีระดับการติดสื่อสังคมออนไลน์สูง มีแนวโน้มระดับความรู้สึกว่าเหว่ ภาวะซึมเศร้า ความวิตกกังวล และความเครียด เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สรุปและอภิปรายผล

การติดสื่อสังคมออนไลน์ สามารถทำนายความรู้สึกว่าเหว่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการติดสื่อสังคมออนไลน์เป็นพฤติกรรมการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์อาจเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่มีลักษณะเข้มข้น จึงทำให้เกิดความดึงดูดจนเกิดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งลักษณะอาการของผู้ที่ติดการใช้งาน จะมีลักษณะหมกมุ่น ในการใช้อินเทอร์เน็ต รู้สึกต้องการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น และเพิ่มระยะเวลาใช้งานกว่าปกติ ตลอดจนไม่สามารถควบคุมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของตนเองได้ จนกระทั่งเกิดผลลบต่อชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน การเรียน หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นต้น จากการไม่สามารถควบคุมการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตได้ (ไชยรัตน์ บุตรพรหม, 2545) ส่งผลกระทบต่อบุคคลโดยเฉพาะปัญหาทางด้านความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ได้แก่ เพื่อน คนรัก หรือครอบครัว ซึ่งผู้ที่เกิดพฤติกรรมการติดจะไม่ให้ความสนใจกับบุคคลอื่น ละทิ้งหน้าที่ประจำวันของตนเองเพื่อเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ และใช้เวลาไปกับบุคคลรอบข้างในชีวิตน้อยลง (Young, 1998) และบุษบา สุธีธร (2564) ได้ระบุถึงผลกระทบทางสังคมของวัยรุ่นที่ติดสื่อสังคมออนไลน์ว่ามีภาวะโดดเดี่ยวและทักษะการเข้าสังคมต่ำ จากคุณสมบัติของสื่อสังคมที่ทำให้วัยรุ่นรู้สึกกล้าที่จะเปิดเผยตัวเองในโลกออนไลน์มากกว่าการสื่อสารแบบที่ต้องมีการเผชิญหน้า หลีกเลี่ยงการพูดคุยในรูปแบบการเผชิญหน้าและเลือกใช้การสื่อสารในรูปแบบของการส่งข้อความ ในที่สุดผลที่ตามมาคือปัญหาด้านการมีทักษะในการเข้าสังคมต่ำ มีภาวะที่รู้สึกโดดเดี่ยวและแปลกแยก ดังนั้นเหตุจากการแยกตัวและการพลัดพรากนี้ถือเป็นความปวดร้าวทางอารมณ์ เนื่องจากการไม่มีสัมพันธภาพที่มีความหมาย และมีความรู้สึกสะเทือนใจเป็นอย่างมาก และเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสัมพันธภาพของบุคคลในสังคมถูกจำกัดทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ หรือเรียกว่าความรู้สึกว่าเหว่ (Ryan & Patterson, 1987) ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นและนักศึกษาที่มีความคล้ายคลึงกับผลการศึกษาข้างต้น ได้แก่

การติดสื่อสังคมออนไลน์ สามารถทำนายภาวะซึมเศร้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่ง Rosenberg and Egbert (2011) กล่าวว่าผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นวัยรุ่นนั้นส่วนใหญ่จะมีเป้าหมายเพื่อใช้ในการสร้างความสนใจและความประทับใจกับผู้อื่น ผ่านการนำเสนอโปรไฟล์ของตนเอง ซึ่งการที่เด็กใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานานและบ่อยครั้งทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผู้อื่นที่มากเกินไป คือทำให้เห็นโปรไฟล์ผู้อื่น จากนั้นมักจะมีการเปรียบเทียบระหว่างผู้อื่นและตนเอง ซึ่งมักจะมองตัวเองแย่กว่าผู้อื่น ผู้อื่นดูดีกว่า มีความสุขกว่าตนเอง ซึ่งทัศนคติการมองตัวเอง และความภาคภูมิใจในตนเองที่ต่ำนี้จะส่งผลต่อสุขภาพจิตของเด็กก่อให้เกิดความเครียด, ภาวะซึมเศร้า (depression) และความวิตกกังวล (anxiety) ตามมาได้ (Hou et al., 2019) นอกจากนี้ การที่ได้รับข้อความในแง่ลบการกลั่นแกล้งทางอินเทอร์เน็ตนั้นยังเกิดขึ้นได้ง่ายและเป็นเรื่องปกติที่จะเกิดขึ้นได้หากใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างขาดความยับยั้งชั่งใจ ซึ่งจะส่งผลก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้า, ความวิตกกังวล, เกิดการแยกตัวอย่างรุนแรง (severe isolation) และอาจฆ่าตัวตายได้ (suicide) ได้ (Hinduja & Patchin, 2010)

การติดสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำนายความวิตกกังวล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการติดสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อสมรรถภาพกาย สุขภาพจิต รวมถึงผลกระทบทางสังคมจากการใช้สื่อสังคมอย่างไม่เหมาะสมทำให้เกิดปัญหาให้กับทั้งตัวผู้ใช้และสังคมโดยรวมหลายประการ ทั้งนี้ ผลกระทบทางลบต่อสังคมจากการใช้สื่อออนไลน์ที่อาจเกิดได้ต่อวัยรุ่น ทั้งปัญหาการกลั่นแกล้งรังแกทางออนไลน์ และการตกเป็นเหยื่อคุกคามทางเพศออนไลน์ของนักเรียน นักศึกษาในระดับต่าง ๆ โดยเฉพาะการรังแกผ่านการถ่ายภาพคลิปเพื่อประจานและเผยแพร่ แม้แต่ก่อให้เกิดความขัดแย้งและสร้างความรุนแรงเป็นผลตามมา

ในกลุ่มวัยรุ่น เช่น ความขัดแย้งในค่านิยม ความคิดเห็น และการถูกล่อลวงและล่อให้ออกไปพบคนแปลกหน้าจากสื่อสังคม รวมทั้งการได้รับอันตรายอันสืบเนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลและความเป็นส่วนตัวบนสื่อออนไลน์โดยขาดการไตร่ตรอง (บุษบา สุธีธร, 2564) การคาดการณ์ในเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ว่าจะมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่เกิดขึ้นกับตนเองทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งบางทีสิ่งนั้นอาจจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ ถือเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ไม่สบายใจ หรือความวุ่นวายใจที่เกิดขึ้นนั้นมักมีการแสดงออกทั้งทางร่างกายและอารมณ์ ความรู้สึกดังกล่าวเรียกว่า ความวิตกกังวล (วิลาวลัย ฐอาราม, 2553)

นอกจากนั้น Ohi, Arndt, and van der Staay (2007) ได้อธิบาย ภาวะวิตกกังวลทางพยาธิวิทยาว่า เป็นภาวะของอารมณ์ที่ไม่ปกติ ไม่สามารถควบคุมได้ เป็นสภาวะทางอารมณ์ที่มากเกินไป ขาดความเหมาะสม และมีลักษณะทั่วไปที่ไม่ปกติ มีการกระตุ้นการตอบสนองทางสรีรวิทยาและพฤติกรรม โดยเป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงการตอบสนองต่อความคาดหวังที่เกินจริงหรือการรับรู้ถึงภัยคุกคามซึ่งไม่เหมาะสมกับสถานการณ์จริง

การติดสื่อสังคมออนไลน์ สามารถทำนายความเครียด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ การติดสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นการติดเชิงพฤติกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่ง Frazer, Christensen, and Griffiths (2005) ได้อธิบายลักษณะของผู้ติดสื่อสังคมออนไลน์ว่ามีอาการผิดปกติเมื่อไม่ได้ใช้งาน (Withdrawal symptom) โดยเกิดเป็นความรู้สึกที่ไม่พึงประสงค์บางอย่างที่ส่งผลต่ออาการทางกาย เช่น เกิดอาการสั่น อารมณ์เสีย กระวนกระวาย เป็นต้น เมื่อบุคคลนั้นไม่สามารถเข้าถึงการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้ ดังนั้น บุคคลที่ติดสื่อสังคมออนไลน์มีโอกาสูงที่จะแสดงอารมณ์ทางลบอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ ซึ่งอารมณ์ดังกล่าวสมบัติ ตาปัญญา (2526) ได้ระบุว่าเป็นส่วนหนึ่งของสาเหตุของความเครียดว่าเป็นผลมาจากอุปนิสัยหรือวิธีการดำเนินชีวิตของบุคคล ที่มีลักษณะชอบท้าทาย ซึ่งดีซิงเด้นเอาชนะ เอาจริง เอาจังกับทุกอย่างไม่มีการผ่อนปรนและมีอารมณ์รุนแรงอัดแน่นในใจเป็นประจำ ตลอดจนเป็นคนใจร้อน ไม่ชอบการรอคอย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การติดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความรู้สึกว่าเหงา ภาวะซึมเศร้า ความวิตกกังวล และความเครียด ดังนั้นบุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแล ส่งเสริม ป้องกันปัญหาทางสุขภาพจิตของนักศึกษา อาทิ หน่วยงานด้านพัฒนาคุณภาพนักศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษา และบุคลากรทางสุขภาพจิต ควรมีการนำองค์ความรู้ ทักษะ ผ่านกิจกรรมเสริมหลักสูตร หรือโปรแกรมฝึกอบรมทางสุขภาพจิตที่ส่งเสริมความตระหนักรู้ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อลดปัญหาสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรเชิงสาเหตุของการติดสื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาสาเหตุเบื้องต้นที่สำคัญของการติดสื่อสังคมออนไลน์ และภาวะสุขภาพจิต รวมทั้งนำไปสู่การสร้างแนวทางการส่งเสริมป้องกันปัญหาทางสุขภาพจิตอย่างประสิทธิผล รวมทั้งศึกษาผลกระทบหรือตัวแปรตามทางจิตวิทยาอื่น ๆ ของการติดสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้คำนึงถึงการใช้ที่ถูกต้อง เหมาะสม และได้ประโยชน์สูงสุด
2. ควรขยายขอบเขตในการศึกษากับประชากรและกลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยที่หลากหลาย เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องและความแตกต่างของระดับการติดสื่อสังคมออนไลน์ และภาวะสุขภาพจิตของกลุ่มตัวอย่าง
3. ควรมีการศึกษาเจาะลึก โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม เป็นต้น เพื่อให้มีความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับสภาพปัญหาและบริบทที่เกี่ยวข้องกับการติดสื่อสังคมออนไลน์และภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัย เพื่อเป็นประโยชน์ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดูแลสุขภาพจิตของนักศึกษา

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก ทุนพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประจำปี 2564 ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง “ภาวะสุขภาพจิตกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทย” นอกจากนั้น คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ชาญวิทย์ พรนภดล ที่ได้อนุญาตให้ใช้แบบทดสอบการติดสื่อสังคมออนไลน์ Social Media Addiction Screening Scale (S-MASS) กราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ นายแพทย์ทินกร วงศ์ปการันย์ และศาสตราจารย์ แพทย์หญิงณัททย์ วงศ์ปการันย์ ที่ได้อนุญาตให้ใช้แบบประเมินความรู้สึกว่าเหนื่อยๆ ฉบับ 20 ข้อ และกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.สุกัลยา สว่างและคณะที่ได้อนุญาตให้ใช้แบบประเมินภาวะซึมเศร้า วัดกังวล และความเครียด (DASS-21) ฉบับภาษาไทย เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

บรรณานุกรม

- กรมสุขภาพจิต. (2562). *กรมสุขภาพจิต ห่วงวัยรุ่นเยาวชนไทยมีภาวะซึมเศร้า แนะนำรอบบ้ำงรับฟังกระทรวงสาธารณสุขอย่างเข้าใจ*. สืบค้น 16 ธันวาคม 2564, จาก <http://www.prdmh.com>
- กระทรวงสาธารณสุข สถาบันสุขภาพจิต, (2536). *มาตรฐานการปฏิบัติการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต เล่ม 2*. กรุงเทพฯ: ธรรมศาสตร์.
- จำลอง ดิษยวณิช, และพริ้มเพรา ดิษยวณิชง. (2545). *ความเครียด ความวิตกกังวล และสุขภาพ*. เชียงใหม่: เชียงใหม่โรงพิมพ์แสงศิลป์.
- ชลลดา ทวีคุณ. (2556). *เทคนิคการพัฒนาบุคลิกภาพ: Personality development techniques* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ชาญวิทย์ พรนภดล และคณะ. (2556). *แบบทดสอบการติดสื่อสังคมออนไลน์: Social Media Addiction Test: SMAT*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2564, จาก <http://www.cumentalhealth.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539909352>
- ไชยรัตน์ บุตรพรหม. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิศรณ์ แก้วคล้าย. (2553). *ความวิตกกังวลตามสถานการณ์ของนักกีฬาบาสเกตบอลในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 37* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทินกร วงศ์ปการันย์, และณัทย วงศ์ปการันย์. (2563). *แบบประเมินความรู้สึกว่าเหว่ยูซีแอลเอ ฉบับ 20 ข้อ*. สืบค้น 16 ธันวาคม 2564, จาก <http://www.pakaran-home.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=2147586886>
- บงกช นักเสียง, ภัทรา หิรัญรัตนพงศ์, นิสร่า คำมณี, ปวีณา แจ้งประจักษ์, จตุภัทร เมฆพ่ายพ, สิริระ น้ำฟ้า, และ รจนกร ยิ่งชล. (2563). *การติดสื่อสังคมออนไลน์ บุคลิกภาพหำองค์ประกอบกับความเครียดของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา*. *Journal of Communication Chiangrai Rajabhat University*, 3(2), 43-64.
- บุษบา สุธีธร. (2564). *ผลกระทบของสื่อสังคมที่มีต่อวัยรุ่น: The impacts of social media on adolescents*. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 14(1), 34-48.
- พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนด์ส. (2560). *การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง: Linear regression analysis primary agreement's test*. *Journal of Research and Curriculum Development*, 7(2), 20-37.

- ภคมณพน์ สาสะตานันท์. (2562). พฤติกรรมเสพติดสื่อสังคมออนไลน์และพฤติกรรมเลียนแบบจากสื่อสังคมออนไลน์กับภาวะสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม* นิต้า, 6(1), 19-36.
- มุกิตา พนาสธิตย์. (2563). *Recent knowledge on behavioral addiction: Social media addiction* [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการศูนย์ศึกษาปัญหาการเสพติด (ศศก.) เพื่อการพัฒนาศักยภาพการวิจัยและนักวิชาการการเสพติด. สืบค้น 10 ธันวาคม 2564, จาก https://drive.google.com/file/d/1Ys3dAXHqHkWmy__9gWTdR3m-qAeWThIWWs/view
- มูลนิธิธิดาพัฒนารักษ์ไทย. (2564). *ประเมินสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นไทยกว่า 1.8 แสนราย พบเครียดสูง เสี่ยงซึมเศร้า ติดจอติดเกมออนไลน์มากขึ้น*. สืบค้น 25 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.hfocus.org/content/2021/10/23307>
- รายงานการวิจัยการทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพจิต. (2545). สืบค้น 28 พฤศจิกายน 2564, จาก <http://www.dmh.moph.go.th/faq/mentalhealth>
- โรงพยาบาลเพชรเวช. (2564). *Social addiction ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตใจ*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2564, จาก https://www.petcharavejhospital.com/th/Article/article__detail/Social-Addiction-Affects-Mental-Health
- ลลนา ปิยะอารีธรรม. (2552). *การศึกษาความรู้สึกว่าเหวและสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วัลลภา โคลิตานนท์. (2542). *ผลของการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มตามแนวพิจารณาเหตุผลอารมณ์ และพฤติกรรมต่อการลดความรู้สึกว่าเหวในผู้สูงอายุ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตรพานิช เจริญขวัญ. (2557). *จิตวิทยาคลินิกเบื้องต้น: Introduction to clinical psychology* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิลาวัลย์ ภูอาราม. (2553). *การเปรียบเทียบความวิตกกังวล และพฤติกรรมการเผชิญความเครียดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีสัมพันธ์ภาพในกลุ่มเพื่อน และการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมบัติ ตาปัญญา. (2526). *คู่มือคลายเครียด: ความรู้เรื่องความเครียด การป้องกันและแก้ไข*. กรุงเทพฯ: เจริญบุญการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2563). *นักศึกษารวม 2563 ภาคเรียนที่ 1 ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด จำแนกตาม สถาบัน / กลุ่มสถาบัน / เพศ / (จังหวัดที่ตั้งสถาบัน)*. สืบค้น 14 ธันวาคม 2564, จาก <http://www.info.mua.go.th/info/>

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเวยได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ขณะที่ Gen Y แซมปี 6 สมัย*. สืบค้น 16 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.etcha.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>
- Akin, A., & Iskender, M. (2011). Internet addiction and depression, anxiety, and stress. *International Online Journal of Educational Sciences*, 3(1), 138-148.
- Association, A. P. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*. American USA: Psychiatric Publishing.
- Baltaci, Ö. (2019). The predictive relationships between the social media addiction and social anxiety, loneliness, and happiness. *International Journal of Progressive Education*, 1, 73-82.
- Cacioppo, J. T., & Patrick, W. (2008). *Loneliness: Human nature and the need for social connection*. W Norton & Co.
- Culpepper, M. (2020). *Exploring the relationships of social media usage and symptoms of anxiety and depression in adolescents*. *Digital Commons @ ACU, Electronic Theses and Dissertations*. Retrieved December 21, 2021, from <https://digitalcommons.acu.edu/etd/224>
- Frazer, C. J., Christensen, H., & Griffiths, K. M. (2005). Effectiveness of treatments for depression in older people. *Medical Journal of Australia*, 182(12), 627-632.
- Haand, R., & Shuwang, Z. (2020). The relationship between social media addiction and depression: A quantitative study among university students in Khost, Afghanistan. *International journal of adolescence and youth*, 25(1), 780-786. doi:10.1080/02673843.2020.1741407
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2010). Bullying, cyberbullying, and suicide. *Archives of suicide research*, 14(3), 206-221.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1).
- Hughes, K. (2022). *Social media use and loneliness during the COVID-19 pandemic*. *electronic theses and dissertations*. Retrieved December 25, 2021, from <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/etd/2389>
- Karakose, T., Yirci, R., Uygun, H., & Ozdemir, T. Y. (2016). Relationship between high school students' facebook addiction and loneliness status. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 12(9), 2419-2429. doi:10.12973/eurasia.2016.1557a

- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., & Sacker, A. (2019). Social media use and adolescent mental health: Findings from the UK millennium cohort study. *EClinicalMedicine*, 6, 59–68. doi: 10.1016/j.eclinm.2018.12.005
- Kircaburun, K. (2016). Self-Esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.
- Lau, W. W. (2017). Effects of social media usage and social media multitasking on the academic performance of university students. *Computers in Human Behavior*, 68, 286-291.
- Liu, C., & Ma, J. (2020). Social support through online social networking sites and addiction among college students: The mediating roles of fear of missing out and problematic smartphone use. *Current Psychology*, 39(6), 1892-1899. doi: 10.1007/s12144-018-0075-5
- Odaci, H., & Kalkan, M. (2010). Problematic internet use, loneliness and dating anxiety among young adult university students. *Comput. Educ.*, 55, 1091-1097.
- Oei, T.P., Sawang, S., Goh, Y. W., Mukhtar, F. (2013). Using the depression anxiety stress scale 21 (Dass-21) across culture. *Int J Psychol*, 48, 1018-1029. <https://doi.org/10.1080/00207594.2012.755535>
- Ohl, F., Arndt, S. S., & van der Staay, F. J. (2008). Pathological anxiety in animals. *Veterinary journal*, 175(1), 18–26. doi: 10.1016/j.tvjl.2006.12.013
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.
- Paul, J. A., Baker, H. M., & Cochran, J. D. (2012). Effect of online social networking on student academic performance. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2117-2127. doi: 10.1016/j.chb.2012.06.016
- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1982). *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy*. New York: Wiley-Interscience.
- Rodgers, B. L. (1989). Loneliness: Easting the pain of the hospitalized elderly. *Journal of Gerontological Nursing*, 15(8), 16-21.
- Rosenberg, J., & Egbert, N. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 1-18. doi:10.1111/j.1083-6101.2011.01560.

- Ryan M., & Patterson, J. (1987). Loneliness in the elderly. *Journal of Gerontological Nursing*, 13(5), 6-12. doi: 10.3928/0098-9134-19870501-04
- Satici, B., Kayış, A. R., & Griffiths, M. D. (2021). Exploring the association between social media addiction and relationship satisfaction: Psychological distress as a mediator. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-15.
- Selye, H. (1978). *The stress of life*. New York: McGraw-hill.
- Spielberger, C. D. (1966). *Anxiety and behavior*. New York: Academic Press.
- Thorisdottir, I. E., Sigurvinsdottir, R., Asgeirsdottir, B. B., Allegrante, J. P., & Sigfusdottir, I. D. (2019). Active and passive social media use and symptoms of anxiety and depressed mood among icelandic adolescents. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 22(8), 535–542. doi:10.1089/cyber.2019.0079
- Vannucci, A., & Ohannessian, C. M. (2019). Social media use subgroups differentially predict psychosocial well-being during early adolescence. *Journal of youth adolescence*, 48(8), 1469-1493.
- Wang, K., Frison, E., Eggermont, S., & Vandenbosch, L. (2018). Active public facebook use and adolescents' feelings of loneliness: Evidence for a curvilinear relationship. *Journal of adolescence*, 67, 35–44. doi: 10.1016/j.adolescence.2018.05.008
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). Sleepy teens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of adolescence*, 51, 41–49. doi:10.1016/j.adolescence.2016.05.008
- World Health Organization. (2012). *Depression: A global public health concern*. Retrieved December 25, 2021, from https://www.who.int/mental_health/management/depression/who_paper_depression_wfmh_2012.pdf
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244. doi: 10.1089/cpb.1998.1.237
- Youssef, L., Hallit, R., & Kheir, N. (2020). Social media use disorder and loneliness: any association between the two? Results of a cross-sectional study among Lebanese adults. *BMC Psychol*, 8(56). doi: 10.1186/s40359-020-00421-5

**อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคม และภาพลักษณ์
องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงาน
รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี**

**INFLUENCE OF SOCIAL RESPONSIBILITY AND
CORPORATE IMAGE AFFECTING CUSTOMER
SATISFACTION OF SERVICE USERS OF A
STATE ENTERPRISE AGENCY IN SUPHANBURI
PROVINCE**

Received: 4 May, 2022

Revised: 27 June, 2022

Accepted: 5 July, 2022

โสรยา สุภาพล*

Soraya Supaphol*

ลัดดาวัลย์ สำราญ**

Laddawan Someran**

* อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
สุวรรณภูมิ

* Professor, Management, Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

* Email: soraya_784@hotmail.com, soraya.s@rmutsb.ac.th

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลสุวรรณภูมิ

** Assistant Professor, Management, Faculty of Business Administration and Information
Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

** Email: noinoi5202@gmail.com, laddawan.s@rmutsb.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสำคัญ ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีอำนาจการทำนายร้อยละ 41.40 และภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านสถาบันหรือองค์กร ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีอำนาจการทำนายร้อยละ 40.40 อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร ความพึงพอใจ รัฐวิสาหกิจ สุพรรณบุรี

Abstract

This research aimed to study the opinion level of social responsibility, corporate image, and satisfaction of service users of a state enterprise agency in Suphanburi province. To study the social responsibility that affects the corporate image of a state enterprise in Suphanburi province. Moreover, to study the social responsibility and corporate image affecting customer satisfaction of service users of a state enterprise agency in Suphanburi province. The sample consisted of 400 users of the state enterprise agency in Suphanburi province using accidental sampling. The research instrument was questionnaires. The statistics used for analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression. The research results showed that the research found that: the opinion level on social responsibility, corporate image, and satisfaction was at a high level. The hypothesis testing found that: social responsibility such as transparency, morality, Occupational safety, health, and Supporting and strengthening important communities that affect the corporate image of a state enterprise in Suphanburi province with the predictive power of 41.40 percent and Corporate Image such as product or service and institution or organization that were affecting customer satisfaction of service users of a state enterprise agency in Suphanburi province. The predictive power of 40.40 percent with a statistical significance level of .05.

Keywords: Social Responsibility, Corporate Image, Satisfaction, State Enterprise, Suphanburi

บทนำ

ในปัจจุบันทั้งหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานภาคเอกชนได้มีการบรรจุเรื่องการทำโครงการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นแนวทางดำเนินกิจการ โดยการดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมถือว่าได้รับการยอมรับในคุณค่าและความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจหรือหน่วยงานที่หลากหลายได้ประกาศยกระดับธุรกิจของตนเองในการมีส่วนร่วมของธุรกิจในการนำหลักความรับผิดชอบต่อสังคมไปปฏิบัติให้เป็นส่วนหนึ่งในภาระหน้าที่และเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการเพื่อผลกำไรและการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนของกิจการเองรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ความรับผิดชอบต่อสังคมยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรอีกด้วย ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ด้วยวิธีการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ถือว่าเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้องค์กรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนทั้งส่วนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มอื่น ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ที่ดีงามต่อองค์กร (กิตติวัฒน์ รัชพันธ์, 2556)

หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภค ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงมหาดไทย และได้ก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติ โดยดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพ ซึ่งหน่วยงานได้ดำเนินงานภายใต้ค่านิยมขององค์กร เช่น มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า มุ่งเน้นการบริการลูกค้าที่เป็นเลิศและครบวงจร รวมทั้งมีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน ที่มุ่งเน้นและส่งเสริม ด้านความโปร่งใส ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านปรับปรุงและจัดระเบียบอุปกรณ์ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสำคัญ และด้านชุมชนปลอดภัยในการบริโภค เพื่อพัฒนามาตรฐานการดำเนินงานให้เทียบเท่ามาตรฐานสากลเพื่อสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจให้กับประเทศภายใต้หลักธรรมาภิบาล สิทธิมนุษยชนการปฏิบัติด้านแรงงานสิ่งแวดล้อมการปฏิบัติที่เป็นธรรมประเด็นด้านผู้บริโภค การมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาชุมชน ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรอีกทางหนึ่ง โดยการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรทั้งด้านองค์กร ตราสัญลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับ และสินค้าและบริการขององค์กร มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการทั้งสิ้น รวมทั้งหน่วยงานมีรายงานความคิดเห็นย้อนกลับในทุกปีถึงเรื่องของการให้บริการที่หน่วยงานดำเนินการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และที่สำคัญหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดำเนินการโดยยึดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ตามแผนที่ยองค์กรหลักได้กำหนดไว้ และได้เน้นเรื่องการให้บริการและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรเป็นอย่างดีและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจนเกิดเป็นความพึงพอใจในการบริการ

จากความเป็นมาและความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย เรื่อง อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ผู้บริหารหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี และหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนา ส่งเสริมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การสร้างภาพลักษณ์องค์กร และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการได้อย่างมีคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

นิธิภัทร ยุทธภักดิ์บริการ (2559) กล่าวว่า Corporate Social Responsibility (CSR) เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อองค์กรเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม โดยจะดำเนินการทั้งด้านแผนงานและการปฏิบัติงานขององค์กร ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่ร่วมกับสังคมและชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งนอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนเกี่ยวกับหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดำเนินการตามนโยบายขององค์กรและได้นำมาศึกษาในครั้งนี้

ประกอบด้วย ด้านความโปร่งใส ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านงานปรับปรุงและจัดระเบียบอุปกรณ์ ด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อม ด้านสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสำคัญ และด้านชุมชนปลอดภัย ในการบริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

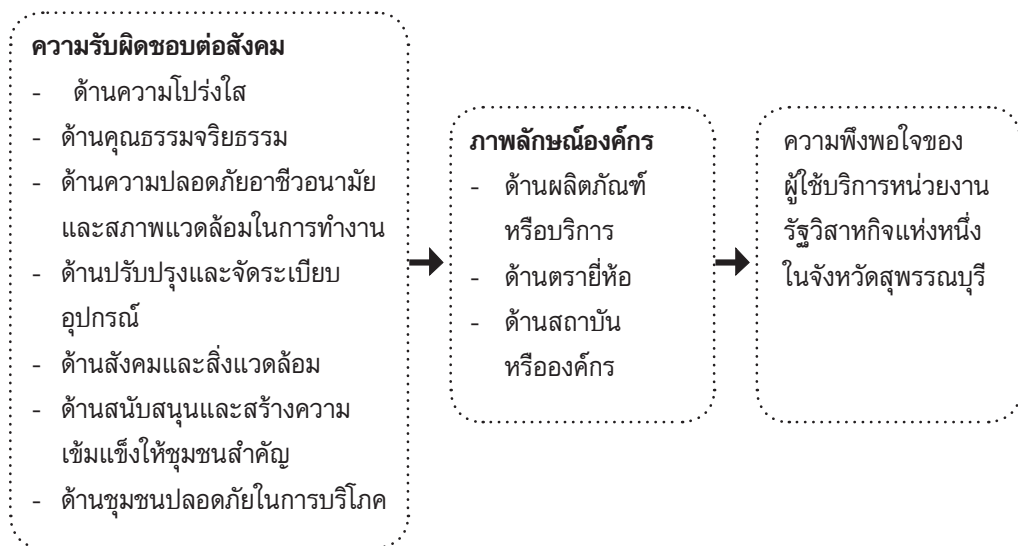
ธันวา สุวรรณเวช (2559) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรเป็นภาพที่เกิดขึ้นด้วยความประทับใจหรือการรับรู้หรือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจจากการมีความรู้ในอดีตเป็นภาพรวมที่ผู้บริโภค ใช้ประมวลจากประสบการณ์ตรงในการซื้อสินค้าจากอุตสาหกรรมรวมทั้งประสบการณ์ทางอ้อม ที่ได้จากการได้รับข่าวสารข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมซึ่งจะเป็นมุมมองในด้านที่ดีหรือไม่ ดีก็ได้ โดยผู้วิจัยได้สรุปเกี่ยวกับภาพลักษณ์ว่าภาพรวมทั้งหมดขององค์กร ความเชื่อ ความรู้สึก นึกคิดหรือด้านการบริหารองค์กร ผลผลิตงาน การให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ ตลอดจน ความรู้สึกและความประทับใจของบุคคลที่มีต่อองค์กร หรือภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความเป็นจริงเพราะใช้การรับรู้ความรู้สึก เข้าไปปะปนในข้อเท็จจริงจนเกิดเป็นภาพลักษณ์ของตนเองและแสดงออกในรูปของพฤติกรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังทบทวนองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กรจากงานวิจัยของธเนศ ศิริกิจ (2557); เขียวทศ ประพุดธิชอบ (2559); ประทุม ฤกษ์กลาง (2553); รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2553); วิรัช ลภีรัตนกุล (2553); Kotler and Keller (2012) ได้องค์ประกอบของตัวแปรภาพลักษณ์ องค์กรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ด้านผลผลิตงานหรือบริการ ด้านตราสัญลักษณ์ และ ด้านสถาบันหรือองค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

น้ำลีน เทียมแก้ว (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกชอบ หรือพอใจส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง รวมทั้ง ยุทธการ ประพันธ์ (2558) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจคือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือ ความชื่นชอบต่อการที่มีบุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งตอบสนองความต้องการ ของบุคคลนั้นได้ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นความรู้สึกของผู้รับบริการ โดยผู้วิจัยได้สรุป เกี่ยวกับความพึงพอใจว่า คือ สิ่งที่เป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจจึงเป็นผล ของ การแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจ ที่มี ประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับ เช่น ความยุติธรรม ความเสมอภาค และความซื่อสัตย์ อาจจะมากหรือน้อย และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้ บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็เกิด ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึก

ผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังทบทวนองค์ประกอบของความพึงพอใจจากหนังสือของ Millett (1954) และ Aday and Andersen (1975) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจในการให้บริการจะประกอบด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการตรงตามเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปออกมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง ครอบคลุมในจังหวัดสุพรรณบุรีไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากตารางสำเร็จรูปของทาโรยามาเน่ โดยการกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ที่ความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวน 400 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนที่ 2-4 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) และข้อคำถามที่สร้างขึ้นได้จากการทบทวนวรรณกรรม และส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด

ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนของข้อคำถามในส่วนที่ 2, 3 และ 4 ซึ่งแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) และใช้วิธีคิดจากการหาค่าพิสัย (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2550) โดยการใช้คะแนนค่าสูงสุดลบด้วยค่าคะแนนต่ำสุดจากนั้นหารด้วยระดับที่ต้องการแบ่งค่า ช่วงคะแนนที่คือ 0.80 เมื่อได้ค่าช่วงคะแนนแล้วจึงนำมากำหนดเกณฑ์การให้คะแนนพร้อมแปลผลคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นที่แต่ละด้าน ดังนี้ 4.21–5.00 (มากที่สุด) 3.41–4.20 (มาก) 2.61–3.40 (ปานกลาง) 1.81–2.60 (น้อย) และ 1.00–1.80 (น้อยที่สุด) ทั้งนี้ แบบสอบถามที่มีค่าตรงตามเนื้อหาโดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อ คำถาม และวัตถุประสงค์ (Item objective congruence index: IOC) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า มากกว่า 0.50 และ แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจาก ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค พบว่า ซึ่งได้สัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.846 ถึง 0.960 และภาพรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.975 ซึ่งมากกว่า 0.70 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2550) จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและ สามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 หนังสือวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง

1.2 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ด้วยตนเองภายในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งครอบคลุมในจังหวัดสุพรรณบุรี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา

1.1 ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. สถิติเชิงอนุมาน วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี และภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 ส่วนมากมีอายุ 30-39 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 สถานภาพสมรส จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความโปร่งใส	4.24	0.37	มากที่สุด
ด้านคุณธรรมจริยธรรม	4.49	0.40	มากที่สุด
ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	4.36	0.40	มากที่สุด
ด้านงานปรับปรุงและจัดระเบียบอุปกรณ์	4.37	0.43	มากที่สุด
ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.28	0.47	มากที่สุด
ด้านสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสำคัญ	4.34	0.48	มากที่สุด
ด้านชุมชนปลอดภัยในการบริโภค	4.34	0.42	มากที่สุด
รวม	4.36	0.32	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.32) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม รองลงมา คือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านชุมชนปลอดภัยในการบริโภค ด้านสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสำคัญ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความโปร่งใส ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ภาพลักษณ์องค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	4.46	0.44	มากที่สุด
ด้านตราสัญลักษณ์	4.39	0.45	มากที่สุด
ด้านสถาบันหรือองค์กร	4.35	0.48	มากที่สุด
รวม	4.40	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.37) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ รองลงมา คือ ด้านตรายี่ห้อ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านสถาบันหรือองค์กร ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านมีความรู้สึกพึงพอใจและประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี	4.43	0.56	มากที่สุด
2. ท่านมีความรู้สึกดีและไว้วางใจเมื่อเข้ามาใช้บริการที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี	4.44	0.58	มากที่สุด
3. ท่านมั่นใจว่าหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ให้บริการท่านด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง	4.45	0.55	มากที่สุด
4. ท่านมั่นใจว่าหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ให้บริการหรือช่วยเหลือท่านด้วยความเสมอภาคและยุติธรรม	4.45	0.53	มากที่สุด
5. ท่านมีความพึงพอใจในกระบวนการทำงานของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี	4.37	0.55	มากที่สุด
6. ท่านรู้สึกพึงพอใจที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ เป็นต้น	4.35	0.54	มากที่สุด
7. หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากท่านเสมอ	4.40	0.51	มากที่สุด
รวม	4.41	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.39) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านมั่นใจว่าหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ให้บริการท่านด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง และท่านมั่นใจว่าหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ให้บริการหรือช่วยเหลือท่านด้วยความเสมอภาคและยุติธรรม รองลงมา คือ ท่านมีความรู้สึกดีและไว้วางใจ เมื่อเข้ามาใช้บริการที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านรู้สึกพึงพอใจที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทนไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ เป็นต้น ตามลำดับ

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ความรับผิดชอบต่อสังคม	ภาพลักษณ์องค์กร			t	p
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	1.159	0.198		5.845	0.000
ด้านความโปร่งใส	0.174	0.052	0.173	3.340	0.001*
ด้านคุณธรรมจริยธรรม	0.121	0.050	0.132	2.403	0.017*
ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.124	0.051	0.134	2.450	0.015*
ด้านงานปรับปรุงและจัดระเบียบอุปกรณ์	0.183	0.046	0.211	4.001	0.000*
ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	-0.055	0.037	-0.070	-1.465	0.144
ด้านสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสำคัญ	0.79	0.041	0.102	1.908	0.057
ด้านชุมชนปลอดภัยในการบริโภค	0.117	0.046	0.132	2.544	0.011*
Adjust R Square = 0.414 R = 0.651 R Square = 0.424 Durbin-Watson = 1.825					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ามีตัวแปรทำนาย 5 ตัวแปร คือ ด้านความโปร่งใส ($\beta = 0.173$) ด้านคุณธรรมจริยธรรม ($\beta = 0.132$) ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ($\beta = 0.134$) ด้านงานปรับปรุงและจัดระเบียบอุปกรณ์ ($\beta = 0.211$) และด้านชุมชนปลอดภัยในการบริโภค ($\beta = 0.132$) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลทางบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมกันทำนายภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอำนาจทำนายประมาณร้อยละ 41.40 (Adjust R Square = 0.414)

สมมติฐานที่ 2 ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ภาพลักษณ์องค์กร	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ			t	p
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	1.503	0.181		8.310	0.004
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	0.328	0.040	0.368	8.121	0.000*
ด้านตราสัญลักษณ์	0.080	0.043	0.092	1.879	0.061
ด้านสถาบันหรือองค์กร	0.252	0.041	0.308	6.214	0.000*
Adjust R Square = 0.404 R = 0.639 R Square = 0.409 Durbin-Watson = 2.073					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ามีตัวแปรทำนาย 2 ตัวแปร คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ($\beta = 0.368$) และด้านสถาบันหรือองค์กร ($\beta = 0.308$) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอำนาจทำนายประมาณร้อยละ 40.40 (Adjust R Square = 0.404)

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เน้นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นนโยบายของหน่วยงานอย่างชัดเจน เช่น เน้นเรื่องความปลอดภัย ความเป็นระเบียบในการดำเนินงาน และให้ความสำคัญเรื่องของจริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร หากผู้ใช้บริการได้รับบริการสิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก และผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของน้ำผึ้ง ไชยทัศน์, สมบัติ อารินถาวร, และ อาริรัตน์ ลิปะพันธ์ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในเขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง: บทบาทของตัวแปรการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของวสุตม์ โชติพานิช (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ ที่พบว่า ผู้โดยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์สายการบิน และความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านความโปร่งใส ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านงานปรับปรุงและจัดระเบียบอุปกรณ์ และด้านชุมชนปลอดภัยในการบริโภค ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานที่ให้บริการสินค้าด้านอุปโภคบริโภค เติบโตมาควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีนี้ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการด้วยความเป็นธรรมตลอดมา โดยดูแลทั้งผู้ใช้บริการและพนักงานในหน่วยงานเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังคำนึงถึงและติดตามความปลอดภัยกับการปรับปรุงระบบอุปกรณ์ในการบริการอยู่เสมอเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตามมาภายหลัง ดังนั้นความรับผิดชอบต่อสังคมจึงส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี และผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของน้ำผึ้ง ไชยทัศน์ และคณะ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ

องค์กรที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในเขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง: บทบาทของตัวแปรการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ที่พบว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรมีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์, นิชากร ชัยศิริ, ศิริวรรณ สุขอนันต์, และอนิวัช แก้วจำนงค์ (2562) ศึกษางานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของพนักงานสำนักงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่พบว่า พฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านสถาบันหรือองค์กร ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานที่ให้บริการสินค้าด้านอุปโภคบริโภคซึ่งมีผู้ใช้บริการมากมายทั่วทั้งจังหวัดสุพรรณบุรี หน่วยงานจึงต้องมีขั้นตอน กระบวนการในการให้บริการที่ชัดเจน และไม่มีความซับซ้อนเกินความเข้าใจของผู้ใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการเป็นอย่างดีเสมอ นอกจากนี้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรียังเป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานตามมาตรฐานสากลและมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ ดังนั้นภาพลักษณ์องค์กรจึงส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี และผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของวสุตม์ โชติพานิช (2561) ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ ที่พบว่า อิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์สายการบิน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสิณี อรุณ (2562) ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของร้านกาแฟ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้

1. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านความโปร่งใสน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้นจึงขอเสนอแนะว่าหน่วยงานควรส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรของหน่วยงานเล็งเห็น

ถึงความสำคัญในการบริการอย่างโปร่งใสและเท่าเทียมกัน โดยการจัดให้มีการอบรมบุคลากรเป็นระยะ ๆ เพื่อเสริมสร้างเทคนิคการบริการให้มีความทันสมัยมากขึ้น รวมทั้งมีนโยบายขั้นตอนในการให้บริการที่โปร่งใส และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการได้เห็นอย่างชัดเจน นอกจากนี้หน่วยงานควรมีการรณรงค์และรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น รวมทั้งนำทีมบุคลากรออกไปทำประโยชน์ให้สังคมเพื่อให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงความตั้งใจในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานด้วย

2. ภาพลักษณ์องค์กร หน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสถาบันหรือองค์กรน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้นจึงขอเสนอแนะว่าหน่วยงานควรสร้างสื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้ครบวงจรและมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรมีการออกพื้นที่เพิ่มขึ้นให้ครอบคลุมความต้องการในการบริโภคสินค้าของหน่วยงาน นอกจากนี้ควรสร้างความโดดเด่นในเรื่องของการบริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรจัดตั้งแผนกที่รับผิดชอบต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของหน่วยงาน เพื่อทำงานด้านนี้โดยเฉพาะ เป็นหน่วยงานกลางที่สนับสนุนด้านนี้เป็นสำคัญ โดยมีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบต่อ ปรับปรุงแก้ไข ตรวจสอบ ประเมินผลการทำงานตลอดเวลา จะทำให้หน่วยงานมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น และผู้ใช้บริการจะได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงและทันต่อเวลาเสมอ และเป็นแบบอย่างในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลภาพลักษณ์องค์กรและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี เช่น ปัจจัยด้านบทบาทหน้าที่ ด้านบุคลากร คุณภาพการให้บริการ เป็นต้น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวอาจจะส่งผลต่อส่งผลภาพลักษณ์องค์กรและความพึงพอใจ

2. ควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้เกิดการศึกษาและวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

3. ควรมีการศึกษารูปแบบของวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ผลของ ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิติวัฒน์ ธิชัยพันธ์. (2556). *กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครปฐม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นจาก <http://www.sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/12403?attempt=2&>
- ธเนศ ศิริกิจ. (2557, 8 กรกฎาคม). *สร้างตราให้โดนใจต้องมี Quality บอก Story ด้วย*. Positioning. <https://positioningmag.com/58090>
- ธันวา สุวรรณเวช. (2559). *อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของอุตสาหกรรมรังนก (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. สืบค้นจาก https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/3598/BUS__61__03.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ธีรพรทศ ประพฤติชอบ. (2559). *ภาพลักษณ์ชื่อเสียง: งานเบื้องหลัง ทรงพลังเกินคาดคิด*. TPA News, 20(236), 9-10. สืบค้นจาก https://www.tpa.or.th/tpanews/upload/mag_content/111/ContentFile2182.pdf
- น้ำผึ้ง ไชยทัศน์, สมบัติ อารินถาวร, และอารีรัตน์ ลิปะพะพันธุ์. (2564). *การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในเขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง: บทบาทของตัวแปรการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน*. วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 10(1), 51-74. สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms__ubu/article/view/240569/169035
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2555). *การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสารสนเทศของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (รายงานผลการวิจัย)*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. สืบค้นจาก <https://dataverse.harvard.edu/dataset.xhtml?persistentId=doi:10.7910/DVN/EIIXP6>
- นิธิภัทร ยุทธภักดิ์บริการ. (2559). *การรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาโรงไฟฟ้ากระบี่และโรงไฟฟ้าแม่เมาะ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2553). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 15)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์, ณิชากร ชัยศิริ, ศิริวรรณ สุขอนันต์, และอนิวัช แก้วจำนงค์. (2562). พฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรของพนักงานสำนักงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(2), 31-40. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ecbatsu/article/view/180102/156752>
- ยุทธการ ประพันธ์. (2558). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจภูธรเมืองจันทบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นจาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/56930255.pdf
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2553). *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 7). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วสุตม์ โชติพานิช. (2561). *ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3449/1/wasut_chot.pdf
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์: ฉบับสมบูรณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 12). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธาสนี อรุณ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าร้านค้ากาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 1(1), 30-44. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmspsru/article/view/212270>
- Aday, L. A., & Andersen, R. (1975). *Development of indices of access to medical care*. Michigan: Ann Arbor Health.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Millett, J. D. (1954). *Management in the public service*. New York: McGraw-Hill Book.

อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อใน
มหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษา
สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

INFLUENCE AFFECTING DECISION TO STUDY
IN CORPORATE UNIVERSITY OF STUDENTS IN
THREE SOUTHERN BORDER PROVINCES

Received: 10 April, 2022

Revised: 20 August, 2022

Accepted: 31 August, 2022

อิสามะแอ สะแม*

Isma-ae Sa-mae*

สายพิน ปันทอง**

Saiphin Panthong**

* นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการค้าธุรกิจสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

* Master student, Faculty of Business Administration, Master of Modern trade business management, Panyapiwat Institute of Management

* Email: Aelpim56@gmail.com

** อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการค้าธุรกิจสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

** Professor of Faculty of Business Administration, Modern trade business management, Panyapiwat Institute of Management

** Email: Saiphinpan@pim.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ต่างกัน และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปเป็นการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการศึกษา ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้านนวัตกรรมความสำเร็จ ด้านหลักสูตรการเรียน ด้านช่องทางการศึกษา ด้านบุคลากรทางการศึกษา ด้านการสร้างอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลมีประสิทธิภาพ 89.50%

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล มหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

Abstract

Research study on Influences on students' decision to study in the University of Business Organization of the Three Southern Border Provinces Objectives were to study the personal factors affecting the decision to study in the university of business organizations of students in the three southern border provinces. and to study the factors influencing the decision to study in the university of business organizations of students in the three southern border provinces. As a research tool Demographic analysis using descriptive statics. By finding the percentage, mean, standard deviation, and testing the hypothesis by comparing the difference between the mean of the two sample groups t-Test Independent Sample. The variance or comparison of mean difference between

3 groups or more samples was tested for hypothesis. F-test Independent Sample Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis The hypothesis testing results showed that Hypotheses testing Individual factors include age and median family income. Affects the decision to study in the University of Business Organization of students in the three southern border provinces As for the factors influencing the decision to study in the university of the business organization of students in the three southern border provinces namely Education promotion Teaching and learning process Lifelong learning Innovation success Curriculum Education Channel Educational Personnel Career Building with statistic significant at 0.05 and influencing factor was effective at 89.50%

Keywords: Factors Influences, University of Business Organization, Three Southern Border Provinces

บทนำ

การศึกษาจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของการพัฒนาประเทศชาติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง และความเจริญก้าวหน้าของประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้ประชากรในประเทศไทย มีคุณภาพชีวิตที่ดี ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการสร้างทักษะของคนล้วนมีพื้นฐานมาจากการศึกษาทั้งสิ้น เพราะการศึกษาเป็นกระบวนการพื้นฐานในการสร้างจิตสำนึกที่ดีในการเป็นมนุษย์ และในการพัฒนาประเทศแน่นอนจะต้องเริ่มต้นที่การพัฒนากระบวนการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคตซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ถือเป็น แผนแม่บทหลักในการพัฒนาประเทศที่ได้ประกาศ ในราชกิจจานุเบกษา นั้นมีหลักการสำคัญคือ “ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มุ่งสร้าง คุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับคนไทย โดยเน้นพัฒนาคนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์ มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ การจัดการการศึกษาในเขตพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนใต้ต้องเผชิญปัญหาในหลายมิติ ทั้งด้านกระแสความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และปัญหาความไม่สงบในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นเวลาหลายสิบปีที่ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-พ.ศ. 2564 มีเหตุการณ์ความไม่สงบสุข และสถานศึกษาจากปัญหาความไม่สงบทำให้ประชาชนในพื้นที่ไม่สามารถประกอบอาชีพได้อย่างต่อเนื่อง รัฐบาลได้มีมาตรการสนับสนุนประชาชนในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่อง และทางสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จะได้เข้าถึงนักเรียนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ยังมีอีกมาก เนื่องจากในแต่ละปีมีนักเรียนจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เป็นจำนวนมากซึ่งในปีการศึกษา 2560 มีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จบทั้งหมด 16,743 เพื่อช่วยเพิ่มบุคคลและขยายโอกาสทางการศึกษา (วิทวัส เหล่ามะลอ, 2562)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ผลการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ แนวทางในการเข้าแนะแนวของสำนักแนะแนว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาของนักเรียนในอนาคต เนื่องจากสามจังหวัดชายแดนเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ จึงต้องมีการผลักดันให้การศึกษาเป็นส่วนสำคัญ เพื่อให้เยาวชนคนรุ่นใหม่มีการศึกษาที่ดี มีการพัฒนาตนเอง มากกว่าการโง่เง่าที่ไม่ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

สมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ครอบครัว ชั้นปีที่กำลังศึกษา และคณะที่กำลังศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

แนวคิดและวรรณกรรมเกี่ยวข้อง

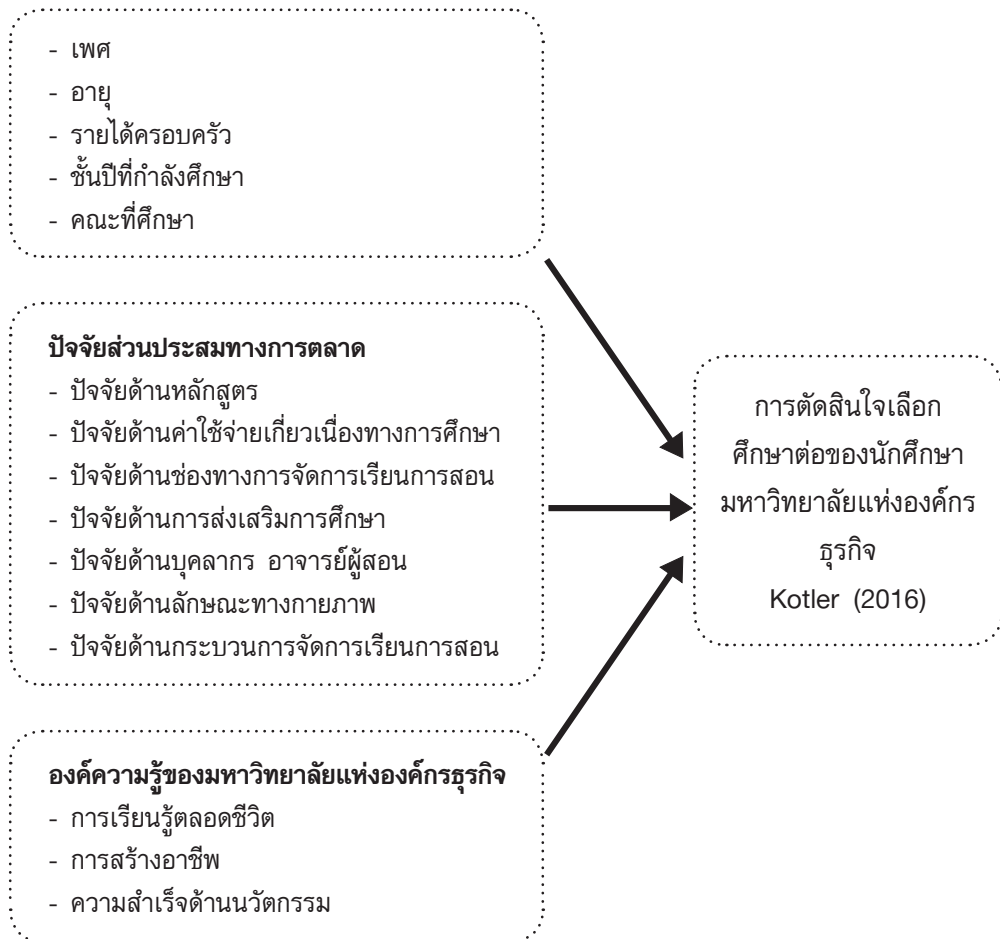
Schiffman and Kanuk (2010) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristic) คือ ลักษณะที่สำคัญของแต่ละบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส รายได้ อาชีพ และการศึกษา เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวจะมีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น

Kotler (2018, p. 24) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจัยภายในทางการตลาด หรือปัจจัยทางการตลาด (Internal marketing factor หรือ marketing factor) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่บริษัทควบคุมได้ ภาพที่ 2.1 แสดงส่วนประสมทางการตลาด โดยทั่วไปส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือเรียกว่า 4P's

Kotler (2016) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจมี 5 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ขั้นที่ 2 ได้แก่ การหาข้อมูล ขั้นที่ 3 ได้แก่ การประเมินทางเลือก ขั้นที่ 4 ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ และขั้นที่ 5 ได้แก่ พฤติกรรมหลังการซื้อ โดยมีกระบวนการหลักที่เหมือนกัน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การหาข้อมูลการประเมินทางเลือก การซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ

Meister (1998) มหาวิทยาลัยบรืซซเป็นสถาบันอุดมศึกษาเฉพาะทางประเภทหนึ่ง ซึ่งมีการจัดตั้งจากองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายหลักเป็นสิ่งที่ไม่ใช่การศึกษา มุ่งเน้นการให้การศึกษา และฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะคิดทักษะและสมรรถนะทางวิชาชีพให้กับผู้เรียนอย่าง สอดคล้องกับพันธกิจและเป้าหมายขององค์กร โดยมีหลักสูตรที่สามารถให้คุณภาพด้าน มีองค์ความรู้ ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต การสร้างอาชีพ ความสำเร็จด้านนวัตกรรม จากงานวิจัย ในครั้งนี้ เลือก สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในการเก็บข้อมูล เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัย ที่องค์กรธุรกิจเป็นผู้ก่อตั้ง และมีผลลัพธ์ให้เห็นออกมาในรูปแบบของบุคลากรที่มีคุณภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ ที่มีภูมิลำเนาเดิมจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ชั้นปีที่ 1-4 ตั้งแต่ปีการศึกษา 2560-2563 ทั้งหมด 832 คน (สำนักส่งเสริมวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, 2564) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาร์ยามานะ ได้จำนวน 271 คน สุ่มไว้เพื่อป้องกันการสูญหาย หรือไม่ได้รับการตอบกลับประมาณ 29 คน จึงมีขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็น 300 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sample) โดยใช้การสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic random sampling) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) จากนักศึกษา

ของมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ ที่มีภูมิลำเนาเดิมจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส) ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1-4 ตั้งแต่ปีการศึกษา 2560-2563 ต้องการสุ่มนักศึกษา 300 คน จากทั้งหมด 832 คน ดังนั้นจึงสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาของแต่ละชั้นปี ทุก ๆ 3 คน สุ่มมา 1 คน สมมติเมื่อสุ่มนักศึกษาคนแรกได้คนที่ 3 คนที่สองต้องเป็นคนที่ 6 และคนต่อไป จนได้กลุ่มตัวอย่างรวม 300 คน วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยแบ่งส่วนของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ครอบครัว ชั้นปีที่กำลังศึกษา และคณะที่ศึกษา ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 39 ข้อ จากปัจจัยทั้งหมด 7 ปัจจัย ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจโดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 15 ข้อ จากแนวคิดทั้งหมด 3 แนวคิด ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียน โดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 5 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงโดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามทุกข้อ ได้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าเท่ากับ 0.879 จึงจะถือได้ว่าเป็นแบบสอบถามข้อนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ และได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงมาแล้วไปใช้กับนักศึกษานอกจากกลุ่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.846 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูง (ชัยวิชิต เขียวชนะ, 2562) จึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในรูปแบบของเอกสาร (Offline) และแบบออนไลน์ (Online) จำนวน 300 ชุด โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม 2565

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-Test Independent Sample การทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยระหว่าง 3 กลุ่มขึ้นไป การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 69.67 มีอายุ 18-20 ปี ร้อยละ 59.687 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่ำกว่า 15,000 บาท กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 41.00 ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจร้อยละ 30.33 และระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านหลักสูตร	4.00	0.683	มาก
2. ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวเนื่องทางการศึกษา	4.15	0.703	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน	3.99	0.718	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการศึกษา	4.01	0.715	มาก
5. ด้านบุคลากรทางการศึกษา	3.96	0.732	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.97	0.754	มาก
7. ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน	4.08	0.741	มาก
8. แนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต	4.01	0.749	มาก
9. แนวคิดการสร้างอาชีพ	3.93	0.797	มาก
10. แนวคิดความสำเร็จด้านนวัตกรรม	4.00	0.715	มาก
รวม	4.11	0.696	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยด้านบุคคล	t	F	Sig.
สมมติฐานที่ 1.1 เพศ	1.281	-	0.993
สมมติฐานที่ 1.2 อายุ		3.186	0.024*
สมมติฐานที่ 1.3 รายได้เฉลี่ยของครอบครัว		2.173	0.023*
สมมติฐานที่ 1.4 ชั้นปีที่กำลังศึกษา		0.578	0.562
สมมติฐานที่ 1.5 คณะที่กำลังศึกษา		1.464	0.213

หมายเหตุ. *Sig.<0.05, ** Sig. <0.01

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยแห่งองค์การมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวกโดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในช่วง 0.382 ถึง 0.670 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่ศึกษาเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 0.80 และไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่สูงเกิน (Multicollinearity) จึงนำไปทดสอบเพื่อหาสมการถดถอยเชิงพหุ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

ปัจจัยที่มีอิทธิพล กับการตัดสินใจ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)									
	หลักสูตร การเรียน การสอน	ค่าใช้จ่าย ที่เกี่ยวข้อง เนื่อง	ช่องทาง การจัด การเรียน	การ ส่งเสริม การศึกษา	บุคคลากร ทางการ ศึกษา	ลักษณะ ทาง กายภาพ	กระบวนการ การจัด การศึกษา	การ เรียนรู้ ตลอดชีวิต	การสร้าง อาชีพ	นวัตกรรม สำเร็จ
หลักสูตรการเรียนการสอน	1									
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการศึกษา	.591**	1								
ช่องทางการจัดการเรียนการสอน	.513**	.517**	1							
การส่งเสริมการศึกษา	.639**	.650**	.478**	1						
บุคคลากรทางการศึกษา	.608**	.596**	.572**	.647**	1					
ลักษณะทางกายภาพ	.648**	.641**	.500**	.662**	.670**	1				
กระบวนการจัดการศึกษา	.512**	.569**	.596**	.511**	.559**	.538**	1			
การเรียนรู้ตลอดชีวิต	.522**	.475**	.501**	.511**	.529**	.529**	.574**	1		
การสร้างอาชีพ	.382**	.422**	.509**	.400**	.465**	.445**	.472**	.543**	1	
ความสำเร็จด้านนวัตกรรม	.579**	.545**	.560**	.600**	.611**	.568**	.547**	.512**	.486**	1

หมายเหตุ. : * $r < 0.05$, ** $r < 0.01$

การพิจารณารายละเอียดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีวิธีการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระมีหลายแนวทาง โดยงานวิจัยฉบับนี้ใช้การวิเคราะห์จากค่า Tolerance และ ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรต้น โดยกำหนดไว้ว่าค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องมีค่าที่ไม่เข้าใกล้เกิน 10 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าตั้งแต่ 0.390-0.598 ซึ่งมากกว่า 0.10 และค่า VIF ของตัวแปรต้นมีค่าตั้งแต่ 1.672-2.562 ซึ่งมีค่าไม่เข้าใกล้ 10 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

ปัจจัย	อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้						
	B	S.E.	β	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.134	0.072		1.866	0.063		
ด้านหลักสูตรการเรียน	0.071	0.021	0.083	0.410	0.001*	0.442	0.260
ด้านค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง	0.014	0.021	0.016	0.660	0.510	0.441	0.267
ด้านช่องทางการศึกษา	0.053	0.018	0.068	2.945	0.003*	0.499	2.005
ด้านการส่งเสริมการศึกษา	0.206	0.021	0.259	10.067	0.000**	0.398	2.514
ด้านบุคลากรทางการศึกษา	0.049	0.022	0.057	2.214	0.027*	0.400	2.501
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.014	0.022	0.016	0.631	0.528	0.390	2.562
ด้านกระบวนการจัดศึกษา	0.072	0.019	0.088	3.746	0.000**	0.477	2.096
ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต	0.260	0.018	0.331	14.568	0.000**	0.511	1.955
ด้านการสร้างอาชีพ	0.037	0.017	0.046	2.212	0.028*	0.598	1.672
ด้านนวัตกรรมความสำเร็จ	0.193	0.019	0.235	9.916	0.000**	0.468	2.137

หมายเหตุ. : Adjusted R Square = 0.895, F = 340.300, *p<0.05, **p<0.01

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ พบว่า อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการศึกษา (Sig. = 0.000**) ด้านกระบวนการจัดศึกษา (Sig. = 0.000**) ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Sig. = 0.000**)

ด้านนวัตกรรมความสำเร็จ (Sig = 0.000**) ด้านหลักสูตรการเรียน (Sig. = 0.001*) ด้านช่องทางการศึกษา (Sig. = 0.003*) ด้านบุคลากรทางการศึกษา (Sig. = 0.027*) ด้านการสร้างอาชีพ (Sig. = 0.028*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยในขณะที่ด้านค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และด้านลักษณะทางกายภาพ นั้นไม่มีอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

สมมติฐานการพยากรณ์ กล่าวคือ ตัวแปรต้น 8 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน (X1) ด้านช่องทางการจัดการศึกษา (X3) ด้านการส่งเสริมการศึกษา (X4) ด้านบุคลากรทางการศึกษาและอาจารย์ผู้สอน (X5) ด้านกระบวนการจัดการศึกษา (X7) ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต (X8) ด้านการสร้างอาชีพ (X9) ด้านนวัตกรรมความสำเร็จ (X10) ผลการวิจัยปรากฏว่า ปัจจัยหลัก 8 ตัวแปร สามารถพยากรณ์ผลของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้ร้อยละ 89.50) สามารถเขียนในรูปสมการดังนี้

$$Y = 0.083 \text{ (หลักสูตรการเรียนการสอน)} + 0.068 \text{ (ช่องทางการจัดการศึกษา)} + 0.259 \text{ (การส่งเสริมการศึกษา)} + 0.057 \text{ (บุคลากรทางการศึกษาและอาจารย์ผู้สอน)} + 0.088 \text{ (กระบวนการทางการศึกษา)} + 0.331 \text{ (การเรียนรู้ตลอดชีวิต)} + 0.046 \text{ (การสร้างอาชีพ)} + 0.235 \text{ (นวัตกรรมความสำเร็จ)}$$

บทสรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุและรายได้ของครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจศึกษาในช่วงอายุน้อยมีความจำเป็นอย่างมาก เพื่อต้องนำไปประกอบอาชีพ ในการหาเลี้ยงครอบครัวที่มีรายได้ไม่มาก ช่วงอายุ 18-20 ปี ก็สามารถแบ่งเบาภาระของครอบครัว เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีทุนการศึกษาสนับสนุนให้กับนักศึกษาที่อายุไม่เกิน 25 ปี รวมถึงช่วงเรียนสามารถฝึกงานและมีรายได้ระหว่างเรียน และเป็นการดีเมื่อจบมามีงานรองรับทันที และเป็นการดีเมื่อจบมามีงานรองรับทันที สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐรนนท์ อ่อนชื่น และสายพิน บันทอง (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ และอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

อิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษา สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แบ่งออกเป็น 10 ด้าน ดังนี้

1. ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน จากการศึกษาพบว่า ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า หลักสูตรการจัดการเรียนการสอนสร้างเสริมประสบการณ์ในการลงปฏิบัติงานจริงและได้รับความนิยมกับยุคปัจจุบัน เปิดคณะสาขาที่มีความต้องการแรงงานในอนาคต ตอบโจทย์การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพรวมถึงการมีงานทำหลังสำเร็จการศึกษา และสถานศึกษามีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ การันตีด้วยการติด Top 5 มหาวิทยาลัยในเอเชีย ด้านความแข็งแกร่งของการเรียนการสอนจากการจัดอันดับโดย U-Multirank สถาบันจัดอันดับสถาบันอุดมศึกษาระดับสากลทั่วโลก ปี 2021 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sankham and Hamra. (2016) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาที่จะเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชียแปซิฟิก (AIU) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนที่ศึกษาในเอเชียแปซิฟิกมหาวิทยาลัยนานาชาติ (AIU) เรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ ลักษณะทางกายภาพ (สิ่งอำนวยความสะดวก) สินค้า (หลักสูตร) กระบวนการ (บริการ) การกำหนดราคา (ค่าเล่าเรียน) และสถานที่ (สถานที่เรียน) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการทดสอบสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

2. ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวเนื่องทางการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวเนื่องทางการศึกษา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า ด้วยการแข่งขันทุนการศึกษาของสถาบันที่มีให้กับนักศึกษาในแต่ละปี ที่ครอบคลุมทั้งค่าเทอมและรายได้ช่วงฝึกปฏิบัติงาน ด้วยจำนวนทุนการศึกษาที่มากเพียงพอในแต่ละปี อีกทั้งยังมีกองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้ที่ช่วยสนับสนุนนักศึกษาที่ลำบาก มีกองทุนกู้ยืม กยศ.และกพร.ที่ช่วยนักศึกษาที่ต้องชำระส่วนต่างหลักหักค่าใช้จ่ายค่าเทอมจากทุนการศึกษาที่นักศึกษาได้รับ รวมถึงรูปแบบการผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ จึงทำให้ไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธนันท์ อ่อนชื่น และสายพิน ปันทอง (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคีระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านช่องทางการศึกษา ด้านการส่งเสริมการศึกษา ด้านบุคลากรทางการศึกษา และด้านกระบวนการทางการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลมีประสิทธิภาพร้อยละ 82.30 และผลการศึกษาในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านค่าใช้จ่าย ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

3. ด้านช่องทางจัดการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางจัดการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า ช่องทางการจัดการเรียนการสอนของสถาบันมีความเหมาะสม เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่มีทั้งออนไลน์และออฟไลน์ครบวงจรอย่างผสมผสานมีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยซึ่งออนไลน์นักศึกษาสามารถเข้าศึกษาได้ด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมงด้วยระบบ E-learning ออฟไลน์ด้านสถานที่เรียนอยู่แหล่งชุมชน เดินทางสะดวกทั้งรถตู้โดยสาร รถเมล์ สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรสุดา จารุธีรพันธุ์ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสาขาวิชา ในระดับปริญญาตรีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พบว่านักศึกษาได้ให้ความสำคัญปัจจัยทั้ง 5 ด้าน โดยมีด้านคุณลักษณะของสาขาวิชาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ ด้านการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนและมีด้านค่าใช้จ่ายเป็นลำดับสุดท้าย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4. ด้านการส่งเสริมการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า มหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์ แนะนำสถาบันฯ หลักสูตรหลากหลายช่องทาง มีการนำเสนอผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จตามช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น มีระบบการแนะแนวโดยให้คนในพื้นที่ ที่จบจากสถาบันได้กลับไปเป็นเจ้าหน้าที่แนะแนวของสถาบันในพื้นที่ สามารถเข้าถึงหลากหลายโรงเรียนในพื้นที่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yenida (2017) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์อิทธิพลของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในระบบการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกภาควิชาบริหารธุรกิจ โปลิเทคนิคศรีสุราษฎร์ จากการศึกษาวิเคราะห์เชิงเส้นแบบพหุคูณพบว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ช่องทางการสมัคร คณาจารย์ กระบวนการ และการบริการนักศึกษา (ส่วนประสมทางการตลาด) ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญต่อนักศึกษาเลือกเรียนภาควิชาบริหารธุรกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.60 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5. ด้านบุคลากรทางการศึกษาและอาจารย์ผู้สอน จากการศึกษาพบว่า ด้านบุคลากรทางการศึกษาและอาจารย์ผู้สอน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิ ความเชี่ยวชาญชำนาญตรงต่อสาขาวิชา สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับนักศึกษาได้อย่างถูกต้องเข้าใจง่าย อาจารย์ผู้สอนสามารถเป็นที่ปรึกษาให้นักศึกษาได้ดีในทุก ๆ เรื่องที่นักศึกษาพบปัญหา และเจ้าหน้าที่ของสถาบันให้บริการช่วยเหลือนักศึกษาอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Enache (2011) ศึกษาวิจัยเรื่อง การตลาดสำหรับอุดมศึกษาโดยใช้กรอบ 7P's โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาการใช้กรอบแนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ สำหรับการตลาดของสถาบันการศึกษาและช่วยปรับปรุงสถานะทางการตลาดของสถาบันอุดมศึกษา จากการศึกษาและการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมของธุรกิจบริการในด้านต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสม

ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix: 7P's) สามารถใช้กับการตลาดด้านการศึกษได้เช่นกันและปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 7 ปัจจัยล้วนส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษา ดังนั้น จากผลงานการวิจัยทำให้เห็นว่าท่ามกลางการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix: 7P's) สามารถช่วยวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า อาคารสถานที่ที่ใช้ในการจัดการศึกษามีความเพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา ประกอบกับรูปแบบการดำรงชีวิตของนักศึกษาไม่ได้ยึดติดกับความสวยงามหรือของสถานที่ แต่การได้มาเรียนต่างภาคเป็นอีกแนวทางที่ช่วยให้นักศึกษาได้เรียนรู้การปรับตัวความเป็นอยู่และวัฒนธรรมใหม่ ๆ ทำให้ลักษณะทางกายภาพไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชนันท์ อ่อนชื่น และสายพิน ปันทอง (2564) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการศึกษาในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านค่าใช้จ่าย ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

7. ด้านกระบวนการจัดการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ด้านกระบวนการจัดการศึกษามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า กระบวนการแผนการเรียนการสอนที่มีกระบวนการแผนการเรียนการสอนที่ชัดเจน เฉพาะตัว จุดเด่นที่แตกต่างจากมหาวิทยาลัยทั่วไป ด้วยหลักสูตรที่เน้นการทำงานจริงด้วยรูปแบบ Work-based-Education การเรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติงานจริง เรียนในห้องเรียนอย่างเข้มข้น 3 เดือน เรียนรู้ต่อเนื่องอีก 3 เดือนในสถานประกอบการจริง ซึ่งช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ในการลงปฏิบัติงานจริง ช่วยให้นักศึกษาสามารถทำงาน ได้อย่างมืออาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาชั้นปีที่ 4 รวมถึงกำหนดปฏิทินการศึกษาและกิจกรรมที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sankham and Hamra (2016) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาที่จะเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชียแปซิฟิก (AIU) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนที่ศึกษาในเอเชียแปซิฟิกมหาวิทยาลัยนานาชาติ (AIU) เรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ ลักษณะทางกายภาพ (สิ่งอำนวยความสะดวก) สินค้า (หลักสูตร) กระบวนการ (บริการ) การกำหนดราคา (ค่าเล่าเรียน) และสถานที่ (สถานที่เรียน) การทดสอบสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

8. องค์ความรู้ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต จากการศึกษาพบว่า องค์ความรู้ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาสามารถพัฒนาความสามารถทั้ง

ในช่วงที่ศึกษาห้องเรียนรวมถึงในการทำงานจริงช่วงฝึกปฏิบัติงาน สามารถทำให้นักศึกษาเข้าถึงวัฒนธรรม มีส่วนร่วมในองค์กรตั้งแต่ปี 1 ในการทำงาน ทำให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ด้วยตนเอง และเกิดกระบวนการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่จำกัดขอบเขต สอดคล้องกับ ศักรินทร์ ชนประชา (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษาตลอดชีวิต ศึกษาตลอดชีวิตเป็นภาพรวมขนาดใหญ่ของการศึกษาทุกประเภท เป็นการจัดกระบวนการทางการ ศึกษาให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตเน้นส่งเสริมให้บุคคลได้เรียนและพัฒนาตามศักยภาพของตน เพื่อสนองต่อความต้องการและการปรับตัวของบุคคลให้รู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาของบริบทสังคมโลก การศึกษาตลอดชีวิตมีความจำเป็นสำหรับบุคคลโดยเฉพาะโลกในศตวรรษที่ 21 ที่มีการเปลี่ยนแปลงบริบท เศรษฐกิจและสังคมโลก อันเนื่องมาจากการปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม 4.0 (The Fourth Industrial Revolution) หรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงบริบทอื่นๆ ในสังคมโลก

9. องค์ความรู้ด้านการสร้างอาชีพ จากการศึกษาพบว่า องค์ความรู้ด้านการสร้างอาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการศึกษาที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับตลาดแรงงานในอนาคต ด้วยการลงมือฝึกปฏิบัติงานจริงตั้งแต่ปี 1 ส่งผลให้นักศึกษาเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานทันทีเมื่อสำเร็จการศึกษาและการศึกษาช่วยเพิ่มทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานจริงในอนาคต เนื่องจากนักศึกษาได้ลงแก้ปัญหาหน้างานจริงๆ หลายครั้งก่อนเรียนจบผ่านการฝึกปฏิบัติงานจริงในช่วงที่กำลังศึกษา ซึ่งตอบสนองเป้าหมายของการดำเนินชีวิต สร้างรายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agrey and Lampadan (2014) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยของนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า จากการศึกษานี้มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกเรียนมหาวิทยาลัยและมี 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเข้ารับการศึกษาของสถาบันการศึกษาอยู่ในระดับสูง ระบบเหล่านี้รวมถึงระบบสนับสนุนทั้งด้านกายภาพ (เช่น ร้านหนังสือ สำนักงานแนะแนว/ที่ปรึกษา) และไม่ใช่ทางกายภาพ (ทุนการศึกษา) (สภาพแวดล้อมการเรียนรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ชื่อเสียงมหาวิทยาลัย ห้องสมุดและห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์)

10. องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมความสำเร็จ จากการศึกษาพบว่า องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมความสำเร็จ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการศึกษาที่หน่วยงานสามารถถ่ายทอดความรู้ได้โดยตรง สามารถทำให้เห็นปัญหาและนำไปสู่การคิดค้นการแก้ไขปัญหาด้วยนวัตกรรม ทำให้นักศึกษาได้แสดงแนวคิดใหม่ที่ทันสมัยร่วมกับหัวหน้างานได้ทันทีเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างผลงานให้แก่นักศึกษาให้เป็นผลงานนวัตกรรมเชิงประจักษ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับ เรวัต ดันตยานนท์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยของความสำเร็จด้านนวัตกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสร้างนวัตกรรมทั้ง 2 ปัจจัยนี้ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ

องค์กรธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดเอสเอ็มอี หรือธุรกิจสตาร์ทอัพ ปัจจัยแรกสำหรับการค้นพบสิ่งใหม่ที่ตลาดยังไม่เคยรู้จักมาก่อน มักเกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ การมองเห็นโอกาสทางการตลาด และการมีความรู้ที่จำเป็นในการสร้างสิ่งใหม่นั้นให้เกิดเป็นความจริงที่เป็นรูปธรรมขึ้นมาได้หากเป็นนวัตกรรมด้านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ องค์ความรู้ที่จำเป็นนี้จะเกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี และรู้ว่าจะนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้สร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีในตลาดมาก่อน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว เนื่องจากปัจจุบันการศึกษาเป็นเรื่องสำคัญกับสังคมที่ต้องได้รับการศึกษาที่ดี เพื่อนำมาประกอบอาชีพในการดำรง เมื่อถึงช่วงอายุที่เหมาะสมจึงต้องมีการหาช่องทางการศึกษาที่มั่นคงต่ออาชีพเมื่อจบการศึกษา สามารถมีงานรองรับทันที และสถานการณ์ในปัจจุบันการศึกษาที่สามารถใช้ค่าใช้จ่ายในครอบครัวได้น้อยที่สุดยังเป็นสิ่งที่จำเป็น ทางมหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ตัวอย่างเช่น หากมีนักเรียนที่จบ ม.6 เข้ามาศึกษาในระดับปริญญาตรี และในครอบครัวของนักเรียนมีผู้ว่างงาน ทางสถาบันจะช่วยประสานกับทางบริษัทในเครือเพื่อช่วยรับสมัครงานในตำแหน่งที่ว่างที่เหมาะสมตามวุฒิการศึกษาที่ผู้ว่างงานมีเพื่อให้อาชีพแก่ครอบครัวแก่นักเรียนที่จะเข้ามาศึกษา การมอบทุนการศึกษาเป็นการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ที่ประสบความสำเร็จของบริษัท บริษัทได้พนักงานที่มีคุณภาพตรงต่อความต้องการในตำแหน่งที่เตรียมไว้หลังสำเร็จการศึกษา แต่ถ้าหากช่วยเหลือผู้ที่ตกงานในครอบครัวนักเรียนไปด้วย แน่ใจว่าบริษัทจะได้บุคลากรเพิ่มตั้งแต่ตอนนี้ในหลาย ๆ ตำแหน่งที่เห็นสมควรตามวุฒิเมื่อนักเรียนและครอบครัวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรทั้งในส่วนสถาบันการศึกษามีการปลูกฝังการศึกษาที่มุ่งเน้นการประกอบอาชีพหรือสามารถนำไปประกอบธุรกิจส่วนตัวได้ และครอบครัวเองได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรพร้อม ๆ กับนักศึกษา ซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้เฉลี่ยของครอบครัวของนักศึกษา สิ่งที่บริษัทได้รับคือการได้บุคลากรที่เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า เพื่อเพิ่มความน่าสนใจมาศึกษา

2. จากผลการวิจัยทางมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในด้านหลักสูตรการเรียนการสอน รักษามาตรฐานด้านการสอน ด้านหลักสูตรมีการปรับแผนการเรียนให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของนักศึกษาที่มาจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามุสลิม อาจเพิ่มวิชาเลือก ด้านส่งเสริมการศึกษา เนื่องจากนักศึกษาที่มาจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนที่จบจากโรงเรียนสังกัดเอกชนสอนศาสนา อิสลาม (สช.) และได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการศึกษา ทางสถาบัน

ควรมีทุนการศึกษาที่ให้กับกลุ่มนี้โดยเฉพาะ ด้านบุคลากรทางการศึกษาและอาจารย์ผู้สอน การเพิ่มทักษะความรู้ความสามารถ ด้านภาษามลายูเบื้องต้นให้กับเจ้าหน้าที่และอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้สามารถทักทายพูดคุยเบื้องต้นกับนักศึกษาที่มาจากพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องจากส่วนใหญ่ักศึกษาใช้ภาษามลายูในการสื่อสาร โดยอาจมีการอบรมเจ้าหน้าที่และอาจารย์ผู้สอนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมของนักศึกษาได้ ด้านกระบวนการจัดการศึกษา เนื่องจากสถาบันมีกระบวนการเรียนการสอนแบบ Work-based-Education

3. จากผลการวิจัย ผู้บริหารควรนำข้อมูลไปใช้ในการประกาศนโยบาย เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติเดียวกัน ในการบริหารงานของมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่นอกเหนือจากการวิจัย เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม และเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่เพิ่มขึ้น เพื่อนำไปปรับปรุงธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

2. ควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง และประชากรในสถานที่ ที่แตกต่างกัน เช่น จังหวัด หรือพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำมาทำการศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยฉบับนี้ว่ามีความแตกต่างหรือสอดคล้องกันอย่างไร ผลที่ได้จากการวิจัยนั้นสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงและสามารถนำมากำหนดแนวทางการพัฒนาต่อไป

บรรณานุกรม

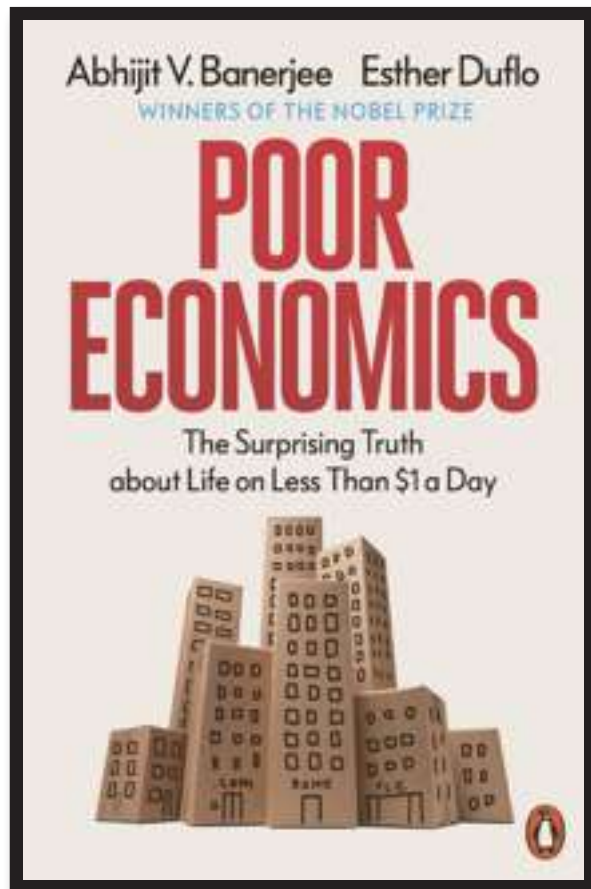
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยวิชิต เขียรชนะ. (2562). สถิติสำหรับการวิจัย แนวคิดและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐรนนท์ อ่อนชื่น, และสายพิน ปั่นทอง. (2564). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ประกอบการในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* 11(3), 63-77. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/249802/173852>
- ภัทรสุดา จารุธีรพันธุ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสาขาวิชาในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. *วารสารงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 10(32), 35-46. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/80128/63887>
- เรวัต ตันตยานนท์. (2563). ปัจจัยของความสำเร็จของกิจการ. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- วิทวัส เหล่ามะลอ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS (รายงานผลการวิจัย). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศักรินทร์ ชนประชา. (2562). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสื่อทำมือสำหรับครูผู้สอนวิชาภาษาไทย ในโรงเรียนโครงการตามพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เขตพื้นที่เกาะจังหวัดสตูล. *วารสาร อัล-อิกมะฮฺ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี*, 9(17), 155-171. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HIKMAH/article/view/137660/148323>.
- Agrey, L., & Lampadan, N. (2014). Determinant factors contributing to student choice in selecting a university. *Journal of Education and Human Development*, 3(2), 391-404. Retrieved from http://jehdnet.com/journals/jehd/Vol_3_No_2_June_2014/22.pdf
- Allen, M. (1999). *Assessing effectiveness in four corporate universities* (Doctoral Dissertation). University of Southern California.
- Enache, I. C. (2011). Marketing higher education using the 7 Ps framework. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 4(53), 23-30. Retrieved from https://www.academia.edu/9195152/MARKETING_HIGHER_EDUCATION_USING_THE_7_PS_FRAMEWORK

- Kotler, P. (2016). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. P. (2018). *Marketing management*. Pearson Prentice Hall.
- Meister. (1998). แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจระหว่างสถานศึกษาเข้ากับการทำงานของบริษัท. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://acsjournals.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/>
- Sankham, S., & Hamra, W. A. (2016). Factors affecting student decisions to study at Asia-Pacific International University. *Catalyst*, 13(1), 4-14.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall.
- Yenida, Y. (2017). Analisis pengaruh strategi bauran pemasaran, sistem pendidikan perguruan tinggi, status akreditasi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan administrasi niaga politeknik negeri padang. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 12-22. Retrieved from <https://ojs.unitas-pdg.ac.id/index.php/manajemen/article/view/178>

แนะนำหนังสือ

ชื่อหนังสือ:	Poor Economics The Surprising Truth about Life on Less Than \$1 a Day
ผู้เขียน:	Abhijit V. Banerjee, Esther Duflo
ผู้แปล:	-
สำนักพิมพ์:	Penguin Group
ชื่อผู้แนะนำหนังสือ:	วราวุฒิ เรือนคำ Warawut Ruankham*

หนังสือเล่มนี้เขียนโดย Abhijit Banerjee นักเศรษฐศาสตร์เจ้าของรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ปี 2019 ผู้ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ด้านเศรษฐศาสตร์ของมูลนิธิฟอร์ดที่ MIT และเป็นผู้เขียนเรื่อง Poor Economics โดยเขาได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งในร้อยนักคิดระดับโลกของนิตยสารนโยบายต่างประเทศและเคยดำรงตำแหน่งเลขาธิการสหประชาชาติ ผู้คร่ำหวอดในวงการวิชาการและเป็นที่รู้จักในสาขาเศรษฐศาสตร์การพัฒนา และ Esther Duflo ศาสตราจารย์ด้านเศรษฐศาสตร์การบรรเทาความยากจนและการพัฒนาที่ MIT



* อาจารย์ และ นักวิจัย สำนักงานเศรษฐกิจชายแดนและโลจิสติกส์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

* Lecturer and Researcher, Office of Border Economy and Logistics Studies (OBELS), School of Management, Mae Fah Luang University

* Email: Warawut.rua@mfu.ac.th

หนังสือเล่มนี้ถือเป็นหนังสือจำนวนน้อยที่ให้ความสำคัญกับมุมมองและวิถีคิดของคนที่ใช้ชีวิตอยู่ภายใต้เส้นความยากจน (1\$ ต่อวัน) โดยหนังสือเล่มนี้ได้ไขภาพ **“มายาคติ”** ที่คนน้อยคนเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ชีวิต การตัดสินใจ การใช้จ่ายเงิน ภายใต้เส้นความยากจน ของผู้มีรายได้น้อย(มาก) อาทิเช่น ทำไมผู้ชายในโมร็อกโกที่ไม่มีเงินเพียงพอต่อการใช้ชีวิตประจำวันนำเงินไปซื้อโทรศัพท์ ทำไมคนยากจนที่สุดในอินเดียจึงใช้เงินซื้อขนมหวานแทนที่จะไปซื้อข้าว รวมถึงฉายภาพทำไมคนจนถึงเป็นหนี้ ทำไมคนจนถึงถูกมองว่าเป็น irrational agent ในทางเศรษฐศาสตร์ ทำไมคนจนถึงไม่ประสบความสำเร็จ และอีกหลากหลายมายาคติที่คนในสังคมติตราคนจนในมุมต่างๆด้วยความไม่เข้าใจอย่างถ่องแท้ หนังสือเล่มนี้บอกเล่าเรื่องราวโดยใช้หลักคิดทางเศรษฐศาสตร์อธิบายการตัดสินใจของคนจน ฉายภาพให้เห็นข้อจำกัดที่ทำให้คนจนไม่สามารถตัดสินใจหรือกระทำการใดๆเหมือนคนทั่วไปได้ ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านได้เข้าใจปัญหาความยากจนได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้หนังสือเล่มนี้ยังได้เสนอวิธีการต่อสู้กับปัญหาความยากจนด้วยวิธีต่างๆ ที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการขจัดความยากจนในหลายๆประเทศได้

ในฐานะมนุษย์คนหนึ่ง ผู้แนะนำหนังสือมองว่า **“ปัญหาความยากจน”** เป็นปัญหาระดับโลกที่ไม่ควรถูกละเลย โดยคนจนไม่ควรถูกตีตราทางสังคมว่าเป็นคน **“ขี้เกียจ ไม่มีการศึกษา ไม่มีความน่าเชื่อถือ น่ารังเกียจ ไม่พัฒนาตนเองหรือด้อยโอกาส”** ทุกคนควรมีสิทธิเสรีภาพและควรได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ดังนั้น เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำให้ดีขึ้น ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องเข้าใจปัญหาและเข้าใจคนจนอย่างแท้จริง ซึ่งหนังสือเล่มนี้จะเป็นแผนที่นำพาไปสู่ทางออกจากปัญหา และถือเป็นตำราทรงคุณค่า ควรแก่การศึกษาและทำความเข้าใจให้แตกฉาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นต่อไป....

แนวทางการจัดเตรียมต้นฉบับบทความ (Manuscript) สำหรับขอตีพิมพ์ในวารสารสุทธิปริทัศน์

วัตถุประสงค์การจัดพิมพ์

วารสารสุทธิปริทัศน์เป็นวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตซึ่งตีพิมพ์บทความวิชาการและบทความวิจัยสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จากบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

วารสารสุทธิปริทัศน์มีนโยบายการจัดพิมพ์ราย 3 เดือน ปีละ 4 ฉบับ ประจำเดือน ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน และฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านวิชาการในศาสตร์สายสังคมศาสตร์ (Social Science)
2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคมในรูปแบบของวารสารวิชาการ
3. เพื่อส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอผลการค้นคว้าและวิจัย
4. เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ นักวิชาการและนักศึกษาได้เผยแพร่ผลงาน
5. เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณทางด้านวิชาการของมหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง

ขอบเขตเนื้อหา

Suthiparithat (Journal of Business Innovation: SJBI) ISSN: 2730-2717 (online)

Main subject category:

- 1) สังคมศาสตร์ (Social Sciences)

Subject Areas:

- 1) Business, Management and Accounting
- 2) Economics, Econometrics and Finance

Sub-Subject Areas:

1. General Business, Management and Accounting
2. Management of Technology and Innovation
3. Strategy and Management
4. Organizational Behavior and Human Resource Management
5. General Economics, Econometrics and Finance and Accounting

นโยบายการจัดพิมพ์

- วารสารสุทธิปริทัศน์มุ่งเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิชาการและบทความวิจัยที่มีคุณภาพ
- บทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้องไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่นๆ
- บทความวิชาการ มุ่งเน้นบทความที่เสนอแนวความคิดหรือผลการทบทวนวรรณกรรม หรือบทความที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจหรือกระตุ้นการวิจัยต่อเนื่องในหัวข้อวิชาการที่สำคัญต่างๆที่เกี่ยวข้อง
- บทความวิจัย มุ่งเน้นงานวิจัยที่ช่วยทดสอบทฤษฎี แนวคิด หรือผลงานวิจัยที่ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมสำคัญต่าง ๆ ของทฤษฎีหรือแนวคิดเหล่านั้นเพื่อทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจ หรือสามารถนำไปทำวิจัยต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างได้
- วารสารยินดีตีพิมพ์งานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยในหลากหลายรูปแบบที่ช่วยสร้างองค์ความรู้ที่สำคัญหรือที่มีผลกระทบต่อสังคมวิชาการในวงกว้าง

กระบวนการคัดเลือกบทความ ค่าธรรมเนียม การเตรียมต้นฉบับ

วารสารสุทธิปริทัศน์จัดให้มีกระบวนการในการคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพตามวิธี Double – Blinded Peer Review Process ซึ่งมีกระบวนการดังต่อไปนี้

- บทความที่ส่งเข้ามาจะผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการ และถูกส่งไปยังผู้ชำนาญการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ) ในสาขาวิชานั้น ๆ เพื่อเป็นผู้อ่านประเมินบทความ (Peer Review) **จำนวนอย่างน้อย 3 คน**
- ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านประเมินบทความ และเป็นผู้ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะว่าบทความนั้น ๆ สมควรจะได้รับการยอมรับ โดยไม่มีเงื่อนไข หรือ ยอมรับโดยมีเงื่อนไขให้แก้ไข และนำเสนอผลประเมินภายใน 4-6 สัปดาห์ ผู้เขียนจะต้องทำการแก้ไขและนำเสนอบทความที่แก้ไขนั้นอีกครั้งภายใน 15 วัน หลังจากได้รับผลการประเมิน (มิฉะนั้นจะถือว่าไม่ประสงค์จะตีพิมพ์)

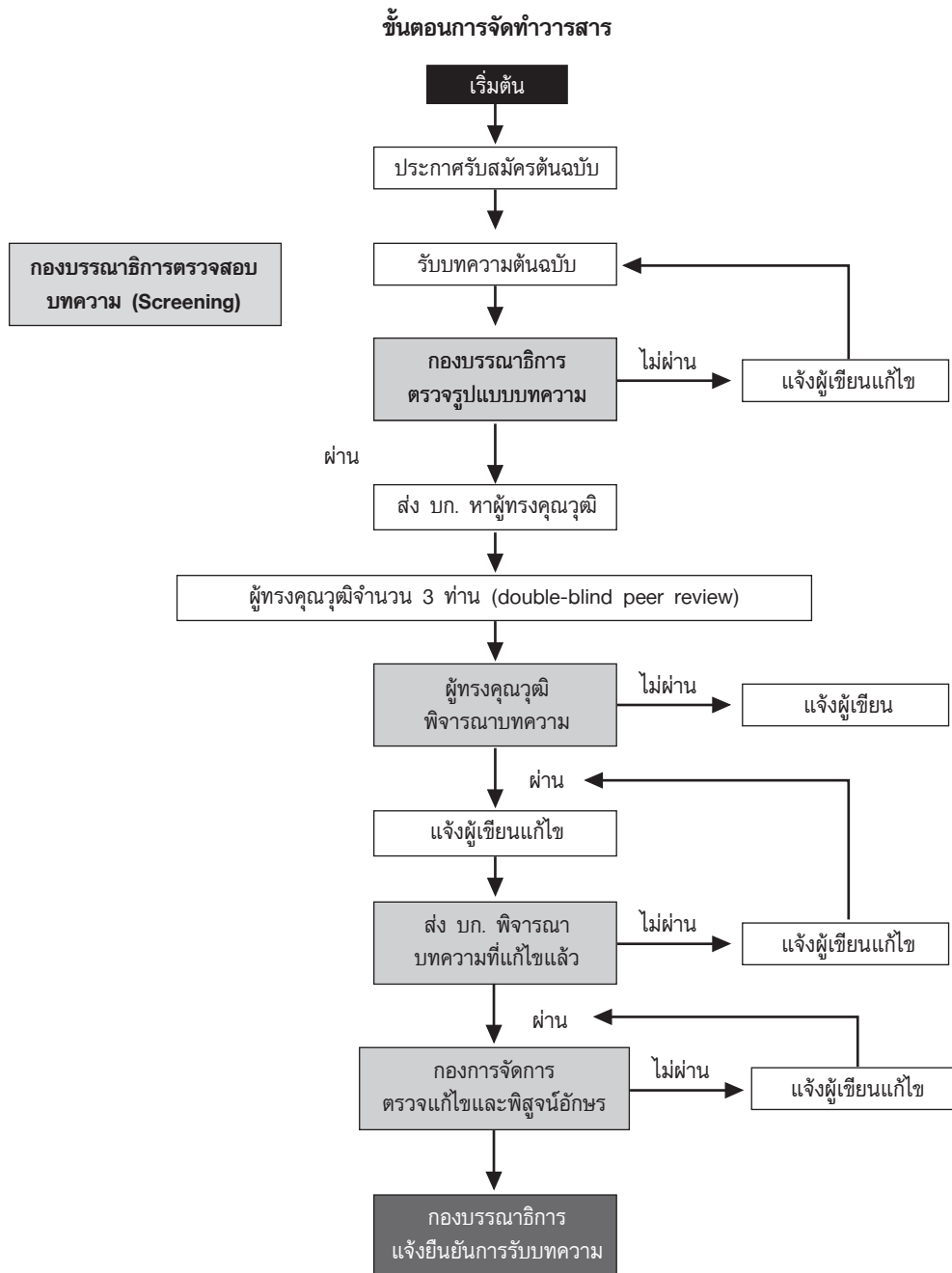
- ในกรณีบทความที่แก้ไขแล้วจากผลประเมินแบบ major revision ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความจะต้องพิจารณาอีกครั้งหนึ่งว่าบทความที่แก้ไขแล้วดังกล่าวเป็นที่ยอมรับเพื่อการตีพิมพ์ได้
- กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายที่จะตอบรับการตีพิมพ์หรือไม่ หากปรากฏมีความไม่สอดคล้องของผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 2 ท่าน
- บทความสามารถจัดทำเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น และผ่านการตรวจพิสูจน์อักษรเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดในข้อความและการพิมพ์
- ในกรณีที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษ บทความดังกล่าวต้องผ่านการตรวจการใช้ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษโดยผู้ชำนาญมาแล้ว
- นอกจากนี้กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการตีพิมพ์หากค้นพบว่าบทความได้รับการตีพิมพ์ในแหล่งอื่นมาก่อนแล้ว หรือเป็นการลอกเลียนมาจากแหล่งอื่น หรือเข้าข่าย Plagiarism ตามหลักสากล
- บทความทุกชิ้นจะต้องผ่านกระบวนการพิจารณา และทางกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธไม่รับบทความหรือผลงาน ไม่ว่าจะเป็นบทความรับเชิญหรือในกรณีอื่น
- ทุกบทความที่ได้ผ่านการคัดเลือกเพื่อพิมพ์เผยแพร่จะเป็นกรรมสิทธิ์ของวารสารสุทธิปริทัศน์
- กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เขียนทราบภายในระยะเวลา 6 - 8 สัปดาห์ หากได้รับผลประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิตรงตามกำหนดเวลา
- กองบรรณาธิการไม่รับผิดชอบข้อผิดพลาดในบทความ ที่เกิดจากความผิดพลาดของผู้เขียน
- ในการจัดทำบทความผู้เขียนจะต้องจัดทำบทความในรูปแบบที่ทางวารสารสุทธิปริทัศน์กำหนดไว้ โดยสามารถดาวน์โหลดรูปแบบและส่งบทความผ่านระบบ Online Submission ได้ทางเว็บไซต์ของวารสาร <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUsthiparithatJournal>
- หากกองบรรณาธิการรับบทความไว้พิจารณา ทางกองจัดการวารสารจะแจ้งผลไปให้ผู้เขียนเพื่อชำระเงินเป็น **ค่าจัดการลงบทความในอัตรา 5,000 บาท ต่อ 1 บทความ**
- เมื่อบทความได้รับการตีพิมพ์ ผู้เขียนสามารถ Download วารสารเรื่องนั้นๆ ในฉบับที่บทความนั้นตีพิมพ์ได้จากเว็บไซต์ของวารสาร

ขั้นตอนการดำเนินการลงบทความในวารสารสุทธิปริทัศน์

1. ผู้ส่งบทความส่งบทความผ่านทางระบบจัดการวารสารออนไลน์ THAIJO ที่ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUsthiparithatJournal/about/submissions>
2. บรรณาธิการได้รับต้นฉบับบทความ และพิจารณาว่าสมควรรับบทความพิจารณาหรือไม่ โดยพิจารณาว่าผู้ส่งบทความดำเนินการตามนโยบายการจัดพิมพ์และแนวทางการจัดเตรียมบทความ ถ้าบรรณาธิการรับบทความไว้พิจารณา กองจัดการวารสารจะแจ้งผลไปยังผู้ส่งบทความเพื่อชำระเงิน**ค่าจัดการลงบทความในอัตรา 5,000 บาทต่อ 1 บทความ** ผ่านระบบจัดการวารสารออนไลน์ THAIJO
3. ผู้ส่งบทความส่งแบบฟอร์มเสนอลงบทความ พร้อมหลักฐานการชำระเงิน ค่าจัดการลงบทความตามอัตราที่แจ้งไว้ข้างต้นผ่านระบบจัดการวารสารออนไลน์ THAIJO
4. กองจัดการวารสารตรวจสอบการชำระเงินและส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความจำนวน 3 ท่าน ทำการประเมินแบบ Double-blinded peer review ทั้งนี้กองจัดการวารสารจะแจ้งผลการประเมินบทความภายใน 4 - 6 สัปดาห์ หากได้รับผลการประเมินบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิ แต่ถ้อยบทความนั้นมีการประเมินรอบที่ 2 จากผู้ทรงคุณวุฒิ กองจัดการวารสารจำเป็นต้องขยายเวลาการแจ้งผลออกไปอีก
5. ผู้ส่งบทความจะได้รับ**จดหมายตอบรับการตีพิมพ์**หลังจากบรรณาธิการได้รับทราบผลการประเมินบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิ และได้ตรวจสอบแล้วว่าผู้ส่งบทความแก้ไขบทความตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และตามแนวทางการจัดเตรียมบทความ โดยผู้ส่งบทความต้องแก้ไขบทความ และส่งกลับมายังกองจัดการวารสารผ่านระบบจัดการวารสารออนไลน์ THAIJO
6. วารสารจะส่งใบตอบรับและใบเสร็จชำระเงินค่าจัดการลงบทความให้แก่ผู้ส่งบทความตามช่องทางต่างๆ

หมายเหตุ

- หากบทความนั้นได้ผ่านกระบวนการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับการปฏิเสธให้ตีพิมพ์เผยแพร่ ทางกองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ขอสงวนสิทธิ์**ไม่คืนค่าจัดการลงบทความ**ให้แก่ผู้ส่งบทความ
- หากถ้อยบทความของผู้ส่งอยู่ระหว่างการดำเนินการในขั้นตอนประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว แต่ผู้ส่งบทความขอยกเลิกการลงบทความนั้น ทางกองจัดการวารสารขอสงวนสิทธิ์**ไม่คืนเงินค่าจัดการลงบทความ**ให้แก่ผู้ส่งบทความไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น



คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

รูปแบบการพิมพ์บทความ

บทความต้นฉบับจะต้องทำส่งมาในรูปแบบ ดังต่อไปนี้

- ขนาดกระดาษ จัดพิมพ์ลงโปรแกรม Microsoft Word กระดาษ A4
- ขอบกระดาษ เว้นระยะ 1 นิ้ว ทุกด้าน
- การตั้งค่าระยะบรรทัดให้ใช้ค่าตามปกติ คือ 1 เท่า หรือ 1 Single
- จำนวนหน้า ไม่เกิน 12 หน้า ขนาดกระดาษ A4 (รวม ชื่อเรื่อง รูปและตารางที่เกี่ยวข้อง บรรณานุกรม และภาคผนวก)

หากมีจำนวนหน้าเกินกว่านั้น หลังทำการแก้ไขตามคำแนะนำของผู้อ่านประเมินบทความเสร็จสิ้นแล้ว ผู้เขียนต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมสำหรับหน้าที่เกิน หน้าที่ละ 300 บาท (อนุญาตให้ไม่เกิน 3 หน้า เท่านั้น)

- **ใส่เลขหน้า** กำหนดมุมบนซ้าย ขนาด 14 point ทุกหน้า
- **ตัวอักษร Browallia New** ตามหัวข้อที่กำหนดดังนี้

ชื่อเรื่อง (Title)

- ภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 18 point กำหนดชิดซ้าย ตัวหนา
- ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ทุกตัว
- ควรให้มีความกระชับให้มากที่สุด

ชื่อ-ที่อยู่และประวัติผู้เขียน (ทุกคน)

- ชื่อ-ที่อยู่และประวัติผู้เขียน ภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 14 point กำหนดชิดซ้ายทั้งหมดประกอบด้วยผู้เขียน ตำแหน่งงาน หน่วยงานที่สังกัด ชื่อสถาบัน ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ทางไปรษณีย์ เบอร์โทรศัพท์ และ Email address

บทคัดย่อ (Abstract) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ต้องผ่านการตรวจพิสูจน์โดยผู้ชำนาญ)

- ชื่อ “บทคัดย่อ” และ “Abstract” ขนาด 16 point กำหนดกึ่งกลาง ตัวหนา เว้น 1 บรรทัด
- Text บทคัดย่อภาษาไทย – อังกฤษขนาด 14 point
- ย่อหน้า 0.5 นิ้ว
- ความยาวของบทคัดย่อแต่ละภาษาควรอยู่ระหว่าง 200-250 คำและมีเนื้อหาที่ตรงกัน
- ความยาวรวมไม่เกิน 1 หน้า นับรวมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ **โดยต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่ในหน้าเดียวกัน** เนื้อหาในบทคัดย่อควรระบุวัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัยและบทสรุปโดยย่อ

คำสำคัญ (Keywords)

- พิมพ์ต่อจากส่วนบทคัดย่อ และอยู่ในหน้าเดียวกันกับบทคัดย่อ ทั้งภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 14 point
- ใช้ศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถานและเป็นคำหลักที่ใช้ในการอ้างอิง ค้นหา ไม่เกิน 5 คำ

เนื้อหา (Body) ประกอบด้วย

- ขนาด 14 point พร้อมเลขหน้ากำหนดมุมบนด้านขวา
- ย่อหน้า 0.5 นิ้ว
- บทนำ
- วัตถุประสงค์ (การวิจัย)
- แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (หากเป็นบทความวิจัยต้องมีการนำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย)
- วิธีการดำเนินการวิจัย (หากเป็นบทความวิจัย)
- ผลการวิจัยและอภิปรายผล
- บทสรุปและข้อเสนอแนะ
- บรรณานุกรม (ใช้รูปแบบ APA Style และผ่านการตรวจสอบผิดพลาดในข้อความและจากการพิมพ์)

- **การแสดงผลภาพและรูปภาพ (Figure)** ให้พิมพ์คำว่า “ภาพที่...” ตามด้วยลำดับที่ของภาพ 1, 2, 3... ใต้ด้านล่างของภาพหรือรูปนั้นพร้อมชื่อรูปภาพ โดยให้ใช้สีขา-ดำเท่านั้น หรือ หากผู้เขียนต้องการตีพิมพ์รูปภาพสีผู้เขียนต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมหน้าละ 500 บาท

- **การพิมพ์ตาราง (Table)** ให้พิมพ์คำว่า “ตารางที่...” ตามด้วยลำดับที่ของตาราง 1, 2, 3... ใต้ด้านบนของตาราง และมีชื่อตาราง

- **การเขียนบรรณานุกรม (Bibliography)** ใช้รูปแบบ APA Style (อ่านรายละเอียดได้จากเมนูขั้นตอนการส่งบทความที่เว็บไซต์ของวารสาร <http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal-agree>)

หมายเหตุ ท่านสามารถดาวน์โหลดตัวอย่างบทความได้จากเมนูวารสารย้อนหลังที่เว็บไซต์ <http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal-search> หรือ Facebook: <https://www.facebook.com/suthiparithat/>

จริยธรรมการตีพิมพ์ผลงานในวารสาร (Publication Ethics)

วารสารสุทธิปริทัศน์ จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเผยแพร่งานทางวิชาการในประเภทบทความวิจัย บทความวิชาการ ให้กับอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา บุคลากรภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัยที่สนใจ เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดผลงานวิจัยและผลงานวิชาการ ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารทางวิชาการเป็นไปอย่างถูกต้อง สอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์ระดับนานาชาติ จึงได้กำหนดแนวทางวิธีปฏิบัติที่ดีและจริยธรรมของการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย ตามข้อกำหนดของ Committee on Publication Ethics (COPE) สำหรับการดำเนินงานของวารสารสุทธิปริทัศน์ ตามบทบาทหน้าที่สำหรับบุคคล 3 กลุ่ม อันได้แก่ บรรณาธิการ (Editor) ผู้เขียน (Author) และ ผู้ประเมินบทความ (Reviewer) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการมีหน้าที่ดำเนินงานวารสารให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของวารสาร ปรับปรุงและพัฒนาวารสารให้ได้มาตรฐานสากลอย่างสม่ำเสมอ
2. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อเข้ารับการพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาคุณภาพและเนื้อหาของบทความที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร
3. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการตรวจสอบความซ้ำซ้อนหรือการคัดลอกผลงานของผู้อื่น (Plagiarism) ในบทความตามเกณฑ์กำหนดของวารสารเพื่อไม่ให้บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารมีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ และเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการ หากตรวจสอบพบความซ้ำซ้อนหรือการคัดลอกผลงานของผู้อื่นในกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนหลักทันทีเพื่อขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้น ๆ หากบรรณาธิการตรวจพบว่า บทความมีการลอกเลียนบทความอื่นโดยมิชอบ หรือมีการปลอมแปลงข้อมูล ซึ่งสมควรถูกถอดถอน แต่ผู้เขียนปฏิเสธที่จะถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอนบทความได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียน ซึ่งถือเป็นสิทธิและความรับผิดชอบต่อบทความของบรรณาธิการ
4. บรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลประเมินของผู้ประเมิน รวมไปถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
5. บรรณาธิการยึดมั่นหลักจริยธรรมสากลในการตีพิมพ์บทความในวารสาร และให้ความสำคัญกับการป้องกันผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างบรรณาธิการ เจ้าหน้าที่วารสาร ผู้เขียน ผู้ประเมินบทความ และสมาชิกกองบรรณาธิการ
6. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่แหล่งตีพิมพ์อื่นมาแล้ว และไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความโดยใช้เหตุผลและความรู้สึกส่วนตัว
7. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียน (authors) และผู้ประเมินบทความ (reviewers) แก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง โดยจัดให้มีการกระบวนการกลั่นกรองผลงานในลักษณะแบบไม่เปิดเผยทั้งสองฝ่าย (double-blind peer review)
8. ในกรณีที่มิชอบร้องเรียนของ ผู้निพนธ์ ผู้อ่าน ผู้ประเมิน เกี่ยวกับการผิดจริยธรรม/จรรยาบรรณการตีพิมพ์ ทั้งในระหว่างกระบวนการประเมินบทความ ไปจนถึงภายหลังการตีพิมพ์แล้ว บรรณาธิการต้องแต่งตั้งคณะกรรมการจริยธรรมการตีพิมพ์อย่างน้อย 3 คน โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกอย่างน้อย 1 คน เพื่อพิจารณาข้อร้องเรียนนั้น หากตรวจสอบพบการผิดจริยธรรม/จรรยาบรรณการตีพิมพ์ใดๆ ภายหลังการดำเนินการตรวจสอบแล้วอย่างโปร่งใสและพิสูจน์ได้ บรรณาธิการต้องดำเนินการยุติการผิดจริยธรรม/จรรยาบรรณการตีพิมพ์ดังกล่าวด้วยความโปร่งใส เช่น ยุติการพิจารณาบทความดังกล่าว เพิกถอนบทความนั้น เป็นต้น

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน (Duties of Authors)

1. ผู้เขียนต้องไม่ตีพิมพ์บทความซ้ำซ้อน รวมถึงไม่นำต้นฉบับที่ยังอยู่ในกระบวนการประเมินของวารสารไปส่งวารสารอื่น
2. ผู้เขียนต้องไม่คัดลอกผลงานและข้อความของผู้อื่น เช่น ภาพ หรือ ตาราง มาทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่า เป็นผลงานหรืองานเขียนของตนเอง โดยต้องมีการอ้างอิงผลงานของผู้อื่น หากมีการนำผลงานนั้น มาใช้ในบทความของตนเอง
3. ผู้เขียนต้องให้ความสำคัญกับรูปแบบการเขียนบทความตามที่วารสารกำหนดไว้ โดยเฉพาะรูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิง
4. ผู้เขียนต้องไม่สร้างข้อมูลเท็จ หรือปลอมแปลง ตกแต่งข้อมูล หรือเลือกแสดงข้อมูลเฉพาะที่สอดคล้องกับข้อสรุป และนำมาเขียนในบทความ
5. ต้องไม่อ้างอิงเอกสารวิชาการที่ผู้เขียนไม่ได้อ่านมาอ้างอิง หรือใส่ไว้ในเอกสารอ้างอิง

6. ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการทำวิจัยในต้นฉบับ และระบุเฉพาะชื่อผู้จัดทำหรือผู้เกี่ยวข้องกับบทความวิจัยนั้นเท่านั้น
7. ผู้เขียนที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคน ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการบทความจริง
8. ผู้เขียนต้องแจ้งบรรณาธิการทันทีหากพบความผิดพลาดในงานวิจัย ที่ส่งผลกระทบต่อสรุปรายงานวิจัยของต้นฉบับที่อยู่ในกระบวนการประเมิน หรือบทความที่ตีพิมพ์ไปแล้ว
9. หากบทความวิจัยนั้น เป็นการวิจัยในคนหรือสัตว์ทดลอง ผู้เขียนต้องแนบหนังสือรับรองจริยธรรมจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์หรือสัตว์ทดลองมาพร้อมต้นฉบับ ทั้งนี้ การอนุมัติให้ลงตีพิมพ์ขึ้นอยู่กับพิจารณาจากกองบรรณาธิการวารสารฯ ถือเป็นที่สุด

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินต้องไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียน และตัวผู้ประเมินเองแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง รวมถึงไม่เปิดเผยตัวตนว่าเป็นผู้ประเมินบทความนั้นๆ
2. ผู้ประเมินต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความที่กำลังพิจารณา
3. ผู้ประเมินควรรับพิจารณาเฉพาะบทความที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเท่านั้น และต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนต่อบทความที่กำลังพิจารณา
4. ผู้ประเมินควรคำนึงถึงคุณภาพบทความตามหลักวิชาการและจริยธรรมสากลเป็นหลัก โดยพิจารณาความสำคัญ ความใหม่ คุณค่าของเนื้อหาในบทความ ใช้ความเชี่ยวชาญเพื่อวิเคราะห์คุณภาพและความเข้มข้นของผลงาน โดยปราศจากอคติหรือความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลทางวิชาการรองรับ เป็นเกณฑ์ในการตัดสิน
5. กรณีผู้ประเมินพบว่า บทความที่ประเมินเป็นบทความที่มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนผลงานอื่น ผู้ประเมินต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที
6. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาระยะเวลาในการประเมินพิจารณาบทความตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด



ใบสมัครสมาชิกและใบสั่งซื้อวารสารสุทธปริทัศน์

ชื่อ-นามสกุล.....
 สถานที่จัดส่งวารสาร.....
 เลขที่..... หมู่ที่..... ตรอก/ซอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
 อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
 สถานที่ติดต่อ.....

โทรศัพท์(มือถือ)..... โทรศัพท์(บ้าน/ที่ทำงาน).....

Email:.....

กำหนดออกวารสาร ปีละ 4 ฉบับ ฉบับที่ 1 ม.ค.-มี.ค. ฉบับที่ 2 เม.ย.-มิ.ย.
 ฉบับที่ 3 ก.ค.-ก.ย. ฉบับที่ 4 ต.ค.-ธ.ค.

ประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกวารสาร"สุทธปริทัศน์" ☐ 1 ปี ☐ 2 ปี ☐ 3 ปี

☐ สถานภาพสมาชิก ☐ สมาชิกใหม่ เริ่มเป็นสมาชิกตั้งแต่ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....
 ถึงปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....
☐ สมาชิกเก่า ต่ออายุสมาชิกตั้งแต่ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....
 ถึงปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อัตราค่าสมาชิกฉบับละ 550 (รวมค่าจัดส่ง)

- ☐ 1 ปี จำนวน 4ฉบับ เป็นเงิน 2,200 บาท
- ☐ 2 ปี จำนวน 8ฉบับ เป็นเงิน 4,400 บาท
- ☐ 3 ปี จำนวน 12ฉบับ เป็นเงิน 6,600 บาท

☐ สั่งซื้อเป็นรายฉบับ ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ
 ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ
 ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ
 ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน.....บาท (ตัวอักษร)บาท

ออกใบเสร็จในนาม.....

วิธีชำระเงินค่า ☐ โอนเงิน ธนาคารกสิกรไทย เลขที่บัญชี 647-200111-4 ชื่อบัญชี"มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
 สมัครสมาชิกโดย "สาขาเออร์เบินสแควร์ ประเภทออมทรัพย์

☐ ธนาคารดิจิทัล "มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์" (ปทจ.หลักสี่)

ส่งหลักฐานการโอนเงิน เจ้าหน้าที่ของจดหมายถึง กองบรรณาธิการวารสารสุทธปริทัศน์ (ศูนย์บริการวิจัย)
 เลขที่ 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ จ.กรุงเทพฯ 10210 (ระบุสมัครสมาชิก/ต่ออายุ/สั่งซื้อรายฉบับ)
 หรือส่งแฟกซ์/Email dpujournal@dpu.ac.th (ระบุสมัครสมาชิก/ต่ออายุ/สั่งซื้อรายฉบับ ในใบPay in)

โทร. 02954-7300 ต่อ 646, 636

Email: dpujournal@dpu.ac.th

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....



แบบฟอร์มเสนอส่งบทความ วารสารสุทธิปริทัศน์

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ).....

ชื่อ-นามสกุล (ผู้เขียนหลัก คนที่ 1).....

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-mail.....

ชื่อ-นามสกุล (ผู้เขียนร่วม คนที่ 2).....

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-mail.....

ชื่อ-นามสกุล (ผู้เขียนร่วม คนที่ 3).....

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-mail.....

ประเภทบทความที่ขอส่ง ☐ บทความวิจัย (Research article) ☐ บทความวิชาการ (Academic article)

ถ้าบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย คุชกรีนินพนธ์ หรืออื่น ๆ โปรดระบุ.....

☐ งานวิจัย/วิชาการชื่อเรื่อง.....

☐ วิทยานิพนธ์ (คุชกรีนินพนธ์) ชื่อเรื่อง.....

☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่าบทความนี้และสัญญาว่า เป็นผลงานที่ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ที่ใดมาก่อนและไม่
นำไปตีพิมพ์ลงในวารสารอื่นซ้ำอีกและเป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมตามชื่อที่ระบุในบทความตามจริงและยอมรับเงื่อนไข
ของกองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ทุกประการ กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง
ภาพ กราฟ และหรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ให้เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมแต่เพียงฝ่ายเดียว"

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

วิธีชำระเงินค่าลงบทความ 5,000 บาท ชำระเงินเมื่อบรรณาธิการตอบรับบทความของท่านผ่านขั้นตอนที่ 2

โดยแจ้งผลทาง Email / ผู้ส่งบทความสามารถสอบถามได้ด้วยตนเอง

- ☐ ธนาคารดีเอสซี "มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์" (ปจ.หลักสี่)
- ☐ โอนเงิน ธนาคารกรุงไทย เลขที่บัญชี 647-200111-4 ชื่อบัญชี "มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์"
สาขาเออร์เบินสแควร์ ประเภทออมทรัพย์
- ☐ แคมเปญรียูท ส่งจ่ายในนาม "มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์" เลขที่บัญชี 647-200111-4



ส่งหลักฐานการโอนเงินมาที่เมล dpujournal@dpu.ac.th (ค่าลงบทความ ในใบ Pay in) หรือทางไปรษณีย์ จ่าหน้า
ของถึง กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
(ศูนย์บริการวิจัย อาคารสำนักอธิการบดี 1 ชั้น 4) เลขที่ 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ จ.กรุงเทพฯ 10210
(วงเล็บมุมซอง ค่าลงบทความวารสารสุทธิปริทัศน์) ติดต่อโทร. 0 2954-7300 ต่อ 646