



SUTHIPARITHAT JOURNAL



วารสารสุทธิปริทัศน์

ปีที่ 36 ฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม 2565

(THAI - JOURNAL CITATION INDEX CENTER: TCI 2)

ISSN 2730-2717 (online)

ISSN 2730-2709 (print)

VOL 36 NO. 4 October - December 2022



dpujournal@dpu.ac.th



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



www.dpu.ac.th/dpurc/journal



วารสารสุทธิปริทัศน์

SUTHIPARITHAT JOURNAL

ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๔ ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๖๕

Volume 36 Number 4 October - December 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.นิตย์ เพ็ชรรักษ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
	คณบดีทุกคณะ/วิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บรรณาธิการ	ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พุดมิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
-------------------	---------------------------	-------------------------

กองบรรณาธิการบุคคลภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริวัศมี	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ลินทรัตนศิริกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีญา 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 คมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี เหล่าพัดจัน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ดร.พุมวิทย์ บุญนา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ดร.สินาด ตริวรรณไชย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

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

กองบรรณาธิการบุคคลภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิดา จิตรน้อมรัตน์
รองศาสตราจารย์ ดร.นิത്യ เพ็ชรรักษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล
รองศาสตราจารย์ พินิจ ทิพย์มณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทันทกานต์ ดวงรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิวัตรณ์ พิมลศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันวร จະนู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิลา พงศ์ยี่หล้า

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

กองการจัดการ

ปัทมพร โพนโส
สุดารัตน์ ชำกัตร์

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 ศิริวิรัมย์
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ลิขิตตันศิริกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ชาติไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนดี บุญลือ
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรกรณ์ ศิริประกอบ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปริยา วิบูลย์เศรษฐ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม
รองศาสตราจารย์ ดร.มาฆะ ชิตตะสังคะ
รองศาสตราจารย์ ดร.เริงชัย ดันสุชาติ
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
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก (ต่อ)

รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ

รองศาสตราจารย์ วิรัช สงวนวงศ์วาน

รองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย

รองศาสตราจารย์ ศิริพร ลัจจานันท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรศุทธิ์ ขอฟ่วงกลาง

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.จิรพรรณ ปลั่งพงษ์พันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชานนท์ โกมุทพุดพิงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ต่อพงศ์ กิตติยานุพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ กฤษเจริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนศักดิ์ สายจำปา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงคินี จันทร์จรัส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนันท์ ศุภศิริพงษ์ชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน ไส้ตั่วไกล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา ลิทธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยจิรา ชีรเวทย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา กองจันทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองสิน วิเศษศิริ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลอย สิบวิเศษ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภา ปิตินันต์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรุณา ไบโล่วส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาตาลักษณ์ เสรมะธากุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธพล วิเชียรอินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริ บวรกิตติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณภรณ์ ไทยม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แววดา 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.ลลิตา วงศ์ทองคำ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี เหล่าพัดจัน
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริย์ เข้มทอง
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไสว พักขาว
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อสมมา คัมภีรานนท์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศดรกร ไชยพงษ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกบุญ วงศ์สวัสดิ์กุล
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถพล อนันตวรสกุล
 ดร.กัลยา ขาวบ้านแพ้ว
 ดร.จินตณีย์ ไพโรจน์
 ดร.ประสิทธิ์ เขียวศรี

ดร.พุดวิทย์ บุณนาค
 ดร.ม.ล. กุณฑลรัตน์ ทวีวงศ์
 ดร.มานิต บุญประเสริฐ
 ดร.ละเอียต ศิลาน้อย
 ดร.วนิดา พลเดช
 ดร.วินัย หอมสมบัติ
 ดร.วิมลลา ผ่องแผ้ว
 ดร.สมปรารถนา รัตนกุล
 ดร.สัตยะพล ลัจจ์เดชะ
 ดร.ลินาต ตริวรรรณไชย
 ดร.สุขยีน เทพทอง
 ดร.สุเทพ นิมสาय
 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 จิตรน้อมรัตน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริภัสสรศรี วงศ์ทองดี
รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย บุญประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ พินิจ ทิพย์มณี
รองศาสตราจารย์ พิพัฒน์ ไทยอารี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรภิรมย์ โกลลารขุน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ

[illegible]

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายใน (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิฏฐิรัตน์ พิมลศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินสุดา ลีธีรวัชรศรี

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 ขอเจริญ

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

บทความวิจัย

การบูรณาการหลักการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 1

และการบริหารการปฏิบัติงานบริการในการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว : บริบทประเทศไทย /

INTEGRATING PRINCIPLES OF SERVICE MARKETING AND SERVICE
OPERATION MANAGEMENT IN LONG TERM CARE : THAILAND CONTEXT

เปรมจิตร คุรานา

Premchit Khurana

ปติมา จิตต์ภักดี

Patima Jitpakdee

เบญจมาศ ถาดแสง

Benchamat Thatsaeng

การเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนในจังหวัดเชียงราย 20

และจังหวัดน่าน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ /

A COMPARATIVE STUDY OF THE HEALTH TOURISM POTENTIAL FOR
COMMUNITY-BASED TOURISM IN CHIANG RAI AND NAN PROVINCES :
IMPLEMENTATION OF THE NEW NORMAL FOR TOURISM

ธีรพันธ์ ทศนิยม

Teerapun Tadniyom

พีรดาญ์ ศรีจันทร์

Peeradone Srichan

อรรคมพร กีก้างพลู

Akkhaporn Kokkhangplu

ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดีกับผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น 37

ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ /

THE RELATIONSHIP BETWEEN GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND
RETURNS ON SHAREHOLDERS OF COMPANIES LISTED ON THE STOCK
EXCHANGE OF THAILAND AND THE MARKET FOR ALTERNATIVE INVESTMENT

กรกัญญา เทพวีระกุล

Konkanya Thepveerakul

ธนิดา จิตร์นอมรัตน์

Thanida Chitnomrath

สารบัญ Contents

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ กรณีศึกษา : บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค / A RELATIONSHIP BETWEEN FINANCIAL PERFORMANCE AND RETURNS OF SECURITIES CASE STUDY : COMPANIES LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND ENERGY AND UTILITIES GROUP	51
--	----

ชัยวัฒน์ เทพวีระกุล

Chaiwat Thepveerakul

ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์

Thanida Chitnomrath

ตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงิน ตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์ทางการเงิน ลักษณะของกิจการ ที่เสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก และการจัดการกำไรหลังเข้าตลาดทุน ของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย / FINANCIAL INDICATORS, NON-FINANCIAL INDICATORS, FIRM CHARACTERISTICS OF INITIAL PUBLIC OFFERINGS, AND POST-IPO EARNINGS MANAGEMENT OF LISTED FIRMS IN THAILAND	65
---	----

มงคล ฉีกดפקแว่น

Mongkol Shiadphukwan

พัทธนันท์ เพชรเชิดชู

Pattanant Petchchedchoo

ศิริเดช คำสุพรหม

Siridech Kumsuprom

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร / FACTORS INFLUENCING THE PURCHASE DECISION OF KETOGENIC FOOD'S CONSUMERS IN BANGKOK	85
--	----

กุลณภัชร บุญทวี

Kunnapat Boonthawee

สายพิน ปั่นทอง

Saiphin Panthong

สารบัญ Contents

ปัจจัยในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารชาวไทย ในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19 /	101
---	-----

FACTORS IN THE RESUMPTION OF AIR TRAVEL SERVICES FOR THAI
PASSENGERS DURING THE COVID-19 CRISIS

ณัฐพงศ์ ประกอบการดี

Nutthapong Prakobkandee

วรangkan ไกรเพชร

Warangkana Kraipetch

รัชดา รื่นรวย

Ratchada Ruenruoy

ผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง /	122
---	-----

SUCCESSFUL RESULTS OF RESOURCE SHARING SERVICES IN PRIVATE
HOSPITALS LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND BY STRUCTURAL
EQUATION MODEL

ณภัทรพร รอดชะ

Napatporn Rodcha

ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์

Sivanun Sivapitak

ปิยะวิทย์ ทิพรส

Piyavit Thipbharos

สุรวี คุณาลัย

Suravee Sunalai

แนะนำหนังสือ

ยล เยี่ยม เยื่อน เหยา: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	139
---	-----

สุวัชร ศรีจงแสง

Suwaphat Sregongsang

บทบรรณาธิการ

วารสารสุทธิปริทัศน์ มุ่งเน้นตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและบทความวิจัยจากบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจและนวัตกรรม วารสารได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 36 ปัจจุบันนับเป็นฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2565 ทำการตีพิมพ์บทความวิจัยและบทความวิชาการ ที่มีความหลากหลายทางด้านธุรกิจและนวัตกรรมที่น่าติดตาม

หนังสืออ่านประจำฉบับนี้ได้แก่ “ยล เยี่ยม เยือน หย้า : แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย อาทิเช่น ก่อให้เกิดการจ้างงาน การสร้างรายได้แก่ประเทศ ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน หนังสือเล่มนี้มีความเหมาะสมและเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา นักวิชาการ นักวิจัยรวมถึงผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้นำเอาเนื้อหาในหนังสือ ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานของทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ต่าง ๆ ได้

วารสารสุทธิปริทัศน์ยึดมั่นที่จะตีพิมพ์บทความที่หลากหลายเช่นเดิม และได้รวบรวมบทความต่าง ๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์วารสารสุทธิปริทัศน์อย่างเต็มรูปแบบ ผู้อ่านและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถมาค้นคว้า สืบค้นหาความรู้เพิ่มเติมได้ภายหลัง ขอท่านผู้อ่านจงประสบความสำเร็จ ความเจริญก้าวหน้า สืบไป

ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤตกุล
บรรณาธิการ

**การบูรณาการหลักการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
และการบริหารการปฏิบัติงานบริการในการดูแลผู้สูงอายุ
ระยะยาว : บริบทประเทศไทย**

**INTEGRATING PRINCIPLES OF SERVICE
MARKETING AND SERVICE OPERATION
MANAGEMENT IN LONG TERM CARE:
THAILAND CONTEXT**

Received: 27 June, 2022

Revised: 12 September, 2022

Accepted: 10 November, 2022

เปรมจิตร ชูรานา*

Premchit Khurana*

ปติมา จิตต์ภักดี**

Patima Jitpakdee**

เบญจมาศ ถาดแสง***

Benchamat Thatsaeng***

*อาจารย์ประจำ สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยพายัพ

*Full-Time Lecturer, Department of Hospitality Industry Management, International College, Payap University,

*Email: premchitkhurana@gmail.com

**อาจารย์ประจำ สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยพายัพ

**Full-Time Lecturer, Department of Hospitality Industry Management, International College, Payap University,

**Email: patima.jitpakdee@gmail.com

***อาจารย์ประจำ คณะพยาบาล มหาวิทยาลัยพายัพ

***Full-Time Lecturer, Faculty of Nurse, Payap University

***Email: tadsang@yahoo.co.th

บทคัดย่อ

ประเทศไทยกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ เป็นศูนย์กลางการบริการด้านการแพทย์ ประเทศจึงต้องพัฒนามาตรฐานทางการแพทย์และการดูแลผู้สูงอายุ บทความนี้ได้บูรณาการหลักการตลาดธุรกิจบริการ เข้ากับหลักการพยาบาลพื้นฐานของผู้สูงอายุในระยะยาว โดยการอภิปราย วิเคราะห์ และสังเคราะห์แบบสหวิทยาการด้านการจัดการ การดำเนินงานบริการ โดยนำกลยุทธ์การตลาดธุรกิจบริการอีก 3P ได้แก่ กระบวนการบริการ ผู้ให้และผู้รับบริการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่บริการ รวมถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการในการดูแลผู้สูงอายุ โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL มาวัดระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการในการดูแลผู้สูงอายุ บทความนี้ส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านการดูแลผู้สูงอายุโดยผู้ดูแล ผู้การที่ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองได้ รวมถึงแนะนำการจัดการบริการในการดูแลและการพยาบาลผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้ประเทศสามารถยกระดับคุณภาพการบริการให้เป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์

คำสำคัญ: การตลาดธุรกิจบริการ การดูแลผู้สูงอายุ การดูแลระยะยาว การจัดการการดำเนินงานบริการ คุณภาพการบริการ

Abstract

Thailand's strategic goal as the medical hub and retirement destination have raised awareness on the need to improve patient care and medical standards. The article aims to explore and analyze the fundamental of elderly nursing; long term care in particular; as well as applied a multi-disciplinary synthesis on elderly care's service management, an integrated approach between the field of nurse and hospitality management. The 3 additional Ps in service marketing concepts; physical evidence, process, and people; are highlighted as important tools to promote the service quality in elderly care in conjunction with the SERVQUAL model. This article also suggests a transformation from caregiver to self-care to successfully meet the goals of long-term care purpose. Fundamental concerns, guidelines, and suggestions on how to enhance the quality-of-service management for elderly care and service quality management for Thailand to succeed its goal as the medical hub will also be covered in the article.

Keywords: Service Marketing, Elderly Care, Long-term Care, Service Operation Management, Service Quality

Introduction

The United Nations in 2015 has announced the Sustainable Development Goals (SDGs) as an ongoing blueprint to achieve a better and more sustainable future for all (United Nations, 2019). At its core are the 17 Goals which are an urgent call for action by all countries; both developed and developing, and in a global partnership. The goal is to tackle global challenges such as poverty, inequality, climate, environmental degradation, prosperity, and peace and justice. The goals are interconnected, emphasizing leaving no one behind which includes the elderly person (United Nations, 2019).

Thailand has essentially become the retirement home and dream destination for senior citizens to spend their peaceful life. The boom in senior citizen care facilities has driven more investment into the real estate sector in the past few years, with various types of projects and service offerings such as nursing home, retreat facility, senior and assisted living facility (KPMG, 2018). These call for the need to raise the service quality management and operation for elder care services. Thailand's strategic goal as a medical hub has raised awareness on the need to improve the patient care and medical standards. These include general and elderly nursing standards and nursing service management both management and operation to meet the national goals. In recent years, tourist expenditures from health tourism have considerably contributed to the country's GDP. Thailand has earned regional recognition and played a leading role in medical service provider, medical care, and patient treatment in Asia (Thailand Board of Investment, 2016). According to Post Reporters (2019) the country ranked number 6th in Best Healthcare Provider in 2019. This has drawn tremendous overseas investment in medical devices and put forward multiple new and expansion projects of medical facilities in both Bangkok and other regions including key provinces.

With respect to the principles of elderly care and as part of the small mechanism to gear towards the goal "Thailand as the medical hub" and prepare our people for the current aging society, various academic fields shall work towards synergy and integrate their field knowledge to improve the quality life of the senior citizens by providing a quality service for elderly. Therefore, this article aims to discuss a multi-disciplinary synthesis on elderly care's service management, an integrated approach between the field of nurse and hospitality management in Thailand. Key contemporary principles, concepts of service marketing, service operational management, service quality, and elderly care will be presented. Emphasizing the principle of elderly care in particular "long term care" which is a nursing care for elderly in the dependency stage of older adults, who require not only advance, but also long-term care. Elderly for example who are in suffer and deprivation from chronic diseases, previous accidents, or disability, including those who are assisted elderly who have received care in various forms; both in formal and informal; performed by social and public healthcare professionals, family members, volunteers, friends, and neighbors.

Objectives

1. To explore and analyze the fundamentals of elderly nursing; long term care in particular; as well as integrate an approach from the hospitality marketing field.
2. To discuss a multi-disciplinary synthesis on elderly care's service management, an integrated approach between the field of nurse and hospitality management. The 3 additional Ps in service marketing concepts; physical evidence, process, and people; will also be discussed.
3. To provide key knowledge essentials to promote the service quality in elderly care and suggestions on how to enhance the quality-of-service management of elderly care, and service quality management.

Thailand's Aging Society

Thailand in 2020 entered an aging society, when elderly accounted for 20% of total population or 13 million (อังคณา สุเมธสิทธิ์กุล, 2561; Laongkul, 2019). A similar phenomenon is being faced by many countries, led by Japan. In less than 10 years from now Thailand had entered the full term of aging society, when 1 out of 5 of the total population will be in this age group. The elderly number will be reaching 14.1 million in 2023 (Tangtenglam & Pongpanich, 2021). According to Thailand's National Statistic Office Report (2017) 15.45% of Thai population were elderly, and out of that 5% were in dependency stage and cannot perform their daily routine. Especially 19% of them were 80 years of age and above (Kantachote & Wiroonsri, 2022).

An aging society has brought multiple impacts, not only in terms of economic and socio-cultural, but also impact on the overall public health care service. As most care services will be related to degeneration of organs, illness from risky behaviors and activities, these two will become even more complex and will need more continuous assistance in the long run. Senior citizen care requires well planning and cooperation across multiple sectors and units. Public awareness importantly needs to be raised on how one could prepare themselves well as they move with quality living along their 5 aging stages in older adults: from 1) Independence 2) Interdependence; 3) Dependency; 4) Crisis management, and 5) End of life (Lunney et al., 2003).

Older or Elderly People by Definition

In Thailand, according to the National Elderly Act, 2003 Section 3, an older and elderly person is a person who has Thai nationality with > 60 years of age. There are 3 phases; 1) young-old 60-69 years of age; 2) medium-old 70-79 years of age; and 3) old-old 80 years of age and above (World Health Organization, 2016).

Active Aging means elderly people who can live independently or to perform their daily life. Their abilities to perform physical, mental, and social activities as they move along the aging stages in life, according to the stated basic human rights of older adults (such as the rights to; access public transportation, independence, social

participation, dignity, care, and self-fulfillment). Successful aging means elderly people who have succeeded in life as they become active aging. Active aging means ones who maintain good health, good mental and brain function, recognize one's ability well, well-connected to social without social isolation and preventing oneself from any risky chances to illness and disability. They will receive social support, when necessary.

Proactive Role of Nurse, Caregiver, Family and Society in Elderly Care

A broad as well as in-depth knowledge in the principles of elderly care (both wellness and illness), public policy, laws related to elder people, health care and social security services are the prerequisite for a nurse and a caregiver. The aforementioned areas are equally important. Nurses will; therefore, be able to provide proper care services from promoting, preventing, restoring, and rehabilitating, and nursing from immediate, short-term, to long term-care and until ones enter the end-of-life stage, including their preparation each stage. It is necessary for nurses and caregivers to build an effective and well-connected services from the medical facilities, patient's homes, and the community.

Entering the aging society, the health care service provider needs to take a proactive role. Restoration must be the primary goal. Restoration means the attempt to prolong /delay/stretch a life span without disability, the stage that one can perform their own routine daily life: if possible. Immediate care, geriatric syndrome, and functional decline are also included (ประคอง อินทรสมบัติ และคณะ, 2556).

Essential Elements of Elderly Care

1. Promote a quality entrance to aging life. To delay if possible that stage of ability and self-care and reduce as short as possible the time in the stage of disability (ประคอง อินทรสมบัติ และคณะ, 2556).
2. Promote healthy living, despite ones who have 1 or more chronic disease.
3. Provide support and care to ones with complicated illness and in frailty, including one's crisis stage.

In terms of a quality care for immediate care cases, the essential elements include 1) Plan for discharge and post-discharge support; 2) The restoration and rehabilitation; 3) Provide quality long-term care, and with dignity in care; 4) Provide end of life stage care.

The elderly care process above required an integrated and ongoing approach. The process requires an association with a service quality transfer between homes, community, hospitality, or nursing facility. Likewise, the provision of public healthcare and social care services must be done alongside. In terms of policy level, to be well successfully adopted, the implementation demands support and co-operation from various units across sectors to develop effective nursing care in this aging society.

Kaewkitipong (2018) and KPMG (2018) previously suggested that the country should focus on quality, availability, and efficiency of the providers of medical services when promoting health tourism in Thailand. It is clear that medical service providers can be the key success driver of the whole industry.

By principles Geriatric care, as stated by Division of Geriatric Medicine and Gerontology, Emory University (2008), is multidisciplinary. It involves interdisciplinary respect, collaboration, and communication which are essential in the care of geriatric patients and their caregivers.

Service Marketing Perspective

Elders once enter nursing and/or any other institutional facilities, they take nothing out of care and treatment but recovery, a longevity, an improvement in physical or mental condition, a relief, a sense of joy, a friendship, a warmth, to name a few. There are some physical takeaways, such as medicine, medical supplies, and patient documents for homecare for instance. Therefore, elderly care is by large a service, which is intangible and primarily delivered by service personnel or provider. These pose some challenges to service operators on how to control the service standard and quality. As most treatment processes require consent and volunteering manners of the patients, customers as a co-producer.

Kotler et al. (2003) suggested the 5 distinctive characteristics of service.

Intangibility: Unlike physical goods, services can hardly be seen, felt, touched, smelled, tasted before purchase. This poses a challenge when it comes to evaluating, promoting, and selling services, particularly at the pre-purchase of service. That's why metaphor, word-of-mouth, review, service guarantee, and customer testimonials are important for marketing of service.

Inseparability: This characteristic has posed challenges to service providers and organizations to constantly maintain their service standard and therefore the service quality. On the opposite side this allows service providers to establish a relationship with patients while trust, volunteer, confidence, cross-purchase could be built.

Customer participation in service process: The presence of a customer as a participant in the service process; and frequently at the service shop, requires attention to facility design, interior decor, furnishings, layout, noise and even color. Not only that customer can play an active part in the service process, knowledge, experience, motivation and even honesty will have an impact on the performance of the service. In the case of nursing care, the active role of elderly patients in giving information, follow the instructions will greatly influence the treatment. Therefore, customer expectation, volunteering consent, role of customer in the service process, knowledge of customer is significant for service providers to discover. The abovementioned clarify the concept of customer as a co-producer. Every touch point is important. Potential fail points shall be

discovered on the spot. Then the service process shall be redesigned to minimize any future mistakes. Service failure, customer dissatisfaction or customer complaint, when any of the above occurs, an instant service recovery procedure shall be employed.

Variability: Caregivers and nurses are humans. Delivery of service is less controllable and harder to maintain consistency. Humans are against machinery and technology. Human errors could occur but the advantages to it provides an opportunity to customize the service to each individual patient, particularly elderly patient who requires a customized level of care; through the 5 aging stages in older adults: from 1) Independence; 2) Interdependence; 3) Dependency; 4) Crisis management, and 5) End of life.

Rigid working hours, stress in the workplace, and/or personal problems; for example, can cause unproductive or error in service output. Nurses and caregivers could become emotional labor as one has to put one's concern aside during work. The term 'emotional labor' is used to describe the conditions of service provider and caregivers who experience the above condition. Repetition and duration of being an emotional labor could affect the service quality.

Management of nursing facilities should consider the practice of human resource management, in which the human capital is the most important asset. Team building, buddy system, working environment, flexible workhour could be organized.

Perishability: Care cannot be kept for later use. Both short-and long-term care involve routine, timely, periodical medical treatments. Timing is considered very critical, especially in immediate care. Skillful medical staff, assistant, physical facility, and medical supply and decent equipment need to be ready.

The last characteristic poses challenge to service providers to prepare a proper service process and comprehensive system to cater to elderly patients and all involving workforces are well-aware of.

The 5 distinctive characteristics of service above have greatly affected the design of marketing programs for service and service organization: hospital, institutional care facilities likewise. As a result, the primary concept of 4Ps in Marketing (product, price, place, and promotion) will not be enough to encompass all facets of services and appreciate the differences of goods and services. People, Process, and Physical evidence then have been added as the additional 3Ps in service marketing. Also, the study on the successful model of elderly business organizations in Thailand found that 7Ps service marketing had the influence on the success in the operation of elderly care business in Thailand (ณัฐวิภาณต์ แก้วโกมลฐาญ์ และ ธนสุวิทย์ ทับหิรัญรักษ์, 2564).



Figure 1: Elder care: Integrated 3 Additional Ps in Service Marketing

Source: Wirtz and Lovelock (2018)

To improve and put forward superior elderly care and medical treatment for elderly patients. The 3Ps; which are people, physical evidence, and process are the deliberate focus of this article as they can provide a basic executable framework on elderly care service operation and management.

People

Under people there are 1) Elderly person, family member; 2) Community: Volunteer, community involvement. These 2 groups should be well equipped with training and education for both caregivers and patients or elderly patients.

While nurses and caregivers; from the previous passage, the article mentioned the important role of nurses and caregivers that are required to be knowledgeable and skillful. They work under pressure and in rigid hours. Emotional labor can be avoided when an institution can set up some support programs to help them such as create a friendly-working environment, where members can share and get consultation from peer workers.

The provision of educational or work-related training as part of continuous professional development. This could bring more confidence and encourage a positive workplace. Empowerment also could enhance their confidence and responsibility.

Social history, social support, and patient preferences are essential aspects of managing geriatric patients. Therefore, understanding the patient's life history

and preferences for care are critical (place of birth, education, occupation, family relationships, spirituality, resources, willingness to take risks and utilize resources for care, etc.). Division of Geriatric Medicine and Gerontology, Emory University (2008) also suggested that living circumstances are also critical to managing frail older patients.

Physical Evidence

Physical evidence would greatly impact the overall service experience and service quality. Physical evidence could positively make a first impression and set a certain level of expectation for the first-time visitor (Lovelock & Wirtz, 2006). Crafting the service environment or servicescape requires an in-depth comprehension and knowledge of elderly care, budget planning and control, and participation amongst all stakeholders of the medical facility. Servicescape or physical evidence influences the behavior and perception of service for both customer and service personnel. According to the New Perspective of Elderly Care in Thailand 4.0 Era found that it is crucial to have an adequate understanding of the current state of elderly care as well as the environment (อังคณา สุขเมธสิทธิ์กุล, 2561).

According to J. Fitzsimmons and M. Fitzsimmons (2011), a mix of environmental dimensions which consists of ambient conditions, space/function and sign/symbols/artifacts describe the servicescape as any ambient conditions such as temperature, lighting, purity, noise level, musical therapy, scent, and odor would affect the five senses of the elderly patients. 5 senses undeniably affect the health and well-being of patients. They can promote a faster recovery and poor design facilities may cause even more severe conditions. Elderly patients would prefer low stimulation. For instance, the smell of freshly baked whole-wheat rolls would promote patients' appetites. The fresh floral aroma at the same time would enhance the lively environment and encourage patients to give it a try for a morning short walk. Some ocean background music reminiscences of their active year when strolling along the beach, would effectively encourage patients to follow the physician's suggestion so that they could go back to their daily routine, better mobility, or even travel sooner. A garden view from a patient's bedside would bring energy and healthy habits. The consideration of the positive contribution of these sensorial should be considered during the initial phase of facility design.

Spatial Layout and functionality, service design should be patient- centric and universally designed. The arrangement of furnishings and equipment layout relationships among them create a visual and landscape for delivery of service (J. Fitzsimmons & M. Fitzsimmons, 2011).

For signs & artifacts, the provision of a good wayfinding system can make elder person, caregiver, or patient him-and herself feel at ease. Wayfinding systems include signage and direction not only at ease but also convey a sense of care and attention to details by service provider.

Signage and wayfinding will support efficient service operation. Universal design (for all) concepts should be applied at the medical service facility and at the patient's home. As safety is the priority, stopper, anti-slippery tape, handrail to be properly installed. Scale and floor layout design should be based on the understanding of their physical changes.

Bitner's model of servicescape has been widely used since 1992 by service marketers to explain the relationship between service environments and the behavior of customer and caregiver. Also, explain how the service environment or servicescape can be used to manipulate any positive or/and negative behavior (approach or/and avoid) of the customer and employee, in this case patients and both caregivers and nurses.

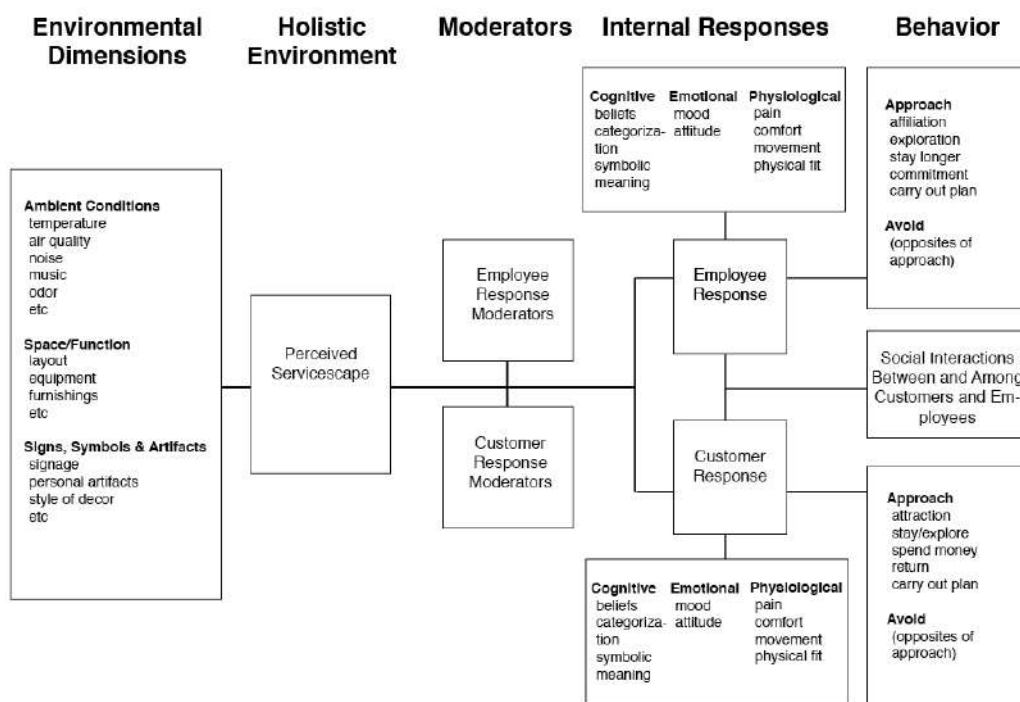


Figure 2: Bitner's Servicescape Model

Source: Bitner (1992)

All in all, physical evidence is what elderly patients can see and will use to assess the service quality. The lighting, the appearance of nursing personnel, the surroundings, the music, the toilet for use etc. would have an impact on the elderly patient's experience. Lastly, there should be enough and usable number of reserved wheelchair parking spots to promote equal access to medical care.

Process / Service Process

Service process plays a crucial role in patient satisfaction. Services must be designed carefully to meet the patient's expectations. Service blueprinting is the well-recognized and accepted tool for designing service processes. It identifies all the key activities and linkages involved in creating and delivering the service (Lovelock, 2018).

The key components in the blueprint that would impact the service experience for the elderly patients are "the front stage" activities of the nursing care, physical evidence in the front stage activities, the backstage activities and support process of the nursing care that support the front stage, the service standards, the point where failure could happen, the wait times for the patients and lastly the service standard. Service standards should reflect the patient's expectations, which would include the timing set for each treatment and acceptable wait times for the elderly patients. Service blueprint in nursing care must be designed in a way that offers ease, empathy, and trustworthy service to the elderly patient

SERVICE quality and the GAPs model

Service quality played an important part in customer satisfaction. Many studies have confirmed that service quality has an impact directly or indirectly on customer satisfaction and supported that perceived service quality which leads to customer satisfaction (Andaleeb, 2001; Boshoff & Gray, 2004).

Parasuraman et al. (1985), Bitner (1990) and Bolton and Drew (1991) also proposed satisfaction to be antecedent of perceived quality. Spreng et al. (1996) had also stated that there is a significant coefficient path between the path of service quality to satisfaction Woodside et al. (1989) had also found similar empirical evidence.

In the field of health care systems, patient satisfaction is an important measure of service quality (Sritharan & Velnampy, 2011). Quality of nursing and health care has become one of the most relevant topics in the service sector today. Improving quality for the customers is not a matter of choice (Sritharan & Velnampy, 2011), but it is a must. In the study of service quality and customer satisfaction, a case of private hospitals in Sri- Lanka, the results showed that service quality positively and significantly correlated with customer satisfaction (Sritharan & Velnampy, 2011). Service quality also had an influence on the success in the operations of elderly care business in Thailand (ณัฐริกันต์ แก้วโกมลฐาญ์ และ ธนสุวิทย์ ทับศิริณัฐรักษ์, 2564).

Parasuraman et al. (1985) constructed 10 generalized criteria for service quality and found that some of the dimensions were interrelated, therefore produced a SERVQUAL model, a five-dimensional service quality instrument instead characterized by the following five dimensions: a) tangibility, b) reliability, c) responsiveness, d) assurance, and e) empathy. Customer satisfaction does not rely only on the service process but is influenced by both the service process and peripheral dimensions associated with the service (Parasuraman et al., 2002).

Service providers need to be aware of “desired and adequate” service expectations (Parasuraman et al., 2002) Desired service (expectation) is based on what “can be” or “should be”, the adequate service (perception) is based on five dimensions of service quality: a) tangibility, b) reliability, c) responsiveness, d) assurance, and e) empathy (Parasuraman et al., 2002). SERQUAL model has been used widely in measuring service quality in service organizations. The model has also been found effective in measuring service quality in the Don Kaew Hospital in Chiangmai and other healthcare sector (ภัทรจารินทร์ คุณารูป, 2558; Babakus & Mangold, 1992). The increasingly important over-50 age group continues to grow, presenting a unique segment for health care marketers.

In addition, the study investigates the relationship between the image of an out-patient clinic and the perceived level of service quality. The findings suggest that the elderly expect more information and more personalized attention from the multiple health care providers associated with each service encounter (Islam et al.). Also, from the study of service quality and customer satisfaction, a case of private hospitals in Sri- Lanka, significant associations were found between the five dimensions and patient satisfaction. The results showed that the service quality dimensions impact positively on both loyalty and cumulative satisfaction. The results from Napalai hospital in Thailand also found that the expectation of service quality, each aspect and overall, five aspects were at highest level (เบ็ญจวรรณ มาพะลักษณ์, 2561).

Table 1: Elderly Care Service Quality Dimensions

Dimensions of service quality	Explanation
Tangibles	● Physical appearance of the caregivers, nurses, and elderly patients ● Medical equipment ● Knowledgeable and professional staff ● Cleanliness and hygienic of the place
Reliability	● Expertise of medical staff, caregivers, nurses in providing reliable service ● Availability of medical staff, caregivers, nurses ● Security and confidentiality of every of patient's information ● Perform the treatment at the right time as promised. ● Provide an accurate and consistent treatment

Dimensions of service quality	Explanation
Responsiveness	● Emergency, immediate-, short-term, long-term care, and any urgency ● Well prepared to respond to any case along 5 -aging stages in older adults: from 1) Independence; 2) Interdependence; 3) Dependency; 4) Crisis management, and 5) End of life ● Timeliness
Assurance	● Nursing care is capable to handle elderly patients' medical problems effectively ● Medical staffs, nurses are knowledgeable and professional to answer patient's questions ● Nursing care should make no mistakes or take sufficient measure for the safety of their patients ● Favorable cost of service to patients
Empathy	● Individual attention with friendly and respect manner ● Understand the specific needs and requirements of the elderly patients ● Nursing care handle patient's complaints in a healthy manner ● Timing for consultation is convenient

The above principles guide some easy how-to when taking care of the elderly patients. Even the government through Hong Kong's Fire Service Department (2007) has interestingly trained firemen in some physiological and psychological conditions of the elderly people and urged its basic principles for caring for the elderly: patience and respect.

As physiological functions decline when people get old. To name a few, upon taking care of the elderly people, be mindful of these changes. Some examples are 1) a poorer vision in general therefore before beginning every health care procedure or examination, always tell them beforehand and ensure they are psychologically prepared; 2) a poorer hearing ability, a louder talk is required and avoid shouting; 3) Aging has brought skin change. Their layer of subcutaneous fat is thinner than young people. When moving them, beware of injuring their skin. Slow movement and gentle physical contact are mandatory, as their skin loses elasticity because of dehydration; 4) Elderly simply get tired or even sick due to decreased endocrine function and metabolism. Problems with musculoskeletal will force them to move slower.

Caregivers' understanding of psychological changes, when caring for them are equally important as their mind needs to be taken care of as well; 1) elderly get tired easily, but they may have lessened ability to express. 2) Self-protection as elderly people tend to resist strangers and do not trust people. Nurses and caregivers should inform beforehand what they are going to do. This would avoid un-cooperation. 3) our senior citizens may experience some emotional changes. Some incidents like the death of a spouse or getting a terminal disease may force them through a grieving process including denial, anger, bargaining, depression, and acceptance. Sympathy and understanding are the 2 keys to open the lock.

After analyzing the components of service quality. The most important model in understanding and improving service quality problems is the Gap Model. The Gaps model in service design and delivery allows the service provider to identify and correct service quality problems (Lovelock, 2017). As gaps at any point would impact the service quality and elderly patients' satisfaction. To improve the service quality, nurses, caregivers, and management need to identify specific causes of each gap, develop strategies to close all the gaps or narrow it as much as possible.

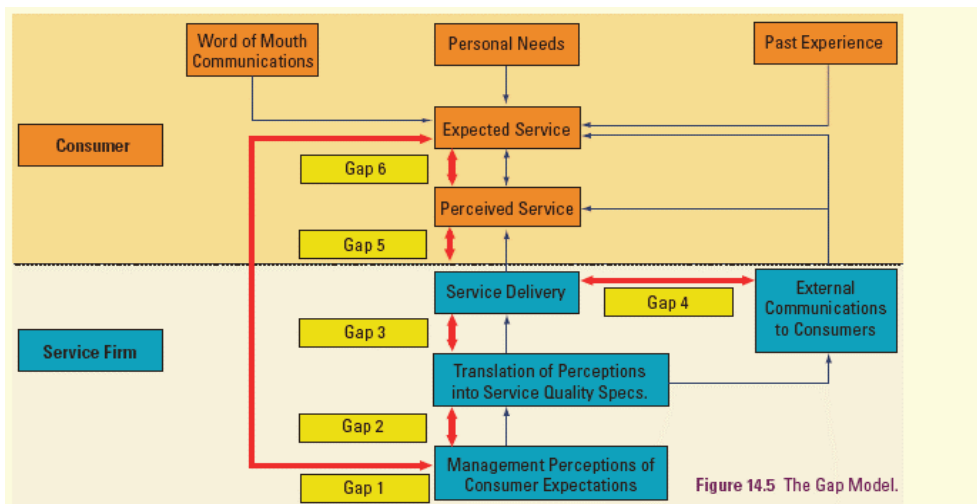


Figure 3: The Gap Model

Source: Wirtz and Lovelock (2018)

The authors have proposed solutions for each gap to improve service quality in elderly care:

Gap 1: Knowledge gap: The difference between what the management believes elderly patients expect and what elderly patients need and expect.

Proposed solutions: Management should implement an effective feedback system, continuously conduct market research, and increase interaction with patients. Set & align expectations between caregivers and patients.

Gap 2: The policy gap: The difference between the management's understanding of patient's expectations and the service standards they set for medical service delivery.

Proposed solution: Use patients-centric process for designing service process, establish clear goals that are focused on patient's expectations and offer a customized package to suit different needs of elder's patients.

Gap 3: The delivery gap: The difference between specified service standards and the service delivery team's actual performance on these standards.

Proposed solution: Clarify the roles and train staffs on a continuous basis, offer customer centric service and educate elderly patients so they can perform their roles and responsibilities effectively.

Gap 4: The communications gap: The difference between what nursing care and what the patients understand and experience.

Proposed solution: Set realistic communication programs, be specific with your expertise and promises and understand how elderly patients perceived the communication's content.

Gap 5: Perception gap: The difference between what is delivered and what elderly patients feel they have received because they are unable to judge service quality accurately.

Proposed solution: Keep the patients informed during the treatment and debrief afterwards so the patients can understand the treatment process.

Gap 6: The service quality gap: The difference between what the patients expect to receive and their perception of the service that is delivered.

Proposed solution: Close gap 1 to gap 5

Conclusion and Recommendations

The discussion of multi-disciplinary synthesis on elderly care's service management by integrating an approach from the field of nurse and hospitality management, can be determined that the 3 additional Ps in service marketing concept; physical evidence of a servicescape, process, and people; are significant and could be managed to improve the service quality of elderly care. Key essentials concept of service quality and SERVQUAL tool are also discussed as suggestive tools to deal with the complexities and additional concerns to enhance the service quality man-

agement and service operation in elderly care. Therefore, when taking care of elderly persons, caregivers should take into consideration aspects such as safety, accessibility, knowledge, clarity of information, empathy, and service-mind. Importantly, always treat them with patience and respect.

In response to the current population structure, a shift in socio-cultural as well as the goal of medical purpose, authors believe that the objective for elderly care is the ability for our senior citizens to be able to perform their self-care, which require a transformation from caregiver to self-care.

These call for an understanding and proactive role of nurses, caregivers, and society; as a whole, to promote a quality of aging life, and healthy joyful living. Old age nevertheless is not synonymous with diseases. Majority of elderly could still lead a healthy life, although some may have heart, lung, liver, or intestinal diseases. Whatever health conditions the elderly people may have, we should give them appropriate care, attention, and assistance.

Challenges and further study and research in this area lie in how to provide substantial knowledge and upskill amongst elderly persons. Lastly how to encourage self-confidence to perform their self-care, as our final goal is to build elderly's independency.

บรรณานุกรม

- เบ็ญจวรรณ มาพะลักษณ์. (2561). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยต่อคุณภาพบริการงานผู้ป่วยใน โรงพยาบาลนภลัย. *วารสารหัวหินสุขใจไกลกังวล*, 3(2), 19-27. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/hhsk/article/view/175243/125370>
- ณัฐริกันต์ แก้วโกสฐาญ, และ ธนสุวิทย์ ทับทิมรักรักษ์. (2564). รูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(10), 114-131. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/252051/172834>
- ประคอง อินทรสมบัติ, สุปรีดา มั่นคง, สมทรง จุไรทัศน์, สุลักษณ์ วงศ์ธีรภัค, วิลาวัณย์ ประสาร อธิคม, ปาริชาติ พรสวัสดิ์ชัย, และ นิธิมา เสรีวิชัยสวัสดิ์. (2556). การดูแลผู้ป่วยสูงอายุที่รับไว้รักษาในโรงพยาบาลอย่างครบวงจรและต่อเนื่อง: การดูแลและะยะเปลี่ยนผ่านจากโรงพยาบาลสู่บ้าน. *รวมอภิปรายพยาบาลสาร*, 19(2), 194-205. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/RNJ/article/view/15576/14271>
- ภัทราจารินทร์ คุณารูป. (2558). *ความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจ ของประชาชนต่อคุณภาพบริการ โรงพยาบาลชุมชนตำบลดอนแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่]. ChiangMai Rajabhat University Intellectual Repository. <http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/1525>
- อังคณา สุมะสิทธิกุล. (2561). มิติใหม่การดูแลผู้สูงอายุในยุคไทยแลนด์ 4.0: บทบาทผู้บริหารทางโรงพยาบาล. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 19(2), 129-135. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JRTAN/article/view/143977/106517>
- Andaleeb, S. S. (2001). Service quality perceptions and patient satisfaction: A study of hospitals in a developing country. *Social Science & Medicine*, 52(9), 1359-1370. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(00\)00235-5](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(00)00235-5)
- Babakus, E., & Mangold, W. G. (1992). Adapting the SERVQUAL scale to hospital services: An empirical investigation. *Health Services Research*, 26(6), 767-786. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1069855/>
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69-82. <https://doi.org/10.1177/002224299005400206>
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71. <https://doi.org/10.1177/002224299205600205>
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 375-384. <https://doi.org/10.1086/208564>
- Boshoff, C., & Gray, B. (2004). The relationships between service quality, customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry. *South African Journal of Business Management*, 35(4), 27-37. <https://hdl.handle.net/10520/EJC22267Citedby:1>

- Emory University, Division of Geriatric Medicine and Gerontology. (2008). *The Emory big 10 basic principles of geriatrics*. <http://medicine.emory.edu/geriatrics-gerontology/education/big-10.html>
- Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (2011). *Service management*. Tata McGraw Hill Education Private.
- Hong Kong's Fire Service Department. (2007). *Fire services ambulance command training school*. https://www.hkfsd.gov.hk/eng/source/safety/Basic__Law__in__Caring__Elderly__Patience__%20and__%20Respect.html
- Kaewkitipong, L. (2018). The Thai medical tourism supply chain: Its stakeholders, their collaboration and information exchange. *Thammasat Review*, 21(2), 60-90. <https://sc01.tci-thaijo.org/index.php/tureview/article/view/161323>
- Kantachote, K., & Wiroonsri, N. (2022). Do elderly want to work? Modeling elderly's decision to fight aging Thailand. *Qual Quant*. <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01366-0>
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2003). *Marketing for hospitality and tourism* (3rd ed.). Prentice-Hall.
- KPMG. (2018). *Medical tourism industry focus*. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/th/pdf/2018/03/th-medical-tourism-industry-focus-secured.pdf>
- Laongkul, M. (2019). *Thailand elderly daycare: The perception and decision criteria of Thai people* [Independent study, Thammasat University]. Thammasat University. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2019/TU_2019_6102040414_12057_12047.pdf
- Lunney, J. R., Lynn, J., Foley, D. J., Lipson, S., & Guralnik, J. M. (2003). Patterns of functional decline at the end of life. *Jama*, 289(18), 2387-2392. <https://jamanetwork.com/journals/jama/article-abstract/196538>
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (2002). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450. https://www.researchgate.net/publication/304344168__Refinement__and__reassessment__of__the__SERVQUAL__scale
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Post Reporters. (2019, September 9). Thailand's healthcare ranked sixth best in the world. *Bangkok Post*. <https://www.bangkokpost.com/thailand/general/1746298/thailands-healthcare-ranked-sixth-best-in-the-world>
- Spreng, R. A., MacKenzie, S. B., & Olshavsky, R. W. (1996). A reexamination of the determinants of consumer satisfaction. *Journal of Marketing*, 60(3), 15-32. <https://doi.org/10.1177/002224299606000302>

- Sritharan, V., & Velnampy, T. (2011). Service quality and customer satisfaction: A study of selected private hospitals in Jaffna District, Sri Lanka. In *Proceedings of international conference on business management*. Annamalai Nagar University. <http://bitly.ws/x6Ra>
- Tangtenglam, S., & Pongpanich, A. (2021). Strategies hotel for Thai elderly tourists in Thailand. *International Journal of Arts and Social Sciences*, 4(3), 54-58. <https://www.ijassjournal.com/2021/V4I3/4146575564.pdf>
- Thailand Board of Investment. (2016). Thailand poised to be Asia's medical hub. *Thailand Investment Review*, 26(5). https://www.boi.go.th/upload/content/TIR_MAY_56933.pdf
- United Nations. (2019). *Take action for the sustainable development goals*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Why Thailand will fare better long-term in the war against Covid-19. (2021, January 29). *Bangkok Post*. <https://www.bangkokpost.com/business/2058779/why-thailand-will-fare-better-long-term-in-the-war-against-covid-19>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of services marketing* (3rd ed.). Pearson.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Developing service products and brands*. WS Professional.
- Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction, and behavior. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5. <http://bitly.ws/x6QM>
- World Health Organization. (2014). *Facts about ageing*. <http://www.who.int/ageing/about/facts/en/>
- World Health Organization. (2016). *Definition of an older or elderly person*. <http://www.who.int/healthinfo/survey/ageingdefnolder/en/>

การเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยชุมชนในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่

A COMPARATIVE STUDY OF THE HEALTH TOURISM POTENTIAL FOR COMMUNITY-BASED TOURISM IN CHIANG RAI AND NAN PROVINCES: IMPLEMENTATION OF THE NEW NORMAL FOR TOURISM

Received: 15 July, 2022

Revised: 12 September, 2022

Accepted: 20 October, 2022

ธีรพันธุ์ ทัดนิยม*

Teerapun Tadnyom*

พีรदनย์ ศรีจันทร์**

Peeradone Srichan**

อรรคมพร กีก้างพลู***

Akkhaporn Kokkhangplu***

*อาจารย์ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว กลุ่มวิจัยด้านการท่องเที่ยว การบริการ และการงานอีเว้นท์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

*Lecturer, Tourism Management, Tourism, Hospitality and Event Research Group, School of Management, Mae Fah Luang University

*Email: teerapun.tad@mfu.ac.th

**อาจารย์ สาขาสารณสุขศาสตร์ สำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

**Lecturer, Public Health, School of Health Science, Mae Fah Luang University

**Email: peeradone.sri@mfu.ac.th

***อาจารย์ สาขาการจัดการธุรกิจบริการและการจัดงาน คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

***Lecturer, Hospitality and Event, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

***Email: Akkhko@kku.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและประเมินความพร้อมของชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเพื่อพัฒนาแนวปฏิบัติในการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนในเขตจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน จำนวน 408 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์และการประเมินระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัย SHA ของจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน พบว่า ทั้ง 2 จังหวัด มีคุณภาพการให้บริการในระดับสูง ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยคิดเป็นร้อยละ 91.7 ร้อยละ 89.7 ร้อยละ 90.7 ร้อยละ 85.3 และร้อยละ 85.3 ตามลำดับ และพบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ยังอยู่ในระดับต่ำด้วยเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ร้อยละ 1.0 และร้อยละ 2.0 ตามลำดับ ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น และรักษาระดับคุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า รวมถึงควรมีกระบวนการการให้บริการที่สอดคล้องกับมาตรฐาน SHA เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยววิถีใหม่

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยววิถีใหม่ คุณภาพการบริการ มาตรฐานการบริหารความปลอดภัยและสุขภาพ

Abstract

The purpose of this research was to investigate the potential for community-based health tourism through an analysis of service quality and Safety and Health Administration Standards (SHA) for health tourism development in the Chiang Rai and Nan provinces. This investigation was important to ensure that levels of service quality and SHA standards are appropriate to meet recent trends toward a new normal in tourism. This investigation employed a quantitative approach. Data was collected through a questionnaire using purposive sampling. The survey of 408 tourists who traveled to the Chiang Rai and Nan provinces revealed that the level of tourists' demand for community-based health tourism services that meet the SHA safety standards of Chiang Rai and Nan provinces was at a high level. The result showed that tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy are in the high level with 91.2 percent, 89.7 percent, 90.07 percent, 85.3 percent, and 85.3 percent respectively. However, in the service quality in responsiveness, reliability, and empathy with 0.5 percent, 1.0 percent and 2.0 should be improved. Therefore, this was mainly a suggestion to improve the

health tourism providers in the quality service dimension focusing on Empathy and Responsiveness. Also, the SHA certified process would assist in the promotion of health tourism in the community and created confidence in tourists for the new normal tourism.

Keywords: Health Tourism, Community-Based Tourism, New Normal Tourism, Service Quality, Safety and Health Administration Standard

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจไทย และมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ภายหลังจากวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกอาจลดลงมากกว่าร้อยละ 78 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปีก่อนหน้านี้ ปัจจัยหลักที่ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง มาจากหลายสาเหตุที่หลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยใช้มาตรการปิดพรมแดน หรือมาตรการจำกัดการเดินทาง การคัดกรองนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศ และการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) (Pacific Asia Travel Association, 2020) ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศไปจนถึงระดับชุมชน อีกทั้งสถานการณ์เหล่านี้ยังส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างมาก เกิดการเปลี่ยนแปลงตามกระแสปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวมุ่งเน้นความปลอดภัยด้านสุขภาพเป็นหลัก (พัชรียา แก้วชู, 2563) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จึงมีบทบาทในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษามากขึ้น (นพมลลี เตชะวัชรนันท์, 2556)

การท่องเที่ยววิถีใหม่ หรือ New Normal Tourism เป็นนิยามที่เกิดขึ้นใหม่ภายหลังการเกิดวิกฤตการณ์โรคระบาด COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มากไปกว่านั้นการสร้างเชื่อมั่นด้านสุขภาพถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีใหม่ในเรื่องความปลอดภัยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและบริการ (จุไรรัตน์ ฉิมพาลี, 2563) จากรูปแบบการท่องเที่ยววิถีใหม่นั้น ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะสามารถปรับตัวให้เข้ากับการท่องเที่ยววิถีใหม่ได้หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคเหนือตอนบนจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่านถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งมีรูปแบบการท่องเที่ยวไม่ต่างกันมากนัก โดยภายในจังหวัดดังกล่าวได้มีการปรับใช้มาตรฐานที่มาจากการรับรองทางภาครัฐหรือ มาตรฐาน SHA ที่จะสามารถนำมาเป็นมาตรฐานในการรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ในพื้นที่

จังหวัดน่านและจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีจุดเด่นและรูปแบบการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกันคือการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นชุมชนต้นแบบและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่เป็นพื้นที่ต้นแบบเพื่อสร้างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2563) โดยมีหนึ่งในชุมชนต้นแบบของประเทศไทย (Role Model) เช่น ตำบลบ่อสวก ที่มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน มีจุดเด่นทางด้านการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น การจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกันจังหวัดเชียงราย ยังเป็นมีจุดเด่นในเรื่อง

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้ทรัพยากรถิ่น เป็นสิ่งดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยวในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงบำบัด และเพื่อสุขภาพความงาม

จากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID 19 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เหตุการณ์เหล่านี้ก็กลายเป็นความท้าทายของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่ต้องมีการพัฒนาธุรกิจและปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคต เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดน่าน และเชียงรายให้มีความแข็งแกร่งและยั่งยืนในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตได้ในอนาคต และเพื่อเป็นการสอดคล้องกับนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่มีนโยบายฟื้นฟูเศรษฐกิจและพัฒนาภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติไวรัส COVID 19 รวมทั้งการวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ การสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในอนาคต และเพื่อช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนภายใต้มาตรฐานของ Safety and Health Administration (SHA) ในการตอบสนองและรองรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบปกติใหม่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินระดับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ ในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน
2. เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการและมาตรฐาน Safety and Health Administration (SHA)
3. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพด้านการบริการและมาตรฐาน Safety and Health Administration (SHA) ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ ของจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism : CBT)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) คือชนิดของการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นมาจากฐานความคิดที่ว่าชาวบ้านหรือคนท้องถิ่นทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต และมีการนำเอาผลิตภัณฑ์ของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมักถูกเรียกชื่ออีกแบบหนึ่งว่า Host Management ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมเป็นหลัก ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ถูกกำหนดทิศทางโดยชุมชน มีการบริหารจัดการโดยชุมชน และชุมชนเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทหลักในการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนอย่างแท้จริง สมาชิกในชุมชนมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนเองให้มีความรู้ความสามารถ และมีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นหลัง และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากที่สุด (สินธุ์ สโรบล, 2551; สุชาติดา งวงษ์ภูมิ, 2551)

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสอดแทรกด้วยวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจน การศึกษาการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเพื่อการดูแล และการบำบัด ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต การดำรงชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภท คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต การบำบัดรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และสังสรรค์ทางสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะคิด และค่านิยมในการส่งเสริม และรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น การสร้างเสริมสุขภาพด้วยตนเองนั้นสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา การควบคุมน้ำหนักตัว การนิยมเลือกรับประทานอาหาร และเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การทำจิตใจให้สงบด้วยการฝึกปฏิบัติสมาธิตามแนวพุทธศาสนา และการใช้ยารักษาโรคจากสมุนไพรที่มีผลกระทบข้างเคียงน้อย (นพมลลล เตชะวัชรนันท์, 2556) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวกลายเป็นการท่องเที่ยววิถีใหม่ หรือ New Normal Tourism เป็นนิยามที่เกิดขึ้นใหม่ภายหลังการเกิดวิกฤตการณ์โรคระบาด COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เป็นแนวทางที่หลาย ๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรม ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราจำต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

มาตรฐานด้านความปลอดภัยด้านสุขภาพ Safety & Health Administration (SHA)

SHA คือ มาตรฐานด้านความปลอดภัยด้านสุขภาพ เป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข สภาหอการค้า และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยโดยกำหนดแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทย และการสร้างความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยให้ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal โดย แบ่งเป็น 10 ประเภทกิจกรรม ได้แก่ ประเภทกิจการภัตตาคาร/ร้านอาหาร ประเภทกิจการโรงแรมและที่พักสถานที่จัดการประชุม ประเภทกิจการนันทนาการ และสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทกิจการยานพาหนะ ประเภทกิจการบริษัทนำเที่ยว ประเภทกิจการสุขภาพและความงาม ประเภทกิจการห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า ประเภทกิจการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทกิจการโรงละคร โรงมหรสพ การจัดกิจกรรม และประเภทกิจการร้านค้าของที่ระลึก และร้านค้าอื่น ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยนำกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิผลทางการศึกษา Creswell (2008) ในการประเมินศักยภาพความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน วิเคราะห์ศักยภาพด้านการบริการและมาตรฐาน และทำการ

เปรียบเทียบศักยภาพด้านการบริการและมาตรฐาน Safety and Health Administration (SHA) ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ ของจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน โดยมุ่งเน้นเก็บตัวเลขมาทำการวิเคราะห์ ในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบ และสรุปต่าง ๆ โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักวิจัยใช้รูปแบบการแบ่งกลุ่มโดยใช้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่สุ่มเท่ากันคือ 193 ตัวอย่างจากวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดย Cochran (1977) จำนวนไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง ใช้รูปแบบการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายในชุมชนของจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่านเท่านั้น โดยตัวอย่างที่เก็บข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาด จึงทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทยเท่านั้น ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ และป้องกันการตกหล่นของข้อมูลจึงทำการเก็บข้อมูลมากกว่าที่กำหนดจากกลุ่มตัวอย่างในชุมชนของดงนั้น นักวิจัยสามารถเก็บข้อมูลแบบสอบถามได้จากจังหวัดเชียงราย 212 ตัวอย่าง และจังหวัดน่าน 196 ตัวอย่าง จำนวนรวมทั้งสิ้น 408 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และข้อมูลในการเก็บแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ของจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน นักวิจัยได้ทำการสร้างขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยใช้ดัชนี IOC (Index of Item-Objective Congruence) โดยค่า IOC ที่ได้จากการตรวจสอบมีค่าเกิน 0.7 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าคำถามนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แล้วจึงนำไปทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยการทดลองเก็บข้อมูลก่อนนำไปใช้จริง ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของครอนบาค 0.938 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทั้งหมดโดยต้องมีค่ามากกว่า 0.70 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามประเมินระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA จำนวน 17 ข้อ จากการศึกษาและปรับใช้ตามเกณฑ์มาตรฐานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ใช้มาตราส่วนการวัดแบบ (Likert Scale) 1-3 คือ 3 เท่ากับมากที่สุด และ 1 น้อย โดยการแปรผล 0-7 คะแนน แสดงถึงระดับต่ำ 8-11 แสดงถึงระดับปานกลาง และ 12-15 คะแนนแสดงถึงระดับสูง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA จำนวน 5 ข้อ จากการศึกษาและปรับใช้ตามเกณฑ์มาตรฐานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563; นิสาชล ลีรัตนกร และชนิดา พันธมณี, 2556; Parasuraman et al., 2013) ซึ่งใช้มาตราส่วนการวัดแบบ (Likert Scale) 1-5 คือ 5 เท่ากับมากที่สุด และ 1 น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนของจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน จำนวน 8 ข้อ (Parasuraman et al., 2013) ใช้มาตราส่วนการวัดแบบ (Likert Scale) 1-3 คือ 3 เท่ากับมากที่สุด และ 1 น้อย โดยการแปรผล 0-7 คะแนน แสดงถึงระดับต่ำ 8-11 แสดงถึงระดับปานกลาง และ 12-15 คะแนนแสดงถึงระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษารั้งนี้ นักวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 3 เดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงตุลาคม 2564 โดยพื้นที่การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างสองจังหวัด เพื่อให้ข้อมูลมีความกระจายตัว นักวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 จังหวัดดังต่อไปนี้ จังหวัดน่าน ได้แก่ อำเภอเมืองน่าน อำเภอปัว อำเภอเฉลิมพระเกียรติและอำเภอแม่จริม ในขณะที่จังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอแม่สาย อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอเมืองเชียงราย และอำเภอเทิง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม นักวิจัยทำการแจกแบบสอบถามพร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำเข้าสู่กระบวนการลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) ได้แก่ การทดสอบ (t-Test) เพื่อหาความแตกต่างของ ศักยภาพด้านการบริการและมาตรฐาน Safety and Health Administration (SHA) ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ ของจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่านโดยใช้ SPSS Program สำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติของข้อมูลทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน

จากข้อมูลลักษณะทั่วไปของประชากรนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน จำนวน 408 ตัวอย่างพบว่า นักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ร้อยละ 52 และจังหวัดน่าน ร้อยละ 48 ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 82.8 และเพศชาย 17.2 ส่วนใหญ่อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 70.6 31-34 ปี ร้อยละ 13.2 และอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 12.7 ในขณะที่ ส่วนมากกำลังศึกษาร้อยละ 61.8 เป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 18.6 และทำธุรกิจส่วนตัว 8.8 นอกจากนี้ ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 94.1 คริสต์ ร้อยละ 4.4 และอิสลาม ร้อยละ 1.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 85.3 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 8.8 และ อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 4.4 ในส่วนของรายได้ 5,000-10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 33.3 น้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 29.4 และ มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินระดับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ ในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน

ตารางที่ 1 ประเมินระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA

ระดับความต้องการการให้บริการตามเกณฑ์ SHA	จำนวน	ร้อยละ
ภาพรวมของจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน		
ระดับสูง	376	92.2
ระดับปานกลาง	32	7.8
จังหวัดเชียงราย		
ระดับสูง	196	92.5
ระดับปานกลาง	16	7.5
จังหวัดน่าน		
ระดับสูง	180	91.8
ระดับปานกลาง	16	8.2

จากตารางที่ 1 ประเมินระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA พบว่า ภาพรวมของจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน มีระดับความต้องการระดับสูง ร้อยละ 92.2 และเมื่อแยกความต้องการรายจังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน มีระดับความต้องการระดับสูง ร้อยละ 92.5 และ ร้อยละ 91.8 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการและมาตรฐาน Safety and Health Administration (SHA)

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	t	Sig. (2-tailed)
จัดให้มีทางเข้า-ออกทางเดียว สำหรับผู้รับบริการในกรณีที่มีทางเข้า-ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง	4.40	.838	1.513	-2.043	.042**
จัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงานและผู้รับบริการทุกครั้ง และทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง	4.68	.528	.122	-.265	.791

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตาม เกณฑ์มาตรฐาน SHA	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	t	Sig. (2- tailed)
บันทึกประวัติพนักงาน และประวัติการเดินทาง	4.53	.731	3.200	-1.389	.166
อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือ หน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น	4.82	.445	18.514	-2.136	.033**
จัดให้มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือแอลกอฮอล์สำหรับ ทำความสะอาดมือไว้บริการอย่างเพียงพอ	4.72	.576	2.059	-.985	.325
จำกัดจำนวนคนเข้าร้าน และจัดพื้นที่รอคิวแยกจาก ส่วนที่นั่งรับประทานอาหาร และมีระยะห่างระหว่าง บุคคลอย่างน้อย 1 เมตร หรือจัดให้มีฉากกั้นระหว่างกัน	4.59	.654	1.286	.487	.627
ทำความสะอาดสถานที่ และอุปกรณ์ที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะหลังจากมีผู้ใช้บริการทุกครั้ง	4.70	.614	17.295	-2.370	.018**
เปลี่ยนผ้าที่ใช้ในการให้บริการทุกครั้งที่ใช้บริการเสร็จสิ้น	4.75	.523	2.998	-1.144	.253
มีการกำจัดขยะ ของเสีย กระดาษชำระ และหน้ากากผ้า มีการกำจัดขยะ ของเสีย กระดาษชำระ และหน้ากากผ้า หรือหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสม	4.77	.493	.036	-.440	.660
การให้บริการรายหัตถการต่าง ๆ แยกห้อง หรือจัดให้มี ฉากกั้นระหว่างผู้ใช้บริการห้องละ 1 คน	4.66	.617	.959	.273	.785
จำกัดจำนวนผู้ใช้บริการให้ เหมาะสมกับความสามารถ ในการรองรับของสถานประกอบการ	4.65	.569	7.009	1.174	.241
จัดให้มีระบบการจองนัดหรือจัดคิว ซึ่งมีการกำหนด เวลาเพื่อให้ไม่ต้องมารอรับบริการ	4.66	.601	2.225	-1.037	.300
มีบริการชำระเงินที่ปลอดภัย เพื่อลดปริมาณการ พูดคุยสัมผัสระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ	4.69	.583	6.439	-1.630	.104
สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ ในการ ลดความเสี่ยงและป้องกันโรคติดต่อเชื้อ COVID-19	4.61	.651	.201	-.289	.773
มีการควบคุมสุขอนามัยและการป้องกันการแพร่เชื้อ ในพื้นที่โซนให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม	4.70	.571	2.457	-1.328	.185
นำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการให้ข้อมูลในแหล่ง ท่องเที่ยวทดแทนการใช้สื่อสิ่งพิมพ์	4.74	.548	.646	-.889	.375

**significant at $\alpha = 0.05$

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA พบว่า อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น อยู่ในระดับความพึงพอใจสูงสุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.82 รองลงมาคือ มีการกำจัดขยะ ของเสีย กระดาษชำระ และหน้ากากผ้า หรือหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยที่ 4.77 เปลี่ยนผ้าที่ใช้ในการให้บริการทุกครั้งที่ทำให้บริการเสร็จสิ้น ค่าเฉลี่ยที่ 4.75 นำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการ ให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวทดแทนการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ค่าเฉลี่ยที่ 4.74 ตามลำดับ ในขณะที่มาตรฐานที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ จัดให้มีทางเข้า-ออกทางเดียวสำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มีทางเข้า-ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง ค่าเฉลี่ยที่ 4.40

เมื่อวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA ของจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงราย พบว่า ทำความสะอาดสถานที่ และอุปกรณ์ที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะหลังจากมีผู้ใช้บริการทุกครั้ง อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น และจัดให้มีทางเข้า-ออกทางเดียว สำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มีทางเข้า-ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทางมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพด้านการบริการและมาตรฐาน Safety and Health Administration (SHA) ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ของจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานของรัฐและจังหวัด

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
	ภาพรวมของ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน					จังหวัดเชียงราย			จังหวัดน่าน				
ความเป็นรูปธรรม													
	ระดับสูง	374	91.7	14.23	1.45	196	92.5	4.19	1.45	178	90.8	14.26	1.46
ระดับปานกลาง	34	8.3			16	7.5				18	9.2		
ความเชื่อถือไว้วางใจได้													
	ระดับสูง	366	89.7	8.60	0.87	188	88.7	8.55	0.92	178	90.8	8.66	0.80
ระดับปานกลาง	42	10.3			24	11.3				18	9.2		
การตอบสนองต่อลูกค้า													
	ระดับสูง	370	90.7	14.28	1.54	190	89.6	14.20	1.56	180	91.8	14.36	1.52
	ระดับปานกลาง	36	8.8			22	10.4			14	7.1		
ระดับต่ำ	2	0.5			1	0.5				2	1.0		
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า													
	ระดับสูง	348	85.3	8.50	1.00	174	82.1	8.42	1.02	174	88.8	8.59	0.98
	ระดับปานกลาง	56	13.7			38	17.9			18	9.2		
ระดับต่ำ	4	1.0			0	0.0				4	2.0		
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า													
	ระดับสูง	348	85.3	2.83	0.42	174	82.1	2.82	0.38	174	88.8	2.84	0.46
	ระดับปานกลาง	52	12.7			38	17.9			14	7.1		
ระดับต่ำ	8	2.0			0	0.0				8	4.1		

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนของจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน พบว่า ทั้ง 2 จังหวัด มีคุณภาพการให้บริการในระดับสูง ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยด้านความเป็นรูปธรรม คิดเป็นร้อยละ 91.7 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ คิดเป็นร้อยละ 89.7 การตอบสนองต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 90.7 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 85.3 แต่ยังพบว่า คุณภาพการให้บริการในด้าน พบว่า การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ยังอยู่ในระดับต่ำด้วยเช่นกัน โดย การตอบสนองต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 0.5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 1.0 และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

จังหวัดเชียงรายมีคุณภาพการให้บริการในระดับสูง ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 92.5 ร้อยละ 88.7 ร้อยละ 89.6 ร้อยละ 82.1 และร้อยละ 82.1 ตามลำดับ แต่พบว่า การตอบสนองต่อลูกค้า มีระดับต่ำ ร้อยละ 0.5

จังหวัดเชียงรายมีคุณภาพการให้บริการในระดับสูง ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 90.8 ร้อยละ 90.8

ร้อยละ 91.8 ร้อยละ 88.8 และร้อยละ 88.8 ตามลำดับ แต่พบว่า การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีระดับต่ำ ร้อยละ 1.0 ร้อยละ 2.0 และร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านคุณภาพการบริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนของจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงราย

ปัจจัย		F	Sig	t	Sig. (2-tailed)
ความเป็นรูปธรรม	Equal variances assumed	2.543	.112	-.759	.448
	Equal variances not assumed			-.764	.445
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	Equal variances assumed	.164	.685	-.203	.840
	Equal variances not assumed			-.203	.839
การตอบสนองต่อลูกค้า	Equal variances assumed	1.199	.274	-.507	.612
	Equal variances not assumed			-.510	.610
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	Equal variances assumed	9.939	.002	-1.557	.120
	Equal variances not assumed			-1.568	.118
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	Equal variances assumed	2.568	.110	.843	.400
	Equal variances not assumed			.841	.401

**significant at $\alpha = 0.05$

จากตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านคุณภาพการบริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน ของจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงราย พบว่า ด้านคุณภาพการบริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากในแต่ละจังหวัดต่างมีการรักษามาตรฐานด้านการบริการให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามคุณภาพในแต่ละด้าน เช่น ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาภาพรวมความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA ของจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน พบว่าภาพรวมความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีระดับความต้องการระดับสูง ร้อยละ 92.2 และเมื่อแยกความต้องการรายจังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงรายมีระดับความต้องการระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 92.5 และจังหวัดน่าน มีระดับความต้องการระดับสูง ร้อยละ 91.8 ตามลำดับ ในมุมมองทางด้านศักยภาพและความพร้อมด้านการบริการและมาตรฐาน SHA ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่านอยู่ในระดับมาก นั้นหมายถึงชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่านมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวในมิติของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีจุดเด่นในเรื่องของการใช้ทรัพยากรถิ่น อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงบำบัดทางกายและจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยที่ศึกษาโดย นวพร บุญประสม (2556) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่เริ่มจากชุมชนที่พร้อมด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีการบูรณาการภูมิปัญญา ทั้งด้านการแพทย์ สมุนไพรบำบัดท้องถิ่น และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อให้ได้รับมาตรฐาน SHA ตามความต้องการของนักท่องเที่ยววิถีใหม่ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) กล่าวว่า นักท่องเที่ยววิถีใหม่คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการท่องเที่ยวแบบปลอดภัยเป็นสำคัญ อีกทั้งงานวิจัยของ พัชรียา แก้วชู (2563) วิเคราะห์เพิ่มเติมถึงนักท่องเที่ยววิถีใหม่ New Normal ว่าแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังเกิดวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 จะมีความต้องการด้านสุขภาพ และความปลอดภัยมากขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่านยังมีปรับปรุงแบบการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัย SHA ซึ่งมุ่งเน้นองค์ประกอบด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเป็นสำคัญ เช่น การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวขณะเคลื่อนย้าย การใส่หน้ากากอนามัยตลอดการจัดกิจกรรม โครงสร้างพื้นฐานของชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่านพบว่า มีกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพและการส่งเสริมสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การนวด สุนัขบำบัด สปา สมุนไพรท้องถิ่น เทียวชมชุมชน รวมถึงการเน้นเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งตรงกับการศึกษาของ จุไรรัตน์ ฉิมพาลี (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ ดังนั้นชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่านมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพและสามารถดำเนินกิจการภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย SHA ในการรองรับนักท่องเที่ยววิถีใหม่

เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านการบริการและมาตรฐาน SHA ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ของจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่าน เห็นได้ว่ามีมาตรฐานจาก SHA อยู่ 3 ข้อที่จังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่านมีความแตกต่างกัน คือ กระบวนการทำความสะอาดสถานที่ และอุปกรณ์ที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะหลังจากมีผู้ใช้บริการทุกครั้ง อนุญาต

ให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น และ การจัดพื้นที่ให้มีทางเข้า-ออกทางเดียว สำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มีทางเข้า-ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง มาตรฐานเหล่านี้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสามารถบ่งชี้ได้ว่า การบริหารจัดการของชุมชนในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่านนั้นมีการจัดการที่คล้ายคลึงกันบางส่วน แต่ยังมีมาตรฐานบางส่วนที่ยังมีความแตกต่างกันบ้างอาจเนื่องมาจากข้อจำกัดของแต่ละชุมชนและบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ Tourism Authority of Thailand (2020) ทางหน่วยงานยังให้การสนับสนุนในการปฏิบัติที่เป็นไปตามมาตรการเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ในส่วนของการเปรียบเทียบความแตกต่างทางด้านคุณภาพการบริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากในแต่ละจังหวัดต่างมีการรักษามาตรฐานด้านการบริการให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามคุณภาพในแต่ละด้าน เพื่อให้เป็นไปตามคุณภาพการบริการที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง นพมลดี เตชะวีรณานนท์ (2556) และ Parasuraman et al. (2013) กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ การพัฒนาการบริการเป็นการสร้างจุดเด่นแก่ธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจหรือองค์การในการสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อีกเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดเชียงรายและน่าน เพื่อสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในอนาคต และเพื่อช่วยขับเคลื่อนให้จังหวัดน่านและจังหวัดเชียงราย เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนภายใต้มาตรฐานของ Safety and Health Administration (SHA) ในการตอบสนองและรองรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบปกติใหม่เพื่อการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดดังนี้

1) ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นภายใต้มาตรฐานของ Safety and Health Administration (SHA) อาทิ การการควบคุมสุขอนามัยและการป้องกันการแพร่เชื้อในพื้นที่ให้บริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว ทดแทนการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อลดการสัมผัส เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2) ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ รวมถึงมาตรฐานด้านสุขภาพและสุขอนามัยของลูกค้าเป็นหลัก อาทิ การเปลี่ยนผ้าที่ใช้ในการให้บริการ เช่น ผ้าปูรองเบาะนอน เบาะนอน ปลอกหมอน ฯลฯ ทุกครั้งที่ให้บริการเสร็จสิ้น มีการกำจัดขยะ ของเสีย กระดาษชำระ และหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือความไปถึงการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มีประสิทธิภาพ

3) ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผู้ให้บริการเพื่อเพิ่มทักษะ และแสดงให้เห็นถึงความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี อาทิ การฝึกอบรบพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถรู้จักและเข้าใจลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งถัดไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการจัดการเพื่อให้เกิดมาตรฐาน SHA และคุณภาพการบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถปรับใช้กับพื้นที่ และปรับใช้กับสถานการณ์โรคระบาดได้
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบอื่นที่จะสามารถต่อยอดพัฒนามาตรฐานและคุณภาพบริการให้เกิดประสบการณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. ควรมีการศึกษาประเด็นมาตรฐาน SHA อย่างลึกซึ้ง เช่น การศึกษาผ่านวิธี Delphi technique หรือการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับมาตรฐานให้มากขึ้น เพื่อการปรับใช้และการศึกษาร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). *ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. <http://thai.tourismthailand.org/สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม/ประเภทกิจกรรมท่องเที่ยว/ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *แผนดำเนินงานโครงการมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย : Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA*. ผู้แต่ง. จุไรรัตน์ นิมพาลี. (2563). คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ. *บทความวิชาการ วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 6(3), 1-14.
- ดารณี อางหาญ, เกิดศิริ เจริญวิศาล, และ มนัสสินี บุญศรีสง่า. (2563). การยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 22(1), 186-204. <https://doi.org/10.14456/lartstu.2022.9>
- นพมลลี เตชะวัชรนันท์. (2556). *การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. Chiang Mai University Digital Collections. <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:118745>
- นวพร บุญประสม. (2556). การปรับใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแพทย์แผนไทยเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยชุมชน กรณีศึกษา สวนสมุนไพรแอนนี อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิชาการ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 9(2), 85-99. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/31341/26934>
- นิสาชล ลีรัตนกร, และ ชนิดา พันธุ์มณี. (2556). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่* [รายงานผลการวิจัย, สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้]. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยแม่โจ้. http://webpac.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/research/2556/nisachon_leerat-tanakorn_2554_2/fulltext.pdf
- พัชรียา แก้วชู. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vit15-1/6114993619.pdf>
- ศุจิณญา ธารารัตนสุวรรณ. (2563). *ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- สินธุ์ สโรบล. (2551). การจัดกรท่องเที่ยวโดยชุมชน. *ประชาคมวิจัย*, 57, 15-21.
- สุขาดา งวงษ์ภูมิ. (2551). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2563). *การพัฒนาพื้นที่ต้นแบบเพื่อสร้างกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. <https://www.egov.go.th/th/government-agency/211/>

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Creswell, J. (2008). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage.
- Pacific Asia Travel Association. (2020). *PATA conducts "the future of tourism" interview series to provide COVID-19 recovery insights*. Author.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.1177/00222429850490040>

ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดี กับผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ

THE RELATIONSHIP BETWEEN GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND RETURNS ON SHAREHOLDERS OF COMPANIES LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND AND THE MARKET FOR ALTERNATIVE INVESTMENT

Received: 16 September, 2022

Revised: 6 November, 2022

Accepted: 14 November, 2022

กรกันยา เทพวีระกุล*

Konkanya Thepveerakul*

ธนิดา จิตรนอมรัตน์**

Thanida Chitnomrath**

*นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Master Student, Business Administration, College of Innovative Business and Accountancy (CIBA), Dhurakij Pundit University

*Email: 615151010016@dpu.ac.th

**ปริญญาเอกและรองศาสตราจารย์สาขาการเงิน วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**DBA in Finance and Associate Professor of Finance, College of Innovative Business and Accountancy (CIBA), Dhurakij Pundit University

**Email: thanida@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดีและผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) จำนวน 386 บริษัท และตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI) จำนวน 88 บริษัท รวมทั้งสิ้นจำนวน 474 บริษัท โดยศึกษาทั้งในภาพรวมของตลาดและรายอุตสาหกรรม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์โดยเก็บข้อมูลระหว่างปี พ.ศ.2558 - พ.ศ.2564 ตัวแปรอิสระในการศึกษาคือการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตัวแปรตามคือผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น และตัวแปรควบคุมคือขนาดของบริษัทและโครงสร้างสัดส่วนเงินทุน สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือสถิติเชิงพรรณนาและสมการการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 ผลการวิจัยในภาพรวมของตลาดหลักทรัพย์ SET และ MAI พบว่าเฉพาะตลาด MAI ที่การกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อวิเคราะห์รายอุตสาหกรรม พบการกำกับดูแลกิจการที่ดีในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มเทคโนโลยี ของตลาด SET รวมทั้งกลุ่มธุรกิจบริการ ของตลาด MAI มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดียังคงมีบทบาทอย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทจดทะเบียน

คำสำคัญ: การกำกับดูแลกิจการ อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

Abstract

This research aims to study and compare the relationship between good corporate governance and returns on shareholders of 386 companies listed on the Stock Exchange of Thailand (SET) and 88 companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI), both in the overall markets and the individual industry. This research was conducted as empirical research by collecting data from the years 2015 to 2021. The independent variable in the study was good corporate governance. The dependent variable is the return of shareholders, and the controlling variables are the size of the company and its capital structure. The statistics used for analysis were descriptive statistics and multiple linear regression equations at a statistical confidence level of 95%. The results showed that for overall of SET and MAI markets, only MAI that good corporate governance has a statistically significant positive correlation with the returns on shareholders. When analyzed at each industry case, it was found that good corporate governance in agro-industry and food Sector, financial business group, industrial products, and technology segment of SET including service Business of MAI has a statistically significant positive correlation with the returns on shareholders. The

results inform us that good corporate governance continues to play a significant role in listed companies.

Keywords: Corporate Governance, Return on Shareholders, Stock Exchange of Thailand, MAI Stock Exchange

บทนำ

การกำกับดูแลกิจการหรือบรรษัทภิบาลเป็นเรื่องสำคัญที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากสาธารณชน หน่วยงานกำกับดูแล และผู้บริหารขององค์กรทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับสากล กล่าวกันว่าการกำกับดูแลกิจการทำให้กิจการมีระบบการบริหารและการจัดการที่มีคุณภาพ รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสและมีผลการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน ส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน สร้างความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มมูลค่าแก่กิจการ รวมทั้งสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ในประเทศไทยเริ่มรู้จักคำว่า “การกำกับดูแลกิจการ” หรือ “บรรษัทภิบาล” ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นปีเริ่มต้นแห่งการรณรงค์การมีบรรษัทภิบาลที่ดี โดยรัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลแห่งชาติขึ้น เพื่อให้การส่งเสริมบรรษัทภิบาลมีพัฒนาการที่เป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง (ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2554)

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2560) กล่าวว่า หลักปฏิบัติของการกำกับดูแลกิจการที่ดีหมายถึงการกำกับดูแลกิจการที่เป็นไปเพื่อการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืนและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน โดยผลของการกำกับดูแลกิจการช่วยให้กิจการสามารถแข่งขันได้ และมีผลประกอบการที่ดีโดยคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว สามารถประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพสิทธิและมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย เป็นประโยชน์ต่อสังคมช่วยพัฒนาหรือลดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสามารถปรับตัวได้ภายใต้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง ด้วยความสำคัญดังกล่าว ทางสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors : IOD) จึงได้จัดทำโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนเป็นประจำทุกปีจนถึงปัจจุบัน โดยใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินที่พัฒนาจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Cooperation and Development : OECD) และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ช่วงคะแนน (Score)	สัญลักษณ์ (Rang Number of Logo)	ความหมาย	Description
90 - 100		ดีเลิศ	Excellent
70 - 79		ดี	Good
60 - 69		ดีพอใช้	Satisfactory
50 - 59		ผ่าน	Pass
ต่ำกว่า 50	No logo gives	N/A	N/A

ที่มา: สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ปีพ.ศ. 2558-2564

โดยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 หมวดตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของกลุ่มประเทศ OECD โดยในแต่ละหมวดมีเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติที่มุ่งเน้นเครื่องมือชี้วัดที่เป็นรูปธรรมและสามารถวัดได้ในเชิงปริมาณ หลักเสียงตัวชี้วัดที่เป็นนามธรรมในการตัดสินใจ ซึ่งอาจเกิดการลำเอียงได้ เกณฑ์การประเมินประกอบด้วย จำนวนเกณฑ์ (ข้อ) และการให้น้ำหนัก (%) ในแต่ละหมวด ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2 เห็นได้ว่าในช่วง 7 ปีที่ผ่านมาการประเมินยังคงเกณฑ์ไว้แบบเดิมโดยให้ความสำคัญมากที่สุดกับความรับผิดชอบของคณะกรรมการ กับประเด็นการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสและการคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสำคัญรองลงมาโดยเพิ่มจำนวนเกณฑ์ข้อของการประเมินสามประเด็นนี้

ตารางที่ 2 เกณฑ์การพิจารณาคะแนนการกำกับดูแลกิจการที่ดีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2558 - 2564

หัวข้อ	จำนวนเกณฑ์การประเมิน(ข้อ) / น้ำหนัก (%)						
	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
สิทธิของผู้ถือหุ้น	32/15	32/15	32/15	32/15	32/15	32/15	32/15
การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน	19/10	19/10	19/10	19/10	19/10	19/10	19/10
การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	28/20	29/20	29/20	29/20	29/20	29/20	29/20
การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส	50/20	53/20	53/20	53/20	53/20	53/20	53/20
ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ	106/35	108/35	108/35	108/35	108/35	108/35	108/35
รวม	235/100	241/100	241/100	241/100	241/100	241/100	241/100

ที่มา: สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ปีพ.ศ. 2558-2564

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า ปัจจุบันมีบริษัทจดทะเบียนเพิ่มขึ้นทุกปี และผู้ลงทุนมีทักษะความรู้และสนใจผลลัพธ์ของการดำเนินงานมากขึ้น เพราะบทบาทการบริหารงานของบริษัทย่อมส่งผลลัพธ์แก่ผู้ลงทุนทั้งแง่บวกและแง่ลบ การกำกับดูแลกิจการที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญอย่างมาก นอกจากนี้ทุกภาคส่วนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อธุรกิจต่างมองเห็นประโยชน์ของการกำกับดูแลกิจการที่ตลาดหลักทรัพย์ไทยนำมาบังคับใช้กับบริษัทจดทะเบียนทุกบริษัท เพราะหากบริษัทหรือองค์กรใดขาดการกำกับดูแลกิจการที่ดี อาจส่งผลเสียถึงภาพลักษณ์ของบริษัทและกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลเสียที่เกิดขึ้นส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ลงทุนรวมถึงผู้ถือหุ้นรายย่อยทั่วไปที่ไม่สามารถเข้ามาบริหารจัดการบริษัทได้ เห็นได้ว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการที่วัดด้วยผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นบริษัทจดทะเบียนในทั้งสองตลาดอย่างไร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารขององค์กรและการตัดสินใจในการลงทุนของผู้ลงทุน

วัตถุประสงค์การวิจัย

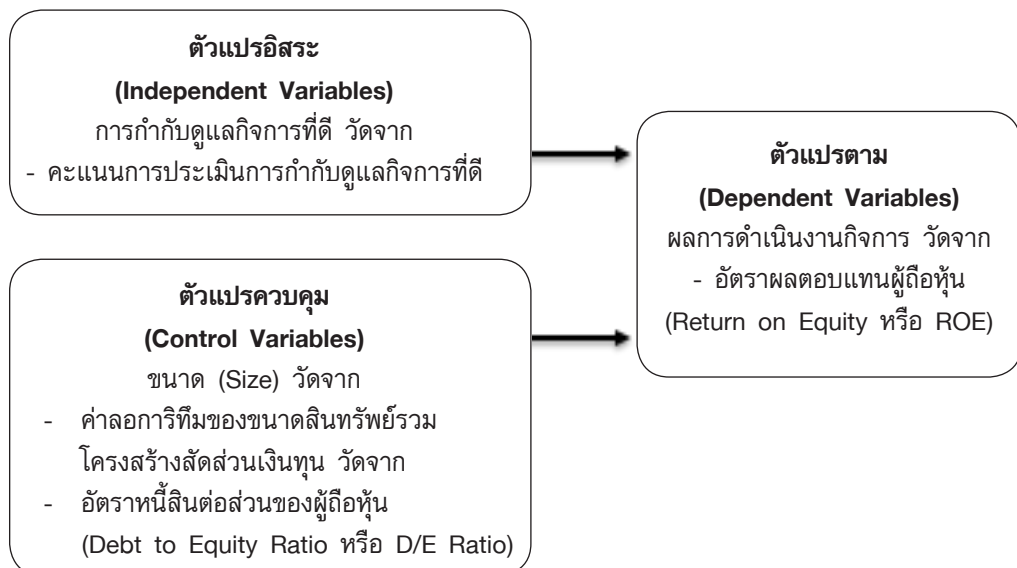
1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดีและผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI)
2. เพื่อเปรียบเทียบผลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นในภาพรวมของตลาดและจำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์ดังกล่าว

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การกำกับดูแลกิจการหมายถึงระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการและผู้ถือหุ้น รวมถึงการบริหารจัดการบริษัทที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะนำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เพื่อช่วยส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของกิจการ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555) และเพื่อให้ทรัพยากรขององค์กรได้นำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพสูงสุด ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างคุ้มค่าและตอบแทนกลับไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นธรรม ศิลปพร ศรีจันทเพชร (2554), Ertugrul and Hegde (2009) และ Fahy et al. (2005) ได้กล่าวว่า การกำกับดูแลกิจการช่วยสร้างมูลค่าของกิจการ รวมถึงคอยดูแลผลการดำเนินงานและผลประโยชน์ของกิจการให้สูงขึ้นและเป็นไปอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณี พิษสิงห์ (2558) ที่พบคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI เช่นเดียวกับ วรลักษณ์ อิศรางกูร (2558) ที่พบความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการกำกับดูแลกิจการและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET นอกจากนี้ เสนีย์ พวงยาณี และคณะ (2561) ด้วยเหมือนกันที่พบการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลต่อผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในตลาดหลักทรัพย์ SET เช่นเดียวกับดาร์วิน โพธิ์ประจักษ์ (2562) พบอิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีผลต่ออัตราผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง สมเกียรติ สุวรรณ (2562) พบระดับการกำกับดูแลกิจการมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ นันทวรา บัณชนาธรณ์ และพรทิวา แสงเขียว (2564) พบอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมมีต่อผลการดำเนินงานที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

และอัตราผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นในธุรกิจอุตสาหกรรมกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคของบริษัทจดทะเบียน และกล่าวว่า การประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) เป็นการวัดการบริหารงานอย่างเป็นรูปธรรมของผู้บริหารขององค์กรโดยใช้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีกำหนดเป็นนโยบายในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อการดำเนินงานของบริษัท นอกจากนี้งานวิจัยด้านการกำกับดูแลกิจการที่ผ่านมายังพบอิทธิพลของตัวแปรขนาดบริษัทและโครงสร้างเงินทุนที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท อาทิเช่น ัญญา ฉัตรร่มเย็น (2558) ศึกษาความสัมพันธ์ของการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET ในกลุ่มSET100 และพบว่าขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงานของบริษัท ขณะที่ Beiner et al. (2004) พบว่าขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ Majumdar and Chhibber (1999) ศึกษาบริษัทในประเทศอินเดีย พบว่าโครงสร้างเงินทุนของกิจการมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งอาจส่งผลให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นไม่เป็นไปตามทิศทางที่คาด ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่บริษัทก่อภาระหนี้สินสูง นภพรรณ ลิ้มตั้ง (2558) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับคุณภาพกำไรของบริษัท สอดคล้องกับ Akintoye (2007) ที่พบความสัมพันธ์ของอัตราหนี้สินกับอัตราส่วนผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน จากการทบทวนวรรณกรรมเหล่านี้ทำให้ได้ข้อสรุปของการกำหนดตัวแปรสำหรับการวิจัยดังปรากฏในกรอบแนวคิดในการวิจัยภาพที่ 1

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ในภาพที่ 1 ตัวแปรอิสระคือคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) ที่ได้จากผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตัวแปรตามคืออัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารงานที่สร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นที่เป็นเจ้าของกิจการ และตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดบริษัท (SIZE) ที่วัดจากค่าลอการิทึมของขนาดสินทรัพย์รวม และโครงสร้างเงินทุนเพื่อพิจารณาความเสี่ยงทางการเงินโดยวัดค่าจากอัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

สมมติฐานที่ 2 : การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI)

สมมติฐานที่ 3 : ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดีและอัตราผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น (ROE) ของทั้งสองตลาดหลักทรัพย์มีความแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาคือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI) จำนวน 8 อุตสาหกรรม ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2564 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่บริษัทจดทะเบียนได้คะแนนการกำกับดูแลกิจการในระดับดีเลิศเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แสดงว่าบริษัทจดทะเบียนให้ความสำคัญกับการบริหารที่สอดคล้องกับเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการมากขึ้นก็ได้ โดยเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อดำเนินการวิจัยคือต้องเป็นบริษัทที่รายงานงบการเงินต่อเนื่องอย่างน้อย 7 ปี ต้องไม่อยู่ในช่วงให้ชี้แจงงบการเงิน ต้องไม่อยู่ในช่วงฟื้นฟูกิจการ และต้องไม่อยู่ในช่วงที่ ก.ล.ต. สั่งให้แก้ไขงบการเงิน ได้กลุ่มตัวอย่างที่ผ่านเกณฑ์เงื่อนไขการคัดเลือกทั้งสิ้น 474 บริษัท แบ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET 386 บริษัท และ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI 88 บริษัท โดยข้อมูลตัวแปรคะแนนการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนเก็บจากข้อมูลของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และข้อมูลด้านการเงินเก็บจากข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ www.set.or.th ระหว่างปี พ.ศ. 2558 - 2564

จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเบื้องต้นคือสถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ลักษณะของตัวแปรต่างๆ และสถิติวิเคราะห์ขั้นสูงด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) เพื่อพิจารณาว่าตัวแปรอิสระมีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) หรือไม่ แล้วจึงทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณด้วยวิธีการนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter) เพื่อทดสอบระดับความสัมพันธ์ของคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีกับผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET และตลาดหลักทรัพย์ MAI ทั้งในภาพรวมและรายประเภทอุตสาหกรรม ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3 เป็นการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) หรือไม่ แบ่งเป็น 2 กรณี กรณีตัวแปรอิสระของบริษัทจดทะเบียนในตลาด SET พบค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) กับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE RATIO) เท่ากับ 0.09** และขนาดบริษัท (SIZE) เท่ากับ 0.19** สัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 99 สำหรับกรณีตลาด MAI ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 95 ไม่พบค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) กับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE RATIO) และขนาดบริษัท (SIZE) อย่างมีนัยสำคัญ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดเท่ากับ 0.33 ซึ่งไม่เกิน 0.80 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) อย่างไรก็ตาม ได้ทำการตรวจสอบอีกครั้งด้วยการทดสอบ Collinearity ด้วยการวิเคราะห์ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า Tolerance CGR = 0.961, DE Ratio = 0.891, SIZE = 0.865 และค่า VIF CGR = 1.041, DE Ratio = 1.122, SIZE = 1.156 เห็นได้ว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.2 และ VIF มีค่าไม่มากกว่า 5 ไม่ปรากฏว่าตัวแปรอิสระสัมพันธ์กันเอง ซึ่งเป็นไปตามหลักการของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ จึงสามารถนำตัวแปรข้างต้นไปทำการวิเคราะห์ขั้นต่อไปได้ในตารางที่ 4

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI) ด้วย Pearson Correlation Coefficient Analysis

ตัวแปร	SET			MAI		
	CGR	DE Ratio	SIZE	CGR	DE Ratio	SIZE
CGR	1	0.09**	0.19**	1	-0.02	-0.05
DE Ratio	0.09**	1	0.33**	-0.02	1	0.03
SIZE	0.19**	0.33**	1	-0.05	0.03	1

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

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณเพื่อทดสอบคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีกับผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

ตัวแปร	อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น								
	ภาพรวมตลาด	กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร	กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	กลุ่มธุรกิจการเงิน	กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และสิ่งก่อสร้าง	กลุ่มทรัพยากร	กลุ่มบริการ	กลุ่มเทคโนโลยี
	β	β	β	β	β	β	β	β	β
CGR	-2.05	2.37*	1.44	1.95*	1.90*	-34.25	0.48	3.251	3.56*
DE Ratio	-20.10*	-0.46	0.68	-1.24*	-5.48*	-72.21*	12.10*	-13.54*	-1.72*
SIZE	0.00*	-0.00	-0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00*
Adjust R2	0.037	0.010	-0.00	0.06	0.16	0.13	0.19	0.03	0.07

* ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ตัวแปรอิสระคือ CGR = คะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตัวแปรควบคุมคือ DE RATIO = อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และ SIZE = ขนาดบริษัท ตัวแปรตามคืออัตราส่วนผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น (ROE)

ในตารางที่ 4 กรณีตลาดหลักทรัพย์ SET ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า โดยภาพรวม คะแนน CGR ของบริษัทจดทะเบียนไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทน ROE แต่หากพิจารณารายอุตสาหกรรมมี 4 อุตสาหกรรมที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มเทคโนโลยี คะแนน CGR มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และสิ่งก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มบริการ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญแตกต่างจากงานวิจัยของดาร์เร็น โพธิ์ประจักษ์ (2562) ที่พบกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และสิ่งก่อสร้างมีการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลต่ออัตราผลตอบแทน ROE อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่งานวิจัยนี้ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และสิ่งก่อสร้างมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบและค่าค่อนข้างสูงผิดปกติ ซึ่งน่าจะส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์ของคะแนน CGR กับอัตราผลตอบแทน ROE ในภาพรวมไม่มีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังแตกต่างจากงานวิจัยของสมเกียรติ สุวรรณ (2562) และงานวิจัยของนันทรา ปันชนาธรณ์ และพรทิพา แสงเขียว (2564) ด้วย ที่พบว่าระดับคะแนนประเมินการกำกับดูแลกิจการมีผลต่ออัตราผลตอบแทน ROE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบางบริษัทอาจไม่เป็นไปตามการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างแท้จริง ด้านตัวแปรควบคุม พบอิทธิพลของตัวแปรควบคุมดังนี้ อัตราหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (DE Ratio) ในภาพรวมของตลาดพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทน ROE เมื่อพิจารณารายอุตสาหกรรมพบว่ากลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และสิ่งก่อสร้าง กลุ่มธุรกิจบริการ และกลุ่มเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทน ROE ในขณะที่อัตราหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (DE Ratio) ของกลุ่มทรัพยากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE

ด้านขนาดบริษัท (SIZE) ในภาพรวมตลาดพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE และเมื่อพิจารณารายอุตสาหกรรม พบว่า ขนาดบริษัทในกลุ่มเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE สำหรับ ค่า Adjust R² พบว่าค่าค่อนข้างต่ำ แสดงว่าในช่วงเวลาที่พิจารณา มีตัวแปรอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือสมการนี้ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทน ROE ด้วย

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณเพื่อทดสอบคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีกับผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI)

ตัวแปร	อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น								
	ภาพรวมตลาด	กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร	กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	กลุ่มธุรกิจการเงิน	กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และสิ่งก่อสร้าง	กลุ่มทรัพยากร	กลุ่มบริการ	กลุ่มเทคโนโลยี
	β	β	β	β	β	β	β	β	β
CGR	2.65*	2.51	1.17	15.46	0.98	-2.33	1.31	6.98*	9.69
D/E Ratio	0.18	-14.08	1.31	1.13	-7.16*	0.28	5.68	0.32	-8.60
SIZE	0.00*	0.00	-0.00	0.00	0.00*	0.00	0.00	0.00	0.00
Adjust R ²	0.01	0.28	-0.05	0.22	0.13	-0.01	0.45	0.02	0.22

* ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ตัวแปรอิสระคือ CGR = คะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตัวแปรควบคุมคือ DE RATIO = อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และ SIZE = ขนาดบริษัท ตัวแปรตามคืออัตราส่วนผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น (ROE)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในตารางที่ 5 กรณีตลาดหลักทรัพย์ MAI พบว่าโดยภาพรวม คะแนน CGR ของบริษัทจดทะเบียนมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทน ROE อย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลและความสำคัญต่อบริษัทจดทะเบียนที่มีขนาดเล็ก แต่หากพิจารณารายอุตสาหกรรม พบว่ามีเพียงกลุ่มบริการเท่านั้นที่คะแนน CGR สัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวรรณ พิเชสิงห์ (2558) ที่พบคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ในขณะที่กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และสิ่งก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มเทคโนโลยี การกำกับดูแลกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทน ROE อาจเนื่องมาจากข้อมูลคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการอาจไม่เป็นไปตามการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านตัวแปรควบคุมพบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (DE Ratio) ในภาพรวมของตลาด ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทน ROE เมื่อพิจารณารายอุตสาหกรรมพบว่ามีเพียงกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทน ROE และด้านขนาดบริษัท (SIZE) ในภาพรวมตลาด พบว่ามีความสัมพันธ์กับเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE และเมื่อพิจารณารายอุตสาหกรรม พบว่ามีเพียงกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

ที่ขนาดบริษัทมีผลเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE สำหรับค่า Adjust R^2 พบว่าค่าค่อนข้างต่ำ แสดงว่าในช่วงเวลาที่พิจารณา มีตัวแปรอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือสมการนี้ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทน ROE ด้วย

จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถสรุปผลตามสมมติฐานได้ว่า (1) การกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET ในภาพรวม แต่มีความสัมพันธ์รายอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มเทคโนโลยี (2) การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ในภาพรวม และมีความสัมพันธ์รายอุตสาหกรรมเฉพาะในอุตสาหกรรมกลุ่มบริการ (3) เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดีและอัตราผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น (ROE) ของทั้งสองตลาดหลักทรัพย์ พบว่ามีความแตกต่างกัน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลของการวิจัยนี้ได้ว่า ในภาพรวมของตลาดหลักทรัพย์ SET และ MAI พบคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) เฉพาะของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 ขณะที่ภาพรวมของตลาดหลักทรัพย์ SET ไม่พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) กับอัตราผลตอบแทน ROE ผลการวิจัยชี้ว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีน่าจะมีความสำคัญอย่างมากต่อบริษัทจดทะเบียนที่มีขนาดเล็ก และเมื่อพิจารณารายอุตสาหกรรม พบว่าสำหรับตลาดหลักทรัพย์ MAI มีเพียงกลุ่มธุรกิจบริการเท่านั้นที่คะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับรายอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์ SET พบความสัมพันธ์ที่มากกว่า โดยคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) ของบริษัทที่จดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทน ROE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าบทบาทของการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีนัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมหลายประเภท

ในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ สำหรับมุมมองของผู้บริหารและผู้ประกอบการ งานวิจัยนี้แนะนำว่า สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET และ MAI ที่งานวิจัยนี้พบว่าคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์ต่ออัตราส่วนผลตอบแทน ROE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้บริหารและผู้ดำเนินงานควรให้ความสนใจและรักษามาตรฐานการดำเนินงานภายใต้กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดี เนื่องจากคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการแสดงให้เห็นถึงการมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น นักลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพราะฉะนั้น หากบริษัทต้องการเน้นประสิทธิภาพจากการบริหารงานและผลตอบแทน ควรให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยใช้การกำกับดูแลกิจการภายใต้หลักเกณฑ์ของการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเครื่องมือพัฒนาโครงสร้างและประสิทธิภาพการดำเนินงาน และใช้ในการวางแผนและปรับปรุงกลไกการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น เพราะมีงานวิจัยที่สนับสนุนประเด็นนี้ว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยพบว่าบริษัทที่ได้รับการประเมินคุณภาพการปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการด้วยคะแนนที่สูงกว่ามีส่วนแบ่งตลาดเฉพาะและส่วนแบ่งตลาดรวมที่สูงกว่าบริษัทที่มีอันดับการกำกับดูแลกิจการที่ต่ำ (สุภานี นวกุล, 2553)

นอกจากนี้ บริษัทจดทะเบียนควรสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานภายใต้กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อภาพลักษณ์ที่ดี ความน่าเชื่อถือ และโปร่งใสขององค์กร รวมถึงการเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ร่วมลงทุนเดิมและสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ลงทุนที่คาดว่าจะลงทุนกับบริษัทจดทะเบียนในอนาคต ส่วนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET และ MAI ที่งานวิจัยนี้ไม่พบคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีสัมพันธ์กับอัตราส่วนผลตอบแทน ROE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขอให้ตระหนักว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดียังคงมีบทบาทสำคัญอย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทจดทะเบียน ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญและเพิ่มความชัดเจนของการดำเนินงานภายใต้กลไกของการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้มากยิ่งขึ้น เพื่อผลประกอบการของกิจการที่ดีขึ้น พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้นในภายภาคหน้า เพื่อดึงดูดความสนใจนักลงทุนรายใหม่ในการลงทุนกับบริษัทจดทะเบียน (กุลยา จันทะเดช, 2561)

สำหรับมุมมองผู้ลงทุน ผู้ใช้ทางการเงินและผู้ที่เกี่ยวข้อง การกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่กิจการ กฎระเบียบที่กำกับดูแลกิจการด้านความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับเจ้านาย ผู้จัดการและผู้ถือหุ้น ก่อให้เกิดการเจริญเติบโตและความมั่นคงทางการเงินอย่างยั่งยืนได้ ภายใต้ความเชื่อมั่นของตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (วรลักษณ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2558) ดังนั้น หากต้องการมุ่งเน้นด้านประสิทธิภาพการลงทุนในทั้งสองตลาดหลักทรัพย์ แนะนำว่าผู้ลงทุนควรให้ความสำคัญในผลสำรวจการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในแต่ละปี เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถระบุประสิทธิภาพของการบริหารกิจการที่มีมาตรฐานสากล ซึ่งน่าจะช่วยให้การกำหนดทิศทางในการตัดสินใจลงทุนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากขึ้นได้

นอกจากนี้ สำหรับงานวิจัยในอนาคต งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะให้ขยายผลการศึกษาประสิทธิภาพของการกำกับดูแลกิจการที่ดีกับผลตอบแทนทางการเงิน อาทิเช่น งานวิจัยในอนาคตอาจใช้ตัวแปรอื่นในการศึกษาองค์ประกอบของการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยอ้างอิงจากทฤษฎีตัวแทน เช่น โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท สัดส่วนการถือครองหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยง และประสิทธิภาพในการจัดการระบบการตรวจสอบภายใน เป็นต้น หรือขยายระยะเวลาการศึกษาให้มากขึ้นแล้วศึกษาเชิงคุณภาพรายบริษัทในแต่ละอุตสาหกรรมนำมาพิจารณาเปรียบเทียบกันและหาข้อสรุปเพื่อให้ได้ผลเจาะลึกที่ชัดเจน หรืออาจขยายตัวแปรตามที่วัดผลการดำเนินงานแบบอื่น เช่น อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร มูลค่าตลาด อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล เป็นต้น รวมถึงอาจขยายตัวชี้วัดผลการดำเนินงานครอบคลุมไปถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจศาสตร์ เพื่อแสดงให้เห็นต้นทุนที่แท้จริง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ไม่ได้มองแค่ผลการดำเนินงานแค่กำไรสุทธิเพียงอย่างเดียว ยิ่งไปกว่านั้น งานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพสองมุมมองโดยเพิ่มเติมมุมมองเชิงคุณภาพด้านการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความชัดเจนของผลงานวิจัยในเชิงปริมาณ

บรรณานุกรม

- กุลยา จันทะเดช. (2561). หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปีพ.ศ. 2560. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 14(41), 73-93. <http://www.jap.tbs.tu.ac.th/files/Article/Jap41/Full /JAP41Kulaya.pdf>
- ดรรารัตน์ โพธิ์ประจักษ์. (2562). อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 11(2), 37-50. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/231090/157301>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555*. <https://www.setsustainability.com/download/vejmkpd3874zgo>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). *การสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน CORPORATE GOVERNANCE REPORT OF THAI LISTED COMPANIES (CGR)*. <https://www.setsustainability.com/page/cgr-corporate-governance-report>
- ธัญญา ฉัตรมณี. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET100* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702112722_3950_2041.pdf
- นภพรณ ลิมตัง. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการและคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 100)* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702020453_3333_2808.pdf
- นันทวรา ปันชนาธรณ์, และ พรทิวา แสงเขียว. (2564). อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานธุรกิจหมวดอุตสาหกรรมกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 8(8), 77-89.
- วรลักษณ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างระดับคะแนนการกำกับดูแลกิจการและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:99912
- ศิลปพร ศรีจันทะพร. (2554). การบริหารความเสี่ยงกับการกำกับดูแลกิจการ. *วารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 34(130), 1-3. <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba130/Column/JBA130SinlapapornC.pdf>
- สมเกียรติ สุวรรณ. (2562). *การกำกับดูแลกิจการที่ดีและสัดส่วนของผู้ถือหุ้นนักลงทุนสถาบันที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม]. Knowledge Bank at Sripatum University. <http://bitly.ws/vZse>

- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560*. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. <https://www.sec.or.th/cgthailand/th/pages/cgcode /cgcodeintroduction.aspx>
- สุภานี ดวงกมล. (2553). *การกำกับดูแลกิจการกับความสามารถในการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [ปฏิญานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]*. NIDA Wisdom Repository. <https://repository.nida.ac.th/handle /662723737/936#>
- สุวรรณณี พิชสิงห์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ. ใน *การประชุมวิชาการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 เรื่องการเรียนรู้สู่อนาคตทางเลือกที่หลากหลาย* (น. 363 – 375). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เสนีย์ พวงยาณี, ลีทิพย์ ธรรมเสนห์, และ ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์. (2561). การกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ส่งผลต่อผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 8* (น. 2964–2972). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Akintoye, I. R. (2007). Effect of capital structure on firms' performance: The Nigerian Experience.docx. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 10, 233-243. https://www.academia.edu/30875831/Effect_of_Capital_Structureon_Firm_s_Performance_The_Nigeria_Experience_docx
- Beiner, S., Drobetz, W., Schmid, F., & Zimmerman, H. (2004). Is board size an independent corporate governance mechanism. *KYKLOS*, 57(3), 327-356. <https://doi.org/10.1111/ j.0023-5962.2004.00257.x>
- Ertugrul, M. & Hegde, S. (2009). Corporate governance ratings and firm performance. *Financial Management*, 38(1), 139-160. <https://doi.org/10.1111/j.1755-053X.2009.01031.x>
- Fahy, M., Roche, J., & Weiner, A. (2005). *Beyond governance creating corporate value through performance, conformance and responsibility*. John Wiley & Sons.
- Majumdar, S. K. (1997). The impact of size and age on firm-level performance: Some evidence from India. *Review of Industrial Organization*, 12, 231-241. <https://doi.org/10.1023/A:1007766324749>
- Majumdar, S. K., & Chhibber, P. K. (1999). Capital structure and performance: Evidence from a transition economy on an aspect of corporate governance. *Public Choice*, 98(3-4), 287–305. <https://doi.org/10.1023/A:1018355127454>

**ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงิน
กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ กรณีศึกษา :
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค**

**A RELATIONSHIP BETWEEN FINANCIAL
PERFORMANCE AND RETURNS OF SECURITIES
CASE STUDY: COMPANIES LISTED ON THE
STOCK EXCHANGE OF THAILAND ENERGY
AND UTILITIES GROUP**

Received: 16 September, 2022

Revised: 30 November, 2022

Accepted: 5 December, 2022

ชัยวัฒน์ เทพวีระกุล*

Chaiwat Thepveerakul*

ธนิดา จิตร์นอมรัตน์*

Thanida Chitnomrath**

*นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Master Student, Business Administration, College of Innovative Business and Accountancy (CIBA), Dhurakij Pundit University

*Email: 615151010017@dpu.ac.th

**ปริญญาเอกและรองศาสตราจารย์สาขาการเงิน วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**DBA in Finance and Associate Professor of Finance, College of Innovative Business and Accountancy (CIBA), Dhurakij Pundit University

**Email: thanida@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค โดยช่วงเวลาที่ทำการศึกษาคือช่วงก่อนการเปลี่ยนแปลงนโยบายพลังงาน (พ.ศ. 2553 - 2557) และหลังการเปลี่ยนแปลงนโยบายพลังงาน (พ.ศ. 2558 - 2562) รวมระยะเวลาทั้งหมด 10 ปี งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลทางการเงินจากบริษัทจดทะเบียนกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่เป็นไปตามข้อกำหนดได้ 25 บริษัท แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และสมการถดถอยเชิงพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญร้อยละ 95 และ 99 ผลการวิจัยพบว่า ก่อนการเปลี่ยนแปลงนโยบายพลังงานผลการดำเนินงานทางการเงินเฉพาะด้านความสามารถทำกำไรเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค แต่หลังการเปลี่ยนแปลงนโยบายพลังงานพบว่าผลการดำเนินงานทางการเงินมีนัยสำคัญทางสถิติมากขึ้น นั่นคือผลการดำเนินงานทางการเงินด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ ด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ และด้านความสามารถในการทำกำไร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงานทางการเงิน อัตราส่วนทางการเงิน ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พลังงานและสาธารณูปโภค

Abstract

This research examines the relationship between financial performance as measured by financial ratios and returns of securities of companies listed on the Stock Exchange of Thailand in the Energy & Utilities Group. The period considered is the period before the energy policy change (2010 - 2014) and after the energy policy change (2015 - 2019), a total period of 10 years. This research was conducted as quantitative research, data collection was done by collecting financial data from the 25 listed companies in the Energy & Utilities Group that meet the requirements and then analyzing the data statistically with descriptive statistics, Pearson correlation coefficient, and multiple regression equations at the significance level of 95 percent and 99 percent. The results showed that prior to the energy policy change, only financial performance in terms of profitability was statistically significantly correlated with returns of Energy & Utilities sector securities. However, after the energy policy change, the financial performance was more statistically significant. Considering the financial performance of asset management efficiency, debt management efficiency, and the ability to make profits there is a statistically significant correlation with the returns of the Energy & Utilities Group's securities.

Keywords: Financial Performance, Financial Ratio, Return of Securities, Stock Exchange of Thailand, Energy and Utilities

บทนำ

ประเทศไทยมีการพัฒนาพลังงานไทยมาหลายช่วง เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2411 จนถึงปัจจุบัน (ประวัติการพัฒนาพลังงานไทย วิวัฒนาการพลังงานไทย คือ วิวัฒนาการพัฒนาชาติ, 2555) ช่วงแรกเป็นช่วงบุกเบิกพลังงานสยาม (พ.ศ. 2411 – 2475) ในสมัยรัชกาลที่ 5 เริ่มมีน้ำมันเชื้อเพลิง มีการนำรถยนต์เข้ามาทดลองวิ่ง เริ่มมีไฟฟ้าใช้ใน พ.ศ. 2427 มีการก่อสร้างโรงไฟฟ้าวัดเลียบโดยบริษัทเอกชน (พ.ศ. 2440) ส่วนโรงไฟฟ้าของรัฐก่อตั้งครั้งแรกใน พ.ศ. 2455 สมัยรัชกาลที่ 6 ช่วงที่สองช่วงเติบโตด้านพลังงาน (พ.ศ. 2475 – 2483) ช่วงนี้น้ำมันปิโตรเลียมกลายเป็นสิ่งสำคัญต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของชาติ กระทรวงกลาโหมจึงได้จัดตั้งแผนกเชื้อเพลิง พ.ศ. 2476 เพื่อจัดหาน้ำมันเบนซิน น้ำมันก๊าด และน้ำมันหล่อลื่น พร้อมทั้งสร้างคลังน้ำมัน มีการก่อสร้างโรงกลั่นน้ำมันของรัฐแห่งแรก พ.ศ. 2480 ช่วงที่สามช่วงพลังงานฟื้นฟูประเทศหลังสงครามโลก (พ.ศ. 2483 – 2500) รัฐจัดตั้งการไฟฟ้านครหลวง พ.ศ. 2493 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2497 และต่อมา พ.ศ. 2503 คณะกรรมการพลังงานแห่งชาติได้ดำเนินการจัดตั้งรัฐวิสาหกิจขึ้น 3 แห่ง คือ องค์การพลังงานไฟฟ้าภาคใต้/การกลั่นและพลังงานไฟฟ้า พ.ศ. 2497 การไฟฟ้าอันฮิ พ.ศ. 2500 และการไฟฟ้าตะวันออกเฉียงเหนือ พ.ศ. 2505 ช่วงที่สี่เป็นช่วงเร่งรัดพัฒนาประเทศ (พ.ศ. 2500 – 2514) เริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรก (พ.ศ. 2504 – 2509) มีโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ คือ โรงไฟฟ้าพระนครเหนือ หรือการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2512 โดยรวมกิจกรรมด้านการผลิตที่มีอยู่เดิมในช่วงที่สาม ทำให้การพัฒนาไฟฟ้าของประเทศก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและเป็นระบบ ช่วงที่ห้าช่วงโชติช่วงชัชวาล (พ.ศ. 2514 – 2525) เกิดจากปัญหาวิกฤตการณ์น้ำมันโลก รัฐบาลจึงได้จัดตั้งการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2521 ขึ้น โดยมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับกิจการปิโตรเลียมของประเทศทั้งหมด ช่วงที่หกช่วงเศรษฐกิจก้าวหน้า (พ.ศ. 2525 - 2540) รัฐจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ พ.ศ. 2527 และคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ พ.ศ. 2529 เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบาย และมาตรการต่าง ๆ ทางด้านพลังงาน ต่อมา พ.ศ. 2534 จัดตั้งกระทรวงพลังงานขึ้น และมีนโยบายส่งเสริมให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตไฟฟ้า เพื่อลดภาระการลงทุนในภาครัฐ และส่งเสริมการแข่งขัน ช่วงที่เจ็ดช่วงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างพลังงาน (พ.ศ. 2540 – 2549) มีการปฏิรูปกระทรวงพลังงานใหม่ ให้มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการจัดหา พัฒนา และบริหาร จัดการด้านพลังงาน เพื่อให้เกิดความมั่นคงด้านพลังงาน เน้นการพัฒนาความร่วมมือทางด้านพลังงานไฟฟ้า ก๊าซธรรมชาติ และน้ำมันระหว่างประเทศ เพื่อขยายกำลังผลิตตอบสนองความต้องการไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้น และพร้อมเปลี่ยนบทบาทให้ประเทศไทยจากประเทศผู้ซื้อพลังงานเป็นประเทศผู้ค้าพลังงานและผลักดันให้ประเทศเป็นศูนย์กลางพลังงานในภูมิภาคอาเซียน สำหรับช่วงล่าสุดขณะนี้คือช่วงการพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก (พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน) การปรับเปลี่ยนช่วงนี้เนื่องจากปัญหาสภาวะโลกร้อนที่เกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นปัญหาที่ทั่วโลกและประเทศไทยให้ความสำคัญ โดยไทยได้ตอบรับทิศทางของโลกในการพิจารณาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก ด้วยการออกแผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก พ.ศ. 2558 – 2579 มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า Alternative Energy Development Plan : AEDP 2015 (ประวัติกิจการไฟฟ้าไทย, ม.ป.ป.; วิรัช บุรณกนกนสาร, 2564) จะเห็นได้ว่า การพลังงานของประเทศไทยมีการพัฒนามาเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง ตอบสนองสถานการณ์และภาวะโลกที่เปลี่ยนแปลงไปในทุกปัญหา และที่สำคัญเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามามีส่วนในการพัฒนาพลังงานของประเทศด้วย

แสดงให้เห็นว่าธุรกิจกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคมีความสำคัญและจัดเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศที่มีผู้คนให้ความสนใจสูง ปัจจุบันธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภคซึ่งเป็นธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่จัดตั้งในรูปแบบบริษัทมหาชนและจดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษาวิจัยนี้ จึงสนใจพิจารณาความเปลี่ยนแปลงของกลุ่มธุรกิจนี้ในการพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกจากแผนพลังงานที่ปรับใหม่ ว่ามีผลต่อการประกอบธุรกิจของเอกชนขนาดใหญ่อย่างไร โดยใช้หลักการวิเคราะห์พื้นฐาน (Fundamental analysis) ด้วยอัตราส่วนทางการเงินซึ่งเป็นหลักการสำคัญในการวิเคราะห์ทางการเงิน (Musallam, 2018; Paramasivan & Subramanian, 2009) มาพิจารณางบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน เพราะการเปลี่ยนแปลงนี้อาจส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผลที่เป็นผลตอบแทนแก่ผู้ถือหลักทรัพย์ คาดว่างานวิจัยนี้จะมีส่วนช่วยให้นักลงทุนในการพิจารณาความเหมาะสมของการลงทุนในธุรกิจกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคได้เหมาะสมยิ่งขึ้น กล่าวคือ ช่วยลดความเสี่ยง เพิ่มผลตอบแทน และเพิ่มความเชื่อมั่นในการลงทุน โดยงานวิจัยนี้แบ่งการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาพลังงานเป็น 3 ช่วง ช่วงระยะเวลา 5 ปี ก่อนที่จะมีการปรับแผนพลังงานฯ (พ.ศ. 2553 - 2557) ช่วงระยะเวลา 5 ปี หลังจากที่มีการปรับแผนพลังงานฯ (พ.ศ. 2558 - 2562) และช่วงเวลา 10 ปี (พ.ศ. 2553 - 2562) ก่อนและหลังมีการปรับแผนพลังงานฯ โดยใช้อัตราส่วนทางการเงินและผลตอบแทนแก่นักลงทุนของบริษัทกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคเป็นตัวแปรสำหรับการศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในอดีตมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนในหลายกลุ่มโดยผลลัพธ์ที่ได้มีหลากหลายประเด็น ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมงานวิจัยในอดีตที่น่าสนใจได้ดังนี้

ด้านผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงิน พบว่ามีการศึกษาอัตราส่วนทางการเงินในหลายด้าน ได้แก่ อัตราส่วนด้านสภาพคล่อง (Liquidity Ratios) อัตราส่วนด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ (Asset Management Ratios) อัตราส่วนด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ (Leverage Ratios) และอัตราส่วนด้านความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินดังกล่าวกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียน อาทิเช่น งานวิจัยของศจี ศรีสัตตบุตร (2548) ที่ศึกษาอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 4 ด้าน กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเปรียบเทียบระหว่างอัตราส่วนทางการเงินที่เปิดเผย กับอัตราส่วนทางการเงินที่ผู้วิจัยคำนวณได้ผลลัพธ์ว่าอัตราส่วนด้านความสามารถทำกำไรจากอัตราผลตอบแทนจากยอดขาย และอัตราส่วนด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์จากอัตรากำไรสุทธิของสินค้าคงเหลือ มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์สูงกว่าอัตราส่วนทางการเงินอื่น ๆ และอัตราส่วนทางการเงินที่บริษัทเปิดเผยสามารถอธิบายผลตอบแทนของหุ้นได้สูงกว่าอัตราส่วนทางการเงินที่ผู้วิจัยคำนวณเอง ขณะที่ อุษาวงศ์สอนธรรม (2549) พบว่าอัตราส่วนด้านความสามารถทำกำไรจากอัตรากำไรจากการดำเนินงาน

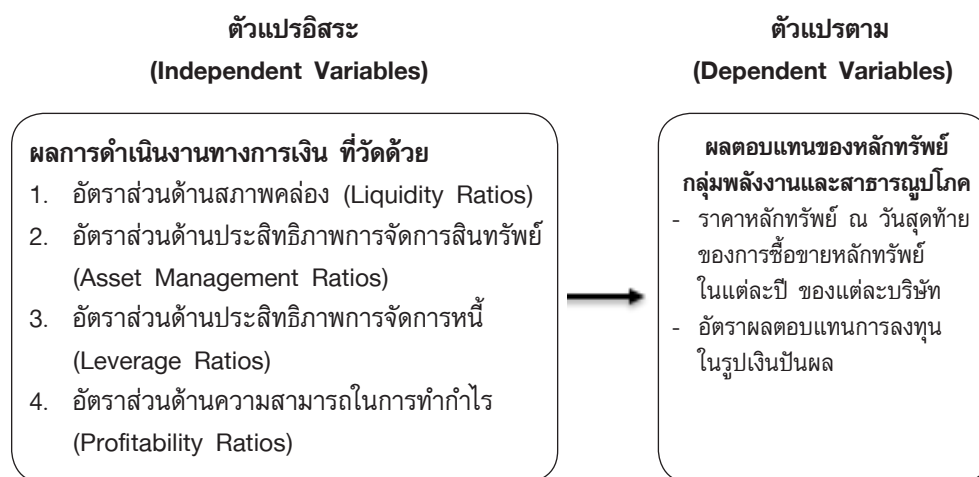
สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ได้ดีที่สุด ส่วนสัญญาาร เหลืองรุ่งเรือง (2551) ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเฉพาะหมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และพบว่าผลลัพธ์อัตราส่วนทางการเงินทั้ง 4 ด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงอัตราผลตอบแทนส่วนต่างราคาหุ้น อริษา สุรัสโม (2554) วิจัยบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคและพบว่าผลลัพธ์อัตราส่วนทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับราคาตลาดหลักทรัพย์มากที่สุดคือ อัตราส่วนมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางการบัญชีต่อหุ้น รองมาคือ อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนกำไรสุทธิ และอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เช่นเดียวกับบุญนาถ เกิดสินธุ์ (2554) วิจัยบริษัทในกลุ่มพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้ผลลัพธ์ว่าอัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถทำกำไร ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ ได้แก่ อัตราหนี้ต่อทุน มีความสัมพันธ์กับราคาตลาดของหลักทรัพย์ เชนณัฐลิตา โชติสินทิพย์ (2554) วิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถทำกำไรและด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้เพื่อพิจารณาประสิทธิภาพการทำกำไรและความเสี่ยงกับอัตราการจ่ายเงินปันผลสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 ได้ผลลัพธ์ว่าอัตราส่วนที่เกี่ยวกับความเสี่ยง ได้แก่ อัตราหนี้ต่อทุน และความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เป็นตัวแปรที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์อัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนได้อย่างมีนัยสำคัญ ไพรัตน์ ยาคี (2557) ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ได้ผลลัพธ์ว่าอัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถทำกำไร ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ แก้วณัฏ อภิรัมย์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์ (2557) ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ได้ผลลัพธ์ว่าอัตราส่วนทางการเงินทุกด้านมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหวัง ยกเว้น อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม และอัตรากำไรจากการดำเนินงาน อนุวัตร รองเงิน (2559) วิจัยบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ได้ผลลัพธ์ว่าอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ส่วนณัฐพล จักรภีร์ศิริสุข (2559) วิจัยบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็ก ได้ผลลัพธ์ว่าอัตราส่วนหลายด้าน ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากการลงทุน จุฬานันท์ ดีประสิทธิ์ปัญญา (2563) ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มธุรกิจการแพทย์ พบว่าอัตราส่วนราคาตลาดต่อราคาตามบัญชีมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ชูดาพร สอนภักดี (2564) ศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ (หมวดขนส่งและโลจิสติกส์) พบอัตราส่วนทางการเงินทุกด้าน ประกอบด้วยอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว ระยะเวลาในการเก็บหนี้ ระยะเวลาชำระหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น อัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์

ด้านผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียน พบว่าในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ตัววัดผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนมีการศึกษาในหลายลักษณะ ได้แก่ ผลตอบแทนหลักทรัพย์ในรูปของอัตราส่วนต่างของราคาหลักทรัพย์ เช่น งานวิจัยของ ศจี ศรีสัตตบุตร (2548) และ

สัญญาาร เหลืองรุ่งเรือง (2551) ผลตอบแทนหลักทรัพย์ในรูปของอัตราเงินปันผลและอัตราส่วนต่างของราคาหลักทรัพย์ เช่น งานวิจัยของ อูษา วงศ์สอนธรรม (2549) และ ณัฐพล จักรภักศิริสุข (2559) ผลตอบแทนหลักทรัพย์ในรูปของอัตราการจ่ายเงินปันผล เช่นงานวิจัยของ เขมณัฐลีดา โชติลินทิพย์ (2554), อนุวัตร รองเงิน (2559) และ จิณยานันท์ ดีประสิทธิ์ปัญญา (2563) ผลตอบแทนหลักทรัพย์ในรูปของราคาหลักทรัพย์ เช่น อริษา สุรัสโม (2554) และชุตาทพร สอนภักดี (2564) เป็นต้น นอกจากนี้ในการทบทวนวรรณกรรมยังพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547 - 2564 มีการศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคเพียงงานเดียวคืองานวิจัยของ อริษา สุรัสโม (2554) จึงเป็นโอกาสที่ผู้วิจัยจะได้ศึกษาต่อยอดงานวิจัยในกลุ่มนี้ให้เพิ่มมากขึ้น

สรุปผลจากการทบทวนวรรณกรรม ทำให้สามารถกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามได้ตามกรอบแนวคิดในการวิจัยในหัวข้อถัดไป

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ว่าด้านตัวแปรอิสระคือผลการดำเนินงานทางการเงินจากงบการเงินของกลุ่มธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภค 4 ด้าน คือ 1. อัตราส่วนด้านสภาพคล่อง ประกอบด้วย 1.1 อัตราส่วนหมุนเวียน (Current ratio) 1.2 อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) 2. อัตราส่วนด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ ประกอบด้วย 2.1 อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset Turnover) 2.2 อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์รวม (Total Asset Turnover) 3. อัตราส่วนด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ ประกอบด้วย 3.1 อัตราส่วนหนี้สิน (Debt ratio) 3.2 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity : D/E ratio) และ 4. อัตราส่วนด้านความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย 4.1 อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) 4.2 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) 4.3 อัตรา

ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset : ROA) และ 4.4 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE) รวมอัตราส่วนย่อยทั้งหมด 10 อัตราส่วน สำหรับตัวแปรตามผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคคือราคาหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล

สมมติฐานการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย วรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดในการวิจัย ทำให้สามารถกำหนดสมมติฐานของการวิจัยได้ว่า

สมมติฐานที่ 1 ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านสภาพคล่องของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่วัดด้วย 1.1 อัตราส่วนหมุนเวียน (Current ratio) และ 1.2 อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล

สมมติฐานที่ 2 ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านประสิทธิภาพในการจัดการสินทรัพย์ของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่วัดด้วย 2.1 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Fixed asset turnover) และ 2.2 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total asset turnover) มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล

สมมติฐานที่ 3 ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่วัดด้วย 3.1 อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio) และ 3.2 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity : D/E Ratio) มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล

สมมติฐานที่ 4 ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านความสามารถทำกำไรของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่วัดด้วย 4.1 อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross profit margin) 4.2 อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net profit margin) 4.3 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on assets: ROA) และ 4.4 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on equity : ROE) มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิด้านการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค จากแบบฟอร์ม 56-1 ที่สืบค้นจากเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่มีข้อมูลงบการเงิน ย้อนหลังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 - 2562 เป็นเวลา 10 ปี โดยเก็บข้อมูลเป็นรายปี แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา คือ 1. ช่วงเวลา 10 ปี (พ.ศ. 2553 - 2562) ตั้งแต่ก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางพลังงานและการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง 2. ช่วงเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2553 - 2557) ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางพลังงานและการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และ 3. ช่วงเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2558 - 2562) ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางพลังงานและการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง พบว่าจากบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดจำนวน 58 บริษัท ได้ตัดบริษัทจดทะเบียนที่มีข้อมูลไม่ครบ 10 ปี ออกไป เหลือ 30 บริษัท แต่มี 5 บริษัทที่ไม่ได้ทำธุรกิจด้านพลังงานและสาธารณูปโภคในช่วงปีแรกๆ ทำให้เหลือบริษัทที่ตรงตามเงื่อนไขทั้งสิ้น 25 บริษัท ได้จำนวนตัวอย่าง 250 ชุด โดยข้อมูลจากงบการเงินนำมาคำนวณหาตัวแปรอิสระผลการดำเนินงานที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงิน และตัวแปรตามคือผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในรูปของ ราคาหลักทรัพย์ ณ วันสุดท้ายของการซื้อขายในแต่ละปี และ

อัตราเงินปันผลจากการเงินในแต่ละปี สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือการวิเคราะห์เบื้องต้นด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ จากการหาค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ขั้นสูงประกอบด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) เพื่ออธิบายระดับความสัมพันธ์และทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ทำการศึกษเพื่อพิจารณาว่าตัวแปรอิสระมีปัญหามาร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) หรือไม่ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อทดสอบระดับความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ และอัตราส่วนเงินปันผล ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 และ 99

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคมีผลการดำเนินงานส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ ด้านสภาพคล่องอยู่ในเกณฑ์ดี เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่ามีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียนโดยประมาณ 1.5-2.1 เท่า ด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสินทรัพย์ถาวรและสินทรัพย์ทั้งหมดสามารถสร้างยอดขายได้หลายเท่า (ค่าเฉลี่ยอัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร 4.21 รอบ อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์รวม 1.15 รอบ) ด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีอัตราหนี้สินไม่สูงมาก ทำให้ความเสี่ยงทางการเงินของบริษัทที่ทำการศึกษไม่สูงจนเกินไป (อัตราส่วนหนี้สินร้อยละ 48 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 1.92 เท่า) และด้านความสามารถในการทำกำไร เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยกำไรสุทธิต่อยอดขายแสดงว่าบริษัทที่ทำการวิเคราะห์มีกำไรอยู่ในเกณฑ์พอใช้ (ร้อยละ 12.80) แม้ว่าอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นจะติดลบก็ตามซึ่งอาจมาจากบางบริษัทที่มีผลการดำเนินงานไม่น่าพอใจรวมอยู่ (ร้อยละ -5.37) ด้านราคาหลักทรัพย์ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่ามีราคาที่สามารถลงทุนได้ (ค่าเฉลี่ย 25.53 บาท) และอัตราเงินปันผล เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยยังอยู่ในเกณฑ์ที่นำลงทุนแม้จะไม่สูงมาก (ร้อยละ 4.73)

สำหรับผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation analysis) แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลาพบว่ามีบางตัวแปรอิสระเกิดปัญหา Multicollinearity ในช่วงเวลาต่าง ๆ จึงได้ทำการตัดตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงจนอาจทำให้เกิด Multicollinearity ออก กล่าวคือ ช่วงเวลา 10 ปี ตัดตัวแปรอิสระ อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) และ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio) ช่วงเวลา 5 ปี แรก พ.ศ. 2553 - 2557 ตัดตัวแปรอิสระ อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio) ส่วนช่วงเวลา 5 ปี หลัง พ.ศ. 2558 - 2562 ตัดตัวแปรอิสระ อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) อัตราส่วนหนี้สิน (Debt ratio) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อย่างไรก็ตาม อัตราส่วนทางการเงินที่เหลือยังสามารถแสดงผลการดำเนินงานได้ครบทั้ง 4 ด้าน โดยก่อนการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้วิเคราะห์ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อตรวจสอบอีกครั้งว่าค่าตัวแปรอิสระที่เหลือทั้งหมดหลังตัดตัวแปรซ้ำซ้อนออกจะไม่เกิดปัญหา ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระที่เหลือมีค่า Tolerance เข้าใกล้ 1 และค่า Variance Inflation Factor ไม่เกิน 10 หมายความว่าตัวแปรอิสระที่เหลือทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูงจนอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity และสามารถนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multi Linear Regression Analysis) ได้ต่อไป

สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณตามสมมติฐานและวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลาได้ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนด้านสภาพคล่อง ด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ ด้านประสิทธิภาพการจ่ายหนี้ และด้านความสามารถทำกำไรกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ในรูปราคาหลักทรัพย์และอัตราเงินปันผล

ตัวแปร	ระยะเวลา 10 ปี (พ.ศ. 2553 - 2562)		ระยะเวลา 5 ปีแรก (พ.ศ. 2553 - 2557)		ระยะเวลา 5 ปีหลัง (พ.ศ. 2558 - 2562)	
	ราคา หลักทรัพย์	อัตรา เงินปันผล	ราคา หลักทรัพย์	อัตรา เงินปันผล	ราคา หลักทรัพย์	อัตรา เงินปันผล
1. ด้านสภาพคล่อง						
อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio)					0.048	0.152
อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio)	0.124	(0.008)	0.096	(0.048)		
2. ด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์						
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset Turnover)	(0.163)*	(0.113)	(0.159)	(0.125)	(0.126)	(0.078)
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์รวม (Total Asset Turnover)	(0.020)	0.087	0.095	(0.016)	(0.102)	0.250*
3. ด้านประสิทธิภาพการจ่ายหนี้						
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt ratio)	0.172*	0.022	0.050	(0.038)		
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)					0.091	0.260**
4. ด้านความสามารถทำกำไร						
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	0.174*	0.007	0.327*	(0.085)	0.072	0.391**
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	0.076	(0.025)	0.114	(0.060)	0.027	(0.247)
อัตราผลตอบแทนต่อ สินทรัพย์รวม (ROA)	0.053	0.044	(0.016)	0.037	0.143	0.183
อัตราผลตอบแทนจากส่วน ของเจ้าของ (ROE)	0.014	0.017	0.012	0.020		
Adjust R square	0.107	(0.020)	0.144	(0.041)	0.052	0.147

หมายเหตุ. ตัวเลขแสดงค่า ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05* และ 0.01**

จากตารางที่ 1 สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านสภาพคล่องของหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่วัดด้วย 1.1 อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) และ 1.2 อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล ไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งสามช่วงเวลา ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านประสิทธิภาพในการจัดการสินทรัพย์ของหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่วัดด้วย 2.1 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Fixed asset turnover) และ 2.2 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total asset turnover) กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญสำหรับอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Fixed asset turnover) กับราคาหลักทรัพย์ ในช่วงเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 - 2562 ที่ค่า Sig. = 0.044 ในทิศทางตรงกันข้าม ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญสำหรับอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total asset turnover) กับอัตราเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญ ในช่วงเวลา 5 ปีหลัง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 - 2562 ที่ค่า Sig. 0.044 ในทิศทางเดียวกัน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั่นคือ ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านประสิทธิภาพในการจัดการสินทรัพย์ของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่วัดด้วย 3.1 อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio) และ 3.2 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญสำหรับอัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio) กับราคาหลักทรัพย์ในช่วงเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 - 2562 ที่ค่า Sig. = 0.026 ในทิศทางเดียวกัน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยอัตราเงินปันผลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ในช่วงเวลา 5 ปีหลัง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 - 2562 ที่ค่า Sig. = 0.008 ในทิศทางเดียวกัน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 นั่นคือ ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านความสามารถทำกำไรของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคที่วัดด้วย 4.1 อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross profit margin) 4.2 อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net profit margin) 4.3 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on assets : ROA) และ 4.4 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on equity: ROE) กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญสำหรับอัตราส่วนกำไรขั้นต้น (gross profit margin) กับราคาของหลักทรัพย์ในช่วงเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 - 2562 ที่ค่า Sig. = 0.033 ในทิศทางเดียวกัน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และในช่วงเวลา 5 ปีแรก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 - 2557 ที่ค่า Sig. 0.005 ในทิศทางเดียวกัน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนในช่วงเวลา 5 ปีหลัง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 - 2562 อัตราส่วนกำไรขั้นต้นมีความสัมพันธ์กับอัตราเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญ ที่ค่า Sig. = 0.001 ในทิศทาง

เดียวกัน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 นั่นคือ ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านความสามารถในการทำกำไรของหลักทรัพย์ในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ และอัตราเงินปันผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผลได้ว่าผลการดำเนินการทางการเงิน 4 ด้านของงานวิจัยนี้ มี 3 ด้านด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ ด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ และด้านความสามารถในการทำกำไร ที่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องบางส่วนกับงานวิจัยของ อุษา วงศ์สอนธรรม (2549), อริษา สุรัสโม (2554) และบุญนาถ เกิดสินธุ์ (2554) ที่ค้นพบว่าอัตราส่วนที่วัดประสิทธิภาพทางการเงินด้านการจัดการหนี้และด้านกำไร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้วมณี อุทัยมัย และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธุ์ (2557) ที่พบว่าอัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถในการทำกำไรมีอิทธิพลต่อผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังสอดคล้องบางส่วนกับงานวิจัยของ ณัฐพล จักรเกียรติสุข (2559) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินด้านต่าง ๆ กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมเหล็ก ที่พบว่าอัตราส่วนด้านความสามารถทำกำไรคือ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset) มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมเหล็ก มีความสอดคล้องกับงานวิจัยบางส่วนของ จิณานันท์ ดีประสิทธิ์ปัญญา (2563) และชุตานพร สอนักดี (2564) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินและมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าอัตราส่วนด้านสภาพคล่อง (Liquidity Ratios) ด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity Ratios) ด้านความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios) และด้านการวัดมูลค่าราคาตลาดของหุ้น (Market Value Ratios) มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค โดยศึกษาช่วงก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงนโยบายพลังงานของประเทศและเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ระหว่างพ.ศ. 2553 - 2562 ผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ช่วง ช่วงระยะเวลารวม 10 ปี (พ.ศ. 2553 - 2562) พบว่าผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงิน ด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ ด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ และด้านความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วยอัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร อัตราส่วนหนี้สิน และ อัตรากำไรขั้นต้น มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม ทิศทางเดียวกัน และทิศทางเดียวกัน ตามลำดับ ช่วงระยะเวลา 5 ปีแรก (พ.ศ. 2553 - 2557) พบว่าผลการดำเนินงานทางการเงินเฉพาะอัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถในการทำกำไร คืออัตรากำไรขั้นต้น มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกัน สำหรับช่วงระยะเวลา 5 ปีหลัง (พ.ศ. 2558 - 2562) พบว่าผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนทางการเงิน ด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ ด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้

และด้านความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วยอัตราหมุนเวียนสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตรากำไรขั้นต้น มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่วัดด้วยอัตราเงินปันผลในทิศทางเดียวกันทั้งหมด ผลของการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงนโยบายพลังงานของประเทศและเปลี่ยนแปลงทางการเมืองน่าจะมีส่วนให้ผลการดำเนินงานทางการเงินด้านประสิทธิภาพการจัดการสินทรัพย์ ด้านประสิทธิภาพการจัดการหนี้ และด้านความสามารถในการทำกำไร มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลตอบแทนของหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค

จากข้อสรุปงานวิจัย นำมาสู่ข้อเสนอแนะสำหรับผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ นักลงทุน ควรใช้การพิจารณาผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนจากอัตราส่วนต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจลงทุนด้วย เพราะงานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นว่าอัตราส่วนหลายด้านในงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนสามารถคาดการณ์ความเป็นไปของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ได้ สำหรับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ที่ต้องการมีความสามารถในการคาดการณ์หรือวิเคราะห์ตลาดหลักทรัพย์ให้มีความใกล้เคียงตรงกับความจริงให้มากที่สุด ผลวิจัยชี้ว่าผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราส่วนต่าง ๆ มีประโยชน์อย่างมากต่อการวิเคราะห์ของนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ในการคาดการณ์ผลตอบแทนการลงทุนให้แก่ลูกค้า สำหรับบริษัทจดทะเบียน ที่สนใจการพัฒนาการเจริญเติบโตของตัวบริษัทเป็นหลัก ผลการวิจัยนี้สามารถใช้ในการคาดการณ์หรือวิเคราะห์มูลค่าตลาดหลักทรัพย์ เพื่อกำหนดทิศทางการบริหารจัดการที่ดึงดูดความสนใจจากนักลงทุน สำหรับผู้สนใจทั่วไป เช่น นักวิชาการ นักศึกษา ผู้ดูแลตลาดหลักทรัพย์ฯ นักลงทุนหน้าใหม่ งานวิจัยนี้สามารถช่วยให้ผู้สนใจใช้หลักการคาดการณ์จากการวิจัยไปใช้วิเคราะห์ในกรณีที่มีสถานการณ์ใกล้เคียงกับที่ได้กล่าวถึงในงานวิจัยนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรพิจารณาช่วงเวลาและบริษัทที่อยู่ในกลุ่มที่ศึกษาที่สามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในการวิเคราะห์ได้อย่างแม่นยำ อาจทดลองหาความสัมพันธ์จากการพิจารณาแยกขนาดบริษัทโดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูลยาวนานมากขึ้นหรืออาจแบ่งเป็นรายไตรมาส เนื่องจากหากเป็นบริษัทขนาดเดียวกันข้อมูลในงบการเงินที่นำมาทำการวิเคราะห์อาจให้ผลลัพธ์การวิจัยที่ถูกต้องกว่าการวิเคราะห์แบบรวมทุกบริษัทในกลุ่ม นอกจากนี้ ผู้วิจัยอาจใช้การวิจัยแบบผสมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคถึงผลกระทบจากนโยบายด้านพลังงานและสาธารณูปโภคที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและผลตอบแทนของหลักทรัพย์เพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- แก้วมณี อุทัยมัย, และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาลินธิ์. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม]. Knowledge Bank at Sripatum University. <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/5240>
- เชมณัฐลีดา โชติณลินทิพย์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับการจ่ายเงินปันผลสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. Thammasat University Library. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:121428
- ชุตานพร สอนภักดี, และ ทาริกา แยมชะม้ง. (2564). *อัตราส่วนทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 8(1), 151-164.
- จิณณันท์ ดีประสิทธิ์ปัญญา, และ กุลบุตร โกเมนกุล. (2563). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มธุรกิจการแพทย์. ใน การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563 (น. 1631-1642). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.*
- ณัฐพล จักรศิริวิสุข. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมเหล็ก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030840_5223_4037.pdf
- บุญนาถ เกิดสินธุ์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินและราคาตลาดของหลักทรัพย์กลุ่มพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. DSpace at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/692/1/124278.pdf>
- ประวัติการพัฒนาพลังงานไทย วิวัฒนาการพลังงานไทย คือ วิวัฒนาการพัฒนาชาติ. (2555). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <http://lib.swu.ac.th/power/wp-content/uploads/2012/08/Evolution-power-thai-.pdf>
- ประวัติกิจการไฟฟ้าไทย. (ม.ป.ป.). การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. <https://www.egat.co.th/home/history-thai-electricity/>
- ไพรัตน์ ยาดี. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนของหลักทรัพย์และอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMU Intellectual Repository. <http://repository.cmu.ac.th/handle/6653943832/37689>

- วิรัช บุรณกนกนสาร. (2564, 3 มกราคม). ส่องหุ้นโรงไฟฟ้ามองหาลงทุนใหม่ในตปท., เลือก GULF-BGRIM โดดเด่น. *ทันหุ้น*. <https://www.thunhoon.com/article/233765>
- ศจี ศรีสัตตบุตร. (2548). *ความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository. <http://bitly.ws/vX6X>
- สัณญาวรร เลื่องรุ่งเรือง. (2551). *การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนต่างของราคาหุ้นทะเบียนในหมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย]. UTCC Scholar. <https://scholar.utcc.ac.th/bitstream/6626976254/2527/1/216727.pdf>
- อนุวัตร รongเงิน. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ กรณีศึกษา: บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้าง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802031509_5232_4117.pdf
- อริษา สุรัสโม. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาตลาดหลักทรัพย์บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. DSpace at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/865/1/Binder1.pdf>
- อุษา วงศ์สอนธรรม. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างตัววัดประสิทธิภาพทางการเงินกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository. <http://bitly.ws/vX6T>
- Musallam, S. (2018). Exploring the relationship between financial ratios and market stock returns. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 11(21), 101-116. <https://www.ejbe.org/EJBE2018Vol11No21p101MUSALLAM.pdf>
- Paramasivan, C., & Subramanian, T. (2009). *Financial management*. New Age International.

ตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงิน ตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์
ทางการเงิน ลักษณะของกิจการที่เสนอขายหุ้น
แก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก และการจัดการกำไร
หลังเข้าตลาดทุนของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย

FINANCIAL INDICATORS, NON-FINANCIAL
INDICATORS, FIRM CHARACTERISTICS OF
INITIAL PUBLIC OFFERINGS, AND POST-IPO
EARNINGS MANAGEMENT OF LISTED FIRMS
IN THAILAND

Received: 16 July, 2022

Revised: 24 October, 2022

Accepted: 2 November, 2022

มงคล เญียดพักแว่น*

Mongkol Shiadphukwan*

พัทธนันท์ เพชรเชิดชู**

Pattanant Petchchedchoo**

ศิริเดช คำสุพรหม***

Siridech Kumsuprom***

*นักศึกษานิพนธ์เอก สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Ph.D. Candidate, Doctor of Philosophy Program in Accountancy, College of Innovative Business and Accounting, Dhurakij Pundit University

*Email: mongkol.shiadphukwan@gmail.com

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองอธิการบดีสายงานวิชาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**Vice President for Academic Affairs, Dhurakij Pundit University

**Email: Pattanant.peo@dpu.ac.th

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

***Dean, College of Innovative Business and Accounting, Dhurakij Pundit University

***Email: Siridech.kum@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถิติเชิงพรรณนาตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงิน ตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์ทางการเงิน ลักษณะของกิจการ ราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกต่ำกว่าราคาตลาด และการจัดการกำไรหลังเข้าตลาดทุน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ คือ บริษัทจดทะเบียนเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกระหว่างปีพุทธศักราช 2557 - 2561 ในประเทศไทยจำนวน 138 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่าบริษัทที่จดทะเบียนเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกมีราคาเฉลี่ยวันแรกที่ 8.48 บาทต่อหุ้น โดยราคาเฉลี่ยสูงสุดจะเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค อุตสาหกรรมที่มีอัตราการเสนอขายหุ้นต่ำกว่าราคาตลาดสูงสุด ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี แสดงให้เห็นว่านักลงทุนในประเทศไทยมีความสนใจที่จะลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น การจัดการกำไรหลังเข้าตลาดทุนมีค่าสูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ส่วนการศึกษาตัวแปรตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงิน พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรกลุ่มที่อยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก แสดงให้เห็นว่าบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยมีการเตรียมความพร้อมในแง่ของตัวชี้วัดทางการเงินอย่างดีก่อนจะนำเสนอขายหุ้นครั้งแรก ตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์ทางการเงินมีการค้นพบที่น่าสนใจ คือ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารประมาณร้อยละ 86 เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และยังพบอีกว่ามีเพียง 7 ตัวอย่างที่มีกลุ่มทุนสนับสนุน แสดงให้เห็นว่าในช่วงเวลาที่ศึกษากลุ่มทุนสนับสนุนที่ลงทุนในบริษัทจดทะเบียนยังมีน้อย ส่วนการศึกษาลักษณะของกิจการ พบว่า บริษัทที่เสนอขายหุ้นครั้งแรกมีสินทรัพย์รวมเฉลี่ย 4.6 พันล้านบาท และมีการทำธุรกิจมาแล้วประมาณ 19 ปี

คำสำคัญ: หุ้นไอพีโอต่ำกว่าราคาตลาด การจัดการกำไร ราคาหุ้น การเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก ไอพีโอ

Abstract

This research aimed to analyze the descriptive results of financial indicators, non-financial indicators, firm characteristics, underpricing of initial public offerings, and post-IPO earnings management. This research relied on quantitative methods. The study sample was listed firms in Thailand during the year 2014 to 2018 with 138 examples. The statistics used for data analysis are descriptive statistics. The research found that the average price of the listed firms is 4.84 baht per share. The highest average price based on the industry is the consumer product industry. The highest underpricing rate is the technology industry which means that investors in Thailand are interested in the technology industry more than other industries. Post-IPO earnings management is quite high in the consumer product industry. Also, financial indicator variables are in a good range indicating that IPO firms are well-prepared for their financial performance before the IPO. The highlights of the non-financial indicator variables are the discovery that 86 percent of the chief executive officer is the company's founder. And there are 7 examples that were found supported by a venture capital company. The finding shows

that there are few venture capital companies investing in newly listed firms in Thailand during the study periods. In addition, the study of firm characteristic variables found that firms listing in Thailand had an average total asset of approximately 4.6 billion baht and were established about 19 years before the IPO.

Keywords: IPO Underpricing, Earnings Management, Stock Price, Initial Public Offerings, IPO

บทนำ

ปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจศึกษาและลงทุนในตราสารต่าง ๆ กันมากขึ้น ซึ่งการลงทุนไม่ว่าจะเป็นตราสารชนิดใด ผู้ลงทุนต้องใช้ความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ เนื่องจากการลงทุนแต่ละอย่างมีระดับความเสี่ยงที่ไม่เท่ากัน และผลตอบแทนจากการลงทุนก็มีความผันผวนตามความเสี่ยงด้วย โดยวัตถุประสงค์ของนักลงทุนก็แตกต่างกันไป มีทั้งการลงทุนระยะยาว และการลงทุนระยะสั้นเพื่อจะหารายได้จากส่วนต่างของราคาซื้อ และราคาขายของตราสาร ดังนั้นการเข้าใจในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อราคาหุ้นจึงเป็นประเด็นที่นักลงทุนให้ความสนใจ รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) รวมถึงตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ต่างก็เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสามารถใช้ประโยชน์จากการศึกษานี้ด้วย

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงที่มาและความสำคัญของการเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ การกำหนดราคา รวมถึงการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยศึกษาจากข้อมูลที่มีในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยในส่วนแรก คือ ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นการทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงข้อดีและข้อเสียของการเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหุ้น ทั้งในแง่ของนักลงทุนและประโยชน์ต่อตัวบริษัทเอง รวมถึงทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจถึงกระบวนการในการเข้าสู่ตลาดหุ้น ว่าจะต้องเริ่มต้นและเตรียมตัวอย่างไร กล่าวคือ การที่บริษัทจะเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ได้นั้น บริษัทต้องแปลงสภาพกิจการเป็นบริษัทมหาชนก่อน จะมีกระบวนการแปลงสภาพธุรกิจตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หลังจากนั้นบริษัทต้องแต่งตั้งที่ปรึกษาทางการเงินเพื่อทำการตรวจสอบความพร้อมในทางการเงินรวมถึงเตรียมการสำหรับเข้าสู่ตลาดหุ้น หลังจากนั้นเข้าสู่กระบวนการยื่นเอกสารเพื่อขอจดทะเบียนกับทางสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และเมื่อได้รับอนุมัติแล้วก็จะสามารถเข้าทำการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกได้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) จากการศึกษางานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกในส่วนของบริษัทที่มีผลต่อราคาหุ้นที่เสนอขายต่ำกว่าราคาตลาด มีผลการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยที่ส่วนใหญ่แล้วหุ้นที่นำเสนอขายครั้งแรกจะต่ำกว่าราคาตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาหุ้นก็มีหลากหลายปัจจัย เช่น ขนาดของกิจการ (Firm size) (Paleari & Vismara, 2007; Wu, 2012; Z. Xu & L. Xu, 2012; Hull et al., 2013; Dumrongwong, 2016; Zhang et al., 2020; Cox, 2020) อายุของกิจการ (Firm age) (Z. Xu & L. Xu, 2007; Zhang et al., 2020; Cox, 2020; Huang et al., 2021) ผลประกอบการย้อนหลัง (Prior performance) (Paleari & Vismara, 2007; Z. Xu & L. Xu, 2012; Cox; Habib et al., 2013) เป็นต้น

นอกจากนี้ปัญหาที่สำคัญของการเป็นบริษัทจดทะเบียนที่ระดมทุนจากประชาชนทั่วไปคือปัญหาของตัวแทน (Agency problem) เนื่องจากผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนซึ่งเป็นเจ้าของกิจการมีจำนวนมากและ

เพื่อให้การบริหารงานของบริษัทมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงต้องมีตัวแทนในการบริหาร ซึ่งตัวแทนจะได้รับผลตอบแทนตามที่ตกลงกัน ดังนั้นจึงเกิดคำถามและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย โดย หนึ่งในนั้นคือ การจัดการกำไร (Earnings management) การจัดการกำไรนั้นเป็นปัญหาที่เกิดจากการใช้ดุลยพินิจ (Discretionary) ของตัวแทนในการเปิดเผยและรายงานผลการดำเนินงาน (McColgan, 2001) มีบทความและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมากมาย ผู้วิจัยคิดว่าราคาหุ้นและการจัดการกำไรมีความสัมพันธ์กัน จึงทำการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อราคาหุ้น และมีผลต่อการจัดการกำไรในเวลาเดียวกัน เพื่อทำการวิเคราะห์โครงสร้างของราคาหุ้น และการจัดการกำไร ซึ่งจะให้เห็นภาพของกิจการในอนาคต ได้จากการดูองค์ประกอบในปัจจุบัน โดยการจัดการกำไรนั้นมีวิธีการได้หลายอย่าง และมีความหมายแฝงอยู่ บางครั้งการจัดการกำไรเป็นเพียงการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารเพียงเล็กน้อย แต่บางครั้งการจัดการกำไรก็เป็นการดัดแปลงตัวเลขในงบการเงินเพื่อให้ได้ผลประกอบการที่เป็นไปตามเป้าหมายจากการศึกษาที่ผ่านมาของการจัดการกำรมีอยู่สองแบบคือ การจัดการกำไรจากกิจกรรมทางธุรกิจจริง (Real earnings management) และการจัดการกำไรผ่านเกณฑ์คงค้าง (Accrual earnings management) (Dechow & Skinner, 2000) โดยการจัดการกำไรโดยเกณฑ์คงค้างเป็นการจัดการกำไรที่ผู้วิจัยใช้เป็นตัวแทนการจัดการกำไรในงานวิจัยนี้ เพราะการจัดการกำไรโดยเกณฑ์คงค้างเป็นการใช้ดุลยพินิจตามหลักการบัญชี เพื่อให้ได้มาซึ่งตัวเลขประมาณการทางบัญชี ผู้บริหารจึงใช้ดุลยพินิจของตนเองเพื่อทำการจัดการผลประกอบการให้เป็นไปตามที่ต้องการ โดยการกำหนดราคาหลักทรัพย์สูงกว่าหรือต่ำกว่าราคาตลาดของบริษัท IPO และการจัดการกำไรจากการศึกษาที่กล่าวมาแล้วมีตัวแปรสำคัญร่วมกันอยู่จำนวนมาก การศึกษาในคุณลักษณะของข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ และการศึกษาในเชิงพรรณนาจะช่วยในผู้วิจัยเข้าใจลักษณะของข้อมูลดังกล่าวอย่างลึกซึ้งมากขึ้น สามารถนำผลการศึกษาไปต่อยอดและพัฒนาเป็นการวิจัยระดับสูงขึ้นได้ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษากลุ่มตัวแปรดังกล่าว

จากความสำคัญที่นักลงทุนต้องศึกษาเกี่ยวกับการการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงการจัดการกำไรหลังเข้าตลาดหลักทรัพย์จากงานวิจัยในอดีต และปัจจัยที่ทำให้ราคาหุ้นมีราคาสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงพัฒนางานวิจัยเพื่อศึกษาเชิงพรรณนาของตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาเชิงพรรณนาตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงิน (Financial indicator variables) ตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์ทางการเงิน (Non-financial indicator variables) ตัวแปรลักษณะของกิจการ (Firm characteristics) ราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกต่ำกว่าราคาตลาด (IPO underpricing) และการจัดการกำไร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงิน (Financial indicator variables) ได้แก่ อัตราการเติบโตของยอดขาย (Sale growth rate) อัตรากำไรต่อหุ้น (Earnings per share) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน (Leverage ratio)

อัตราการเติบโตของยอดขาย (Sale growth rate) ปัจจัยด้านอัตราการเติบโตของบริษัทที่จะเข้าตลาดหลักทรัพย์ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่นักลงทุนใช้พิจารณาในการตัดสินใจลงทุน ดังนั้นจึงมาการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยดังกล่าวกับราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก (Paleari & Vismara, 2007; Z. Xu & L. Xu, 2012; Cox, 2020; Habib et al., 2013) และการเติบโตของบริษัทยังเป็น

ตัวชี้วัดการจัดการกำไรในบางกรณีจึงมีการศึกษาความสัมพันธ์ทางสถิติเช่นเดียวกัน (Wang et al., 2018; Carvalho et al., 2020) โดยจากการศึกษาที่ผ่านมาวัดค่าโดยใช้ผลต่างยอดขายปีปัจจุบันและปีก่อนหน้าหารด้วยยอดขายปีก่อนหน้า และถัวเฉลี่ย 3 ปี ใช้ตัวย่อ GROWTH ในการวิเคราะห์ข้อมูล

อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) ผลประกอบการของกิจการที่กำลังเข้าตลาดหลักทรัพย์ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักลงทุนสนใจลงทุนในกิจการนั้น ซึ่งมีการศึกษาความสัมพันธ์ของผลประกอบการก่อนที่บริษัทจะเริ่มเสนอขายหุ้นเพื่อเข้าจดทะเบียนในตลาดหุ้นครั้งแรกกับราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกด้วย (Z. Xu & L. Xu, 2012; Cox, 2020) รวมถึงมีการศึกษาปัจจัยเรื่องผลประกอบการก่อนเข้าตลาดและการจัดการกำไรด้วย (Lee & Masulis, 2011) โดยการวัดค่าจะวัดค่าเฉลี่ยกำไรต่อหุ้น (Earnings per share : EPS) สามปีก่อนเข้าสู่ตลาดหุ้น และใช้ตัวย่อ EPS ในวิเคราะห์ข้อมูล

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ก็เป็นอีกหนึ่งตัวแทนที่นักลงทุนจะตรวจสอบก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยมีการศึกษาอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์กับราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกโดย Too and Yusoff (2015), Cox (2020) และ Li and Zhang (2021) รวมถึงการศึกษาอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์กับการจัดการกำไรโดย Lee and Masulis (2011) และ Hwang et al. (2013) ซึ่งการวัดค่าอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์จะวัดโดยคำนวณอัตรากำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม และถัวเฉลี่ย 3 ปีก่อนเข้าตลาดหุ้น ใช้ตัวย่อ ROA ในการวิเคราะห์ทางสถิติ

อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน (Leverage) อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน หรืออัตราความสามารถในการก่อหนี้ (Leverage) เป็นอัตราส่วนที่นักลงทุนใช้ศึกษาสภาพคล่องของบริษัทซึ่งหากกิจการมีอัตราส่วนดังกล่าวสูง แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีโอกาสดำเนินการเงินจากการก่อหนี้ได้ดี โดยมีการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการก่อหนี้กับราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกมากมาย (Kim et al., 2008; Mehmood et al., 2020; Huang et al., 2021; Gounopoulos et al., 2021) รวมถึงการศึกษาความสามารถในการก่อหนี้กับการจัดการกำไรก็มีการศึกษามากมายทั่วโลกเช่นเดียวกัน (Lin & Rong, 2012; Kim et al., 2017; Hsieh et al., 2018; Wang et al., 2018; Bouaziz et al., 2020; Priscilla & Siregar, 2020; Nikbakht et al., 2021; Kumala & Siregar, 2021) โดยการวัดค่าจะวัดโดยใช้อัตราส่วนความสามารถในการก่อหนี้ถัวเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี ก่อนเข้าตลาดหุ้น โดยใช้ตัวย่อ LEVERAGE ในการวิเคราะห์ทางสถิติ

2. ตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์ทางการเงิน (Non-financial indicator variables) ได้แก่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ก่อตั้ง (CEO founder) ชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่าย (Underwriter reputation) ชื่อเสียงของผู้สอบบัญชี (Auditor) และกลุ่มทุนสนับสนุน (Venture capital background)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ก่อตั้ง (CEO founder) การบริหารบริษัทจะมีผู้บริหารสูงสุดหรือ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) เป็นผู้มีความสามารถในการตัดสินใจในการดำเนินงานของบริษัท โดยตามหลักทฤษฎีตัวแทน ผู้บริหารจะเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้น หรือนักลงทุนในการบริหารบริษัท แต่อย่างไรก็ตามในบางครั้งผู้ก่อตั้ง (Founder) ก็มีโอกาสที่จะเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหารเช่นกันดังที่จะพบได้ในงานวิจัยของ Z. Xu and L. Xu (2012) และงานวิจัยของ Gao and Jain (2012) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของชื่อเกี่ยวกับมูลค่าหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก โดยการวัดค่าจะเป็นการวัดค่าแบบตัวแปรทวิภาค (Dichotomous Variable) คือมีค่าเป็นไปได้สองค่า คือถ้าชื่อเป็น ผู้ก่อตั้งจะให้ค่าเป็น 1 ถ้าไม่ใช่ค่าจะเป็น 0 โดยใช้ตัวย่อ CEO ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่าย (Underwriter reputation) ผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์เป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามูลค่าของหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกมาโดยตลอด (Z. Xu & L. Xu, 2012; Dumrongwong, 2016; Zhang et al., 2020; Ong et al., 2020; Cox, 2020) และยังเป็นตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบการจัดการกำไรด้วยจากการศึกษาของ Nikbakht et al., 2021 โดยการวัดค่าตัวแปรนี้จะใช้การวัดค่าแบบตัวแปรทวิภาค (Dichotomous Variable) คือมีค่าเป็นไปได้สองค่า คือถ้าบริษัทผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์มีชื่อเสียงดีอยู่ในสิบอันดับแรกจากการจัดอันดับของสมาคมตราสารหนี้ไทยให้ค่าเป็น 1 ถ้าไม่ใช่ค่าจะเป็น 0 โดยใช้ตัวย่อ UNDWR ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ชื่อเสียงของผู้สอบบัญชี (Auditor) ชื่อเสียงของผู้สอบบัญชีที่เป็นปัจจัยที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาในครั้งนี้ด้วยเพราะมีการศึกษาในอดีตเกี่ยวกับการวัดมูลค่าหุ้นที่เสนอขายครั้งแรกที่มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงของผู้สอบ (Westfall & Omer, 2018) รวมถึงมีการศึกษาความสัมพันธ์ของชื่อเสียงผู้สอบและการจัดการกำไร (Hutchinson & Leung, 2007; Lee & Masulis, 2011) โดยใช้การวัดค่าแบบตัวแปรทวิภาค (Dichotomous Variable) คือมีค่าเป็นไปได้สองค่า คือถ้าผู้สอบบัญชีของบริษัทไอพีโอเป็นผู้สอบบัญชีสี่รายใหญ่ของโลก (Big 4) ซึ่ง ได้แก่ EY, Deloitte, KPMG และ PwC จะให้ค่าเป็น 1 ถ้าไม่ใช่ค่าจะเป็น 0 โดยใช้ตัวย่อ BIG4 ในการวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มทุนสนับสนุน (Venture capital background) ตัวแปรอีกตัวที่สำคัญและมีการศึกษาความสัมพันธ์กับมูลค่าหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก ได้แก่ ตัวแปรกลุ่มทุนสนับสนุน (Paleari & Vismara, 2007; Lee & Masulis, 2011; Z. Xu & L. Xu, 2012; Dumrongwong, 2016; Zhang et al., 2020) และก็มีมีการศึกษากลุ่มทุนสนับสนุนกับการจัดการกำไรด้วย (Wang et al., 2018) โดยอ้างอิงจากการศึกษาที่ผ่านมา ผู้วิจัยใช้การวัดค่าแบบตัวแปรทวิภาค (Dichotomous Variable) คือมีค่าเป็นไปได้สองค่า คือถ้าบริษัทที่เสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกมีกลุ่มทุนสนับสนุนให้ค่าเป็น 1 ถ้าไม่ใช่ค่าจะเป็น 0 โดยใช้ตัวย่อ VC ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3. ตัวแปรลักษณะของกิจการ (Firm characteristics) ได้แก่ อายุกิจการ (Firm age) และขนาดกิจการ (Firm size)

อายุกิจการ (Firm age) อายุของกิจการก่อนการเสนอขายหลักทรัพย์เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์เป็นปัจจัยที่ใช้ในงานวิจัยเกี่ยวกับการค้นหาความสัมพันธ์กับกิจการที่เสนอขายหลักทรัพย์ครั้งแรกมาตลอด (Z. Xu & L. Xu, 2012; Zhang et al., 2020; Cox, 2020; Huang et al., 2021) รวมถึงใช้ในการศึกษาการจัดการกำไรก็มีการใช้อายุของกิจการเป็นตัวแปรในการศึกษาเช่นเดียวกัน (Lee & Masulis, 2011; Wang et al., 2018) โดยแทนค่าตัวแปรเป็น AGE ในการวิเคราะห์ข้อมูล วิธีการคำนวณคือใช้ปีที่เข้าตลาด (IPO year) ลบด้วยปีที่ก่อตั้งกิจการ (Establish year) บวก 1 จะได้จำนวนปีที่ดำเนินธุรกิจก่อนเสนอขายหุ้น

ขนาดกิจการ (Firm size) ขนาดของกิจการก็เป็นตัวแปรสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาปัจจัยและความมีอิทธิพลต่อผลประกอบการ รวมถึงการมีอิทธิพลต่อราคาหลักทรัพย์ที่เสนอขายครั้งแรก (Paleari & Vismara, 2007; Wu, 2012; Z. Xu & L. Xu, 2012; Hull et al., 2013; Dumrongwong, 2016; Zhang et al., 2020; Cox, 2020) และการจัดการกำไร (Lin & Rong, 2012; Kim et al., 2017; Bouaziz et al., 2020; Priscilla & Siregar, 2020) ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ด้วย โดยผู้วิจัยใช้การวัดค่าขนาดของกิจการโดยใช้ Natural logarithm ของสินทรัพย์รวมตามบัญชี (Priscilla & Siregar, 2020) ใช้ตัวย่อ SIZE ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. ราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกต่ำกว่าราคาตลาด (IPO underpricing) ราคาหุ้นของหลักทรัพย์ที่เสนอขายครั้งแรก (IPO) จะเริ่มต้นโดยราคาเสนอขาย (Offer price) เป็น

ราคาที่กำหนดโดยวิธีการประเมินราคาอย่างสมเหตุสมผลโดยผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriter) โดยหลังจากเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ ราคาของหลักทรัพย์ก็จะเปลี่ยนไปตามความต้องการของตลาด หรือเรียกอีกอย่างว่าเป็นราคาตลาด (Market price) โดย ณ สิ้นวันทำการของตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยจะเป็นราคาปิดของหลักทรัพย์ (First day closing price) ซึ่งหากราคาปิดสูงกว่าราคาเสนอขายครั้งแรกจะเรียกว่าเป็นราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกต่ำกว่าราคาตลาด (Underpricing) อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมจะใช้ราคาเฉลี่ยของหุ้นในการวัดค่าตัวแปรราคาหุ้นที่ต่ำกว่าราคาตลาด (Ong et al., 2020) รวมถึงศึกษาอัตราการเสนอขายหุ้นต่ำกว่าราคาตลาดด้วย

5. การจัดการกำไร (Earnings management) การจัดการกำไรตามที่ผู้วิจัยศึกษา และรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยในอดีต พบว่าเป็นเรื่องที่มีความสนใจสูงมาก มีทั้งงานวิจัยในระดับประเทศ และระดับนานาชาติมากมาย ในบางกรณีอาจจะมองว่าการจัดการกำไรคือการตกแต่งงบการเงิน หรือการจัดทำตัวเลขทางการเงินเพื่อให้ผู้จัดทำได้ประโยชน์ หรือเพื่อปิดบังการกระทำผิด หรือผลประโยชน์ที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งการจัดการกำไรจากวรรณกรรมในอดีตจะแบ่งออกเป็นการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (Accrual basis) (Healy, 1985; Watt & Zimmerman, 1986; DeAngelo, 1986; McNichols & Wilson, 1988; Jones, 1991; Defond & Jiambalvo, 1994; Dechow et al., 1995; Kothari et al., 2005; Dechow & Skinner, 2000; Leuz et al., 2003) และการจัดการกำไรด้วยกิจกรรมทางธุรกิจ (Real activity) (Roychowdhury, 2006; Cohen et al., 2008) โดยการจัดการกำไรด้วยกิจกรรมทางธุรกิจเป็นการจัดการกำไรที่ไม่ใช่การประมาณค่า เช่น การมีการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดที่สูงกว่ากิจกรรมปกติ หรือการเลื่อนการส่งมอบสินค้าเพื่อกระจายยอดขายไปในรอบบัญชีถัดไป โดยการกระทำนั้นไม่ได้เป็นการดัดแปลงตัวเลข หรือเปลี่ยนแปลงตัวเลขจากการประมาณการ แต่เป็นตัวเลขที่สะท้อนกิจกรรมจริงทางธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่ศึกษาและทดสอบตัวเลขในกรณีนี้ ในขณะที่การจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างเป็นการจัดการกำไรที่ต้องใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร ผนวกกับการใช้หลักเกณฑ์ทางบัญชีเพื่อให้ตัวเลขรายงานทางการเงินออกมาตามที่ผู้จัดการต้องการ ดังนั้นการจัดการกำไรโดยวิธีนี้มีโอกาสที่สูงที่จะมีการใช้ดุลยพินิจในทางตกแต่งมากเกินไป จนทำให้ข้อมูลทางการเงินที่รายงานแตกต่างจากที่ควรจะเป็น (Dechow & Skinner, 2000; Leuz et al., 2003) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีในการคำนวณค่าการจัดการกำไรที่ตัวแบบการปรับปรุงผลการดำเนินงานโดยใช้ดุลยพินิจตามเกณฑ์คงค้าง (Performance-adjusted discretionary accruals model) โดย Kim et al. (2017) และ Kothari et al. (2005) ดังนี้

โดยที่

$$\frac{TACC_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \beta_0 + \beta_1 \frac{1}{TA_{i,t-1}} + \beta_2 \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \beta_3 \frac{PPE_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \beta_4 \frac{NI_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \varepsilon_{i,t}$$

TACC	=	รายการคงค้างรวม (กำไรสุทธิ - กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน)
TA	=	สินทรัพย์รวม
ΔREV	=	การเปลี่ยนแปลงของยอดขาย
ΔREC	=	การเปลี่ยนแปลงของบัญชีลูกหนี้
PPE	=	อสังหาริมทรัพย์ อาคาร และอุปกรณ์
NI	=	กำไรสุทธิ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research approach) โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกในช่วงปีพุทธศักราช 2557 ถึง 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 148 บริษัท และหลังจากคัดกรองแล้วเหลือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาทั้งสิ้น 138 บริษัท ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การคัดเลือกตัวอย่างในงานวิจัย

แหล่งข้อมูล	จำนวนประชากร	อุตสาหกรรมการเงิน	ข้อมูลไม่ครบถ้วน	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
SET	74	-5	0	69
mai	74	-4	-1	69
รวม	148	-9	-1	138

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบบันทึกข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary data) โดยผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี (Annual report) หนังสือชี้ชวน (Prospectus) และข้อมูลจากฐานข้อมูล SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีผลการดำเนินงานติดต่อกันระหว่างปีพุทธศักราช 2557 - 2561 รวมระยะเวลาในการศึกษา 5 ปี ซึ่งไม่รวมบริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ บริษัทที่แจ้งว่าไม่ประสงค์จะให้เปิดเผยข้อมูล บริษัทที่ข้อมูลไม่สมบูรณ์ หรือบริษัทที่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในระหว่างปี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อมาทำการบันทึกข้อมูลเป็นรหัส ก่อนเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์และอธิบายผล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายผลจากแบบบันทึกหรือเครื่องมือการวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลตามตัวแปรและองค์ประกอบต่าง ๆ จากรายงานประจำปี (Annual Report) หนังสือชี้ชวน (Prospectus) และฐานข้อมูลจาก SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

ผลการวิเคราะห์ของตัวอย่างกลุ่มตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงินพบว่า อัตราการเติบโตของยอดขาย (GROWTH) มีค่าต่ำสุดร้อยละ -18.00 มีค่าสูงสุดร้อยละ 11,441.00 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 115.60 โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.788 ลำดับถัดมาอัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) มีค่าต่ำสุด -1.92 บาทต่อหุ้น มีค่าสูงสุด 76.23 บาทต่อหุ้น มีค่าเฉลี่ย 1.47 บาทต่อหุ้น โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 6.884 ลำดับถัดมาอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีค่าต่ำสุดร้อยละ -3.800 มีค่าสูงสุด

ร้อยละ 55.08 ค่าเฉลี่ยร้อยละ 10.35 โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 8.937 ถัดมาค่าอัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน (LEVERAGE) พบว่าค่าต่ำสุดคือ -56.96 เท่า มีค่าสูงสุด 34.10 เท่า ค่าเฉลี่ย 2.12 เท่า โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 6.477

ตัวแปรในกลุ่มที่ไม่ใช้ตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงินซึ่งเป็นตัวแปรกลุ่มที่วัดค่าโดยใช้หลักการแบบทวิภาคซึ่งทำให้ค่ามีแค่ 0 หรือ 1 ดังนั้นค่าต่ำสุดและสูงสุดของตัวแปรกลุ่มนี้จะวัดค่าได้ 0 และ 1 ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท (CEO) มีค่า 0.855 และ 0.353 ชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (UNDWR) มีค่า 0.681 และ 0.468 ประสิทธิภาพของผู้สอบบัญชี (AUDIT) มีค่า 0.594 และ 0.493 กลุ่มทุนสนับสนุน (VC) มีค่า 0.051 และ 0.220 ตามลำดับ

ตัวแปรกลุ่มลักษณะของกิจการซึ่งประกอบไปด้วยอายุของกิจการ (AGE) โดยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอายุของกิจการก่อนเสนอขายหุ้นครั้งแรกมีอายุต่ำสุด 2 ปี สูงสุด 54 ปี ค่าเฉลี่ย 19 ปี และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.749 และขนาดของกิจการ (SIZE) เป็น Natural logarithm ของสินทรัพย์รวมตามบัญชี ณ วันที่รายงานทางการเงินปีล่าสุดก่อนเข้าตลาดฯ มีค่าต่ำสุด 2.140 สูงสุด 4.881 ค่าเฉลี่ย 3.125 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.614

ตัวแปรราคาเฉลี่ยของหุ้นวันที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (PD1) มีราคาต่ำสุด 1.47 บาทต่อหุ้น ราคาสูงสุด 88.87 บาทต่อหุ้น มีค่าเฉลี่ยทั้งหมด 8.48 บาทต่อหุ้น โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.796 และตัวแปรภายนอกตัวสุดท้าย ได้แก่ การจัดการกำไรปีแรกหลังเสนอขายหุ้น (EMY1) มีค่าประมาณการการใช้เกณฑ์คงค้างจากดุลยพินิจต่ำสุด 0.000 สูงสุด 0.330 ค่าเฉลี่ย 0.045 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.048 ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาของตัวอย่างทั้งหมด

ตัวแปร	จำนวนตัวอย่าง	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GROWTH	138	-0.180	114.410	1.156	9.788
EPS	138	-1.923	76.233	1.465	6.884
ROA	138	-3.800	55.083	10.345	8.937
LEVERAGE	138	-56.963	34.103	2.122	6.477
CEO	138	0.000	1.000	0.855	0.353
UNDWR	138	0.000	1.000	0.681	0.468
AUDIT	138	0.000	1.000	0.594	0.493
VC	138	0.000	1.000	0.051	0.220
AGE	138	2.000	54.000	18.906	10.749
SIZE (NL)	138	2.140	4.881	3.125	0.614
PD1	138	1.470	88.870	8.479	9.796
EMY1	138	0.000	0.330	0.045	0.048

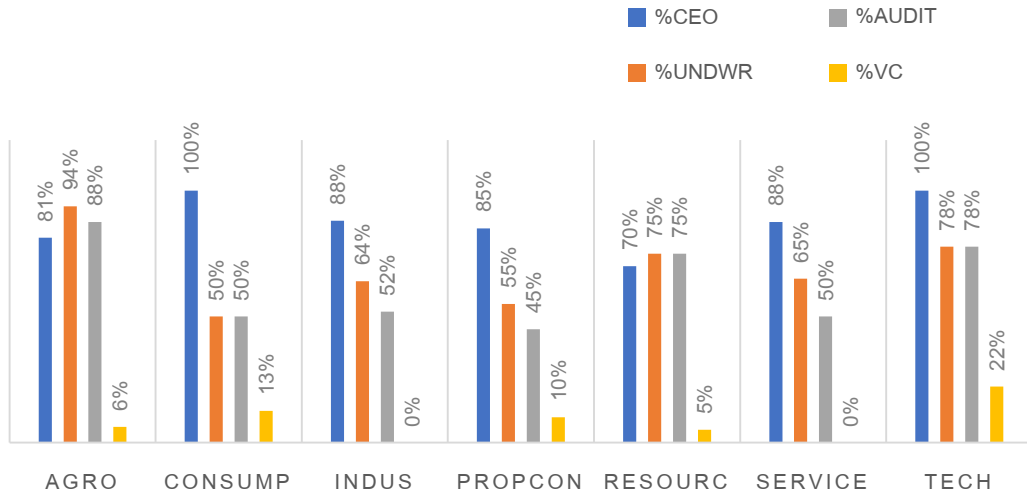
การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา

1. อัตราการเติบโตของยอดขาย (GROWTH) จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยอัตราการเติบโตของยอดขายในตารางที่ 1 พบว่ามีค่าเฉลี่ยของตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 115.60 และเมื่อเปรียบเทียบตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า เกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีอัตราการเติบโตของยอดขายร้อยละ 18.00 สินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 20.00 สินค้าอุตสาหกรรมร้อยละ 3.00 อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างร้อยละ 26.00 ทรัพยากรร้อยละ 669.00 บริการร้อยละ 16.00 และเทคโนโลยีร้อยละ 97.00 ซึ่งอุตสาหกรรมทรัพยากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และสินค้าอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2. อัตราการกำไรต่อหุ้น (EPS) จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยอัตราการกำไรต่อหุ้นในตารางที่ 1 พบว่ามีค่าเฉลี่ยของตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 1.47 บาทต่อหุ้น และเมื่อเปรียบเทียบตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่าเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีค่าเฉลี่ยอัตราการกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 1.08 บาทต่อหุ้น สินค้าอุปโภคบริโภคมีค่าเฉลี่ยอัตราการกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 11.86 บาทต่อหุ้น สินค้าอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยอัตราการกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.59 บาทต่อหุ้น อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีค่าเฉลี่ยอัตราการกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.46 บาทต่อหุ้น ทรัพยากรมีค่าเฉลี่ยอัตราการกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 1.67 บาทต่อหุ้น บริการมีค่าเฉลี่ยอัตราการกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 0.57 บาทต่อหุ้น และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยอัตราการกำไรต่อหุ้นเท่ากับ 1.07 บาทต่อหุ้น ซึ่งอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

3. อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ในตารางที่ 1 พบว่ามีค่าเฉลี่ยของตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 10.35 และเมื่อเปรียบเทียบตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า เกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ร้อยละ 7.64 สินค้าอุปโภคบริโภคมีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ร้อยละ 16.75 สินค้าอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ร้อยละ 12.10 อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ร้อยละ 13.27 ทรัพยากรมีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ร้อยละ 4.87 บริการมีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ร้อยละ 10.22 และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ร้อยละ 10.80 ซึ่งอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และทรัพยากรมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

4. อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน (LEVERAGE) จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยอัตราส่วนโครงสร้างทางการเงินในตารางที่ 1 พบว่ามีค่าเฉลี่ยหนี้สินต่อทุนของตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 2.12 เท่า และเมื่อเปรียบเทียบตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า เกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีค่าเฉลี่ยหนี้สินต่อทุน 0.94 เท่า สินค้าอุปโภคบริโภคมีค่าเฉลี่ยหนี้สินต่อทุน 1.62 เท่า สินค้าอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยหนี้สินต่อทุน 1.16 เท่า อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีค่าเฉลี่ยหนี้สินต่อทุน 2.85 เท่า ทรัพยากรมีค่าเฉลี่ยหนี้สินต่อทุน 3.01 เท่า บริการมีค่าเฉลี่ยหนี้สินต่อทุน 2.57 เท่า และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยหนี้สินต่อทุน 1.75 เท่า ซึ่งอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ทรัพยากร และบริการมีค่าเฉลี่ยการก่อหนี้สูงกว่า 2 เท่า และกลุ่มเกษตรและอาหารมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดที่ 0.94 เท่า



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์ทางการเงิน

5. ตัวแปรประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท (CEO) เมื่อเปรียบเทียบตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมี CEO เป็นผู้ก่อตั้ง 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 81 ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภคมี CEO เป็นผู้ก่อตั้ง 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุตสาหกรรมมี CEO เป็นผู้ก่อตั้ง 22 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 88 ของกลุ่มอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมี CEO เป็นผู้ก่อตั้ง 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85 ของกลุ่มอุตสาหกรรม ทฤษฎีการมี CEO เป็นผู้ก่อตั้ง 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70 ของกลุ่มอุตสาหกรรม บริการมี CEO เป็นผู้ก่อตั้ง 35 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 88 ของกลุ่มอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีมี CEO เป็นผู้ก่อตั้ง 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งมีอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค และเทคโนโลยีที่ผู้ก่อตั้งเป็น CEO ของกิจการด้วยทุกตัวอย่าง และอุตสาหกรรมทฤษฎีการมีอัตราการ CEO เป็นผู้ก่อตั้งต่ำสุดที่ร้อยละ 70 อย่างไรก็ตามในภาพรวมถือว่ากิจการตัวอย่างทั้งหมดนั้นมี CEO เป็นผู้ก่อตั้งเป็นส่วนใหญ่

6. ตัวแปรชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทฤษฎี (UNDWR) เมื่อเปรียบเทียบตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีผู้จัดจำหน่ายหลักทฤษฎีอยู่ในการจัดอันดับ 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 94 ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภคมี 4 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุตสาหกรรมมี 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64 ของกลุ่มอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมี 11 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55 ของกลุ่มอุตสาหกรรม ทฤษฎีการมี 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 75 ของกลุ่มอุตสาหกรรม บริการมี 26 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 65 ของกลุ่มอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีมีผู้จัดจำหน่ายหลักทฤษฎีอยู่ในการจัดอันดับ 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 78 ของกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารมีอัตราส่วนของผู้จัดจำหน่ายหลักทฤษฎีที่มีชื่อเสียงสูงสุดถึงร้อยละ 94 ของการจัดทะเบียนทั้งหมดในระดับอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภคมีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ 50

7. ตัวแปรประเภทของผู้สอบบัญชี (AUDIT) เมื่อเปรียบเทียบตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 ทั้งหมด 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 88 ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภคใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 ทั้งหมด 4 ตัวอย่าง คิดเป็น

ร้อยละ 50 ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุตสาหกรรมใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 ทั้งหมด 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 52 ของกลุ่มอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 ทั้งหมด 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 45 ของกลุ่มอุตสาหกรรม ทรัพยากรใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 ทั้งหมด 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 75 ของกลุ่มอุตสาหกรรม บริการใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 ทั้งหมด 20 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 ของกลุ่มอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 ทั้งหมด 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 78 ของกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งมีอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารมีอัตราส่วนของการใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 สูงสุดร้อยละ 88 ของการจดทะเบียนทั้งหมดในระดับอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ 45

8. ตัวแปรกลุ่มทุนสนับสนุน (VC) เมื่อเปรียบเทียบกับตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีกลุ่มทุนสนับสนุน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6 ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภคมีกลุ่มทุนสนับสนุน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13 ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุตสาหกรรมมีกลุ่มทุนสนับสนุน 0 ตัวอย่าง อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีกลุ่มทุนสนับสนุน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10 ของกลุ่มอุตสาหกรรม ทรัพยากรมีกลุ่มทุนสนับสนุน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5 ของกลุ่มอุตสาหกรรม บริการมีกลุ่มทุนสนับสนุน 0 ตัวอย่าง และเทคโนโลยีมีกลุ่มทุนสนับสนุน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22 ของกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งมีอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีอัตราส่วนของการมีกลุ่มทุนสนับสนุนสูงที่สุดร้อยละ 22 ของการจดทะเบียนทั้งหมดในระดับอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมและบริการไม่มีกลุ่มทุนสนับสนุนเลยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

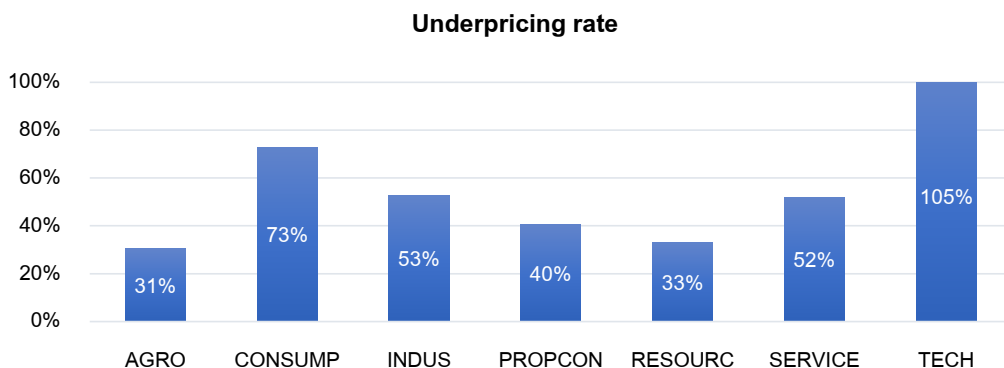
9. ตัวแปรอายุของกิจการ (AGE) เป็นอายุของการดำเนินธุรกิจก่อนเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรก โดยเมื่อเปรียบเทียบกับตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีการดำเนินธุรกิจก่อนการจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 21 ปี สินค้าอุปโภคบริโภคมีการดำเนินธุรกิจก่อนการจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 16 ปี สินค้าอุตสาหกรรมมีการดำเนินธุรกิจก่อนการจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 18 ปี อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีการดำเนินธุรกิจก่อนการจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 17 ปี ทรัพยากรมีการดำเนินธุรกิจก่อนการจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 17 ปีเช่นกัน บริการมีการดำเนินธุรกิจก่อนการจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 22 ปี และเทคโนโลยีมีการดำเนินธุรกิจก่อนการจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 17 ปี ซึ่งค่าเฉลี่ยจากตัวอย่างทั้งหมดก็อยู่ในช่วงเดียวกัน

10. ตัวแปรขนาดของกิจการ (SIZE) คำนวณจากค่า Natural logarithm สินทรัพย์ก่อนการเสนอขายหุ้นครั้งแรก โดยเมื่อเปรียบเทียบกับตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 สินค้าอุปโภคบริโภคมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 สินค้าอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ทรัพยากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 และเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 ซึ่งค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมทรัพยากรมีค่าสูงสุด และอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีค่าต่ำสุด

11. ตัวแปรราคาหุ้น (PD1) เป็นราคาเฉลี่ยวันแรกที่ทำการซื้อขายหุ้นในตลาดทุน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีราคาเฉลี่ยจากการซื้อขายวันแรก 11 บาทต่อหุ้น สินค้าอุปโภคบริโภคมีราคาเฉลี่ยจากการซื้อขายวันแรก 18.83 บาทต่อหุ้น สินค้าอุตสาหกรรมมีราคาเฉลี่ยจากการซื้อขายวันแรก 6.02 บาทต่อหุ้น อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีราคาเฉลี่ยจากการซื้อขายวันแรก 6.98 บาทต่อหุ้น ทรัพยากรมีราคาเฉลี่ยจากการซื้อขายวันแรก 9.21 บาทต่อหุ้น บริการมีราคาเฉลี่ยจากการซื้อขายวันแรก 7.61 บาทต่อหุ้น และเทคโนโลยีมีราคาเฉลี่ยจากการซื้อขายวันแรก 7.21 บาทต่อหุ้น ซึ่งค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภคมีค่าสูงสุด และอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมมีค่าต่ำสุด

12. ตัวแปรการจัดการกำไรเบี่ยง (EMY1) เป็นค่าคงเหลือจากการวิเคราะห์การจัดการกำไร โดยเกณฑ์คงค้างตามตัวแบบที่ปรับปรุงจากตัวแบบ Modified Jones ซึ่งเป็นตัวแทนของค่าการใช้เกณฑ์คงค้างตามดุลยพินิจของผู้บริหาร (Discretionary accrual) โดยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีค่าการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจตามเกณฑ์คงค้างเท่ากับ 0.0389 สินค้าอุปโภคบริโภคค่าการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจตามเกณฑ์คงค้างเท่ากับ 0.0839 สินค้าอุตสาหกรรมมีค่าการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจตามเกณฑ์คงค้างเท่ากับ 0.0451 อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีค่าการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจตามเกณฑ์คงค้างเท่ากับ 0.0664 ทรัพยากรมีค่าการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจตามเกณฑ์คงค้างเท่ากับ 0.0348 บริการมีค่าการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจตามเกณฑ์คงค้างเท่ากับ 0.0310 และเทคโนโลยีมีค่าการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจตามเกณฑ์คงค้างเท่ากับ 0.0656 ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภคมีค่าการจัดการกำไรสูงสุด และอุตสาหกรรมบริการมีค่าต่ำสุด

13. การศึกษาอัตราราคาหุ้นต่ำกว่าราคาตลาด (IPO underpricing) พบว่าจากกลุ่มตัวอย่าง ราคาหุ้นจากกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีอัตราการเสนอขายด้วยราคาต่ำกว่าราคาตลาดสูงสุดร้อยละ 105 รองลงมาคือกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค และอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร เป็นกลุ่มที่มีอัตราราคาต่ำกว่าราคาตลาดต่ำสุดที่ร้อยละ 31 สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ สามารถดูได้จากภาพที่ 2



ภาพที่ 2 อัตราราคาหุ้นต่ำกว่าราคาตลาด

อภิปรายผล

การศึกษาตัวแปรทั้งหมดเป็นการศึกษาเชิงพรรณนาเพื่อให้ทราบลักษณะของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะเดียวกันกับการศึกษาในอดีตเพื่อสร้างพื้นฐานสำหรับการศึกษามีอิทธิพลและความสัมพันธ์ในอนาคต การศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงิน ตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์ทางการเงิน ตัวแปรกลุ่มลักษณะของกิจการ ตัวแปรราคาหุ้นและอัตราราคาหุ้นต่ำกว่าราคาตลาด และตัวแปรการจัดการกำไร พบว่า ข้อมูลที่เก็บได้มีลักษณะสอดคล้องกับการศึกษาในอดีต ได้แก่ อัตราผลตอบแทนของยอดขายโดย Cox (2020) อัตรากำไรต่อหุ้นโดย Lee and Masulis (2011) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์โดย Hwang et al. (2013) อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงินโดย Kim et al. (2017) ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทโดย Gao and Jain (2012) ชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์โดย Cox (2020) ประเภทของผู้สอบบัญชีโดย Hutchinson and

Leung (2007) บริษัทที่มีกลุ่มทุนสนับสนุนโดย Lee and Masulis (2011) การศึกษาอายุของกิจการ โดย Cox (2020) ขนาดของกิจการโดย Wu (2012) ราคาเฉลี่ยของหุ้นโดย Ong et al. (2020) การจัดการกำไรโดย Kim et al. (2017) และอัตราราคาหุ้นต่ำกว่าราคาตลาดโดย Cox (2020)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดเกณฑ์ทางการเงินพบว่า อัตราการเติบโตของยอดขาย (GROWTH) อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน (Leverage) แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่เสนอขายหุ้นใหม่ครั้งแรกจะมีผลการดำเนินงานจากตัวชี้วัดทางการเงินที่ศึกษาอยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยคิดว่าผลดังกล่าวเป็นการดึงดูดความสนใจให้นักลงทุนเข้ามาลงทุน และเพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการเติบโตในอนาคตด้วย

ผลการศึกษาตัวแปรกลุ่มตัวชี้วัดที่ไม่ใช่เกณฑ์ทางการเงินพบว่า (1) บริษัทจดทะเบียนใหม่ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท (CEO) พบว่า หากมองในภาพรวมของบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดพบว่ามี CEO เป็นผู้ก่อตั้งทั้งหมด 118 ตัวอย่างหรือคิดเป็นร้อยละ 86 ของบริษัทจดทะเบียนในช่วงเวลาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าบริษัทส่วนใหญ่ในประเทศไทยผู้ก่อตั้งจะเป็นผู้บริหารของกิจการ (2) ชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (UNDWR) พบว่า มีผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์อยู่ในการจัดอันดับ 94 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 68 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดซึ่งส่วนใหญ่ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดทุนก็ใช้ผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียง แสดงให้เห็นว่าบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่เลือกใช้บริการผู้จัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียง (3) ประเภทของผู้สอบบัญชี (AUDIT) ในภาพรวมมีการใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 ทั้งหมด 82 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 59 ของบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดในช่วงเวลาดังกล่าวซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่จะใช้บริการผู้สอบบัญชี Big4 (4) ตัวแปรกลุ่มทุนสนับสนุน (VC) พบว่า ตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดมีกลุ่มทุนสนับสนุนเพียง 7 ตัวอย่าง หรือ ร้อยละ 5 เท่านั้นแสดงให้เห็นว่าในประเทศไทยบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มทุนเดิม มีกลุ่มทุนสนับสนุนลงทุนด้วยเพียงส่วนน้อย

ผลการศึกษาตัวแปรกลุ่มลักษณะของกิจการพบว่า (1) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอายุของกิจการก่อนเสนอขายหุ้นครั้งแรกมีอายุระหว่าง 2 ถึง 54 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 19 ปี (2) ขนาดของกิจการเป็นค่า Natural logarithm ของสินทรัพย์รวมตามบัญชี ณ วันที่รายงานทางการเงินปีล่าสุดก่อนเข้าตลาดฯ มีค่าต่ำสุด 2.140 สูงสุด 4.881 และค่าเฉลี่ย 3.125

ผลการศึกษาตัวแปรราคาหุ้นที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปครั้งแรกต่ำกว่าราคาตลาด (IPO underpricing) ระหว่างปีพุทธศักราช 2557 - 2561 โดยในงานวิจัยใช้ราคาเฉลี่ยของหุ้นวันที่เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (PD1) เป็นตัวแทนตัวแปรดังกล่าว และจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างหุ้นที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยทั้งหมด 8.48 บาทต่อหุ้น นอกจากนี้จากการศึกษาอัตราผลตอบแทนราคาหุ้นต่ำกว่าราคาตลาด หรืออัตราที่แสดงให้เห็นว่าราคาหุ้นที่เสนอขายต่ำไปมากเพียงใดเมื่อเทียบกับราคาปิด ณ วันที่ที่ผู้วิจัยศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมเทคโนโลยีเป็นอุตสาหกรรมที่มีนักลงทุนให้ความสนใจสูงในตลาดทุนของไทย ในขณะที่อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่นักลงทุนสนใจน้อยที่สุด

ผลการศึกษาการจัดการกำไร (Earnings management) ระหว่างปีพุทธศักราช 2557 - 2561 โดยใช้ค่าการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารตามเกณฑ์คงค้าง (Discretionary accrual) ตามตัวแบบทางสถิติ ซึ่งค่าการจัดการกำไรปีแรกหลังเสนอขายหุ้น (EMY1) พบว่า อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นอุตสาหกรรมที่มีค่าเฉลี่ยการจัดการกำไรสูงสุด และอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีค่าการจัดการกำไรรองลงมา ส่วนอุตสาหกรรมที่มีค่าเฉลี่ยการจัดการกำไรต่ำสุดได้แก่อุตสาหกรรมบริการ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และการวิจัยในอนาคต

1. ผลการศึกษาที่สำคัญในบทความนี้คืออัตราราคาเสนอขายหุ้นต่ำกว่าราคาตลาดที่สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมกลุ่มเทคโนโลยีมีอัตราดังกล่าวค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่าการซื้อขายหุ้นระยะสั้นของกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเป็นที่สนใจของนักลงทุน โดยอัตราดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยของราคาหุ้นวันแรกตั้งนั้นนักลงทุนระยะสั้นอาจใช้ข้อมูลนี้ประกอบการตัดสินใจลงทุนได้ อย่างไรก็ตาม การลงทุนมีความเสี่ยงและบทความนี้ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แนะการลงทุน นักลงทุนควรศึกษาข้อมูลการลงทุนอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจ
2. ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นอีกว่าอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค และอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารในการจัดทางการเงินสูงกว่าอุตสาหกรรมอื่น ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นปัญหาตัวแทนของกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าว ดังนั้นนักลงทุนที่จะตัดสินใจลงทุนระยะยาวสามารถใช้ข้อมูลจากการศึกษานี้ประกอบเพื่อตัดสินใจได้อย่างระมัดระวัง
3. การศึกษาเชิงพรรณนาให้ข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์ในเบื้องต้นในงานวิจัยเท่านั้น ควรมีงานวิจัยเพิ่มเติมในอนาคตเพื่อศึกษาผลกระทบและความสัมพันธ์จากข้อมูลที่เก็บไว้แล้ว จะช่วยให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์ขึ้น
4. การศึกษาตัวแปรเพิ่มเติมจากตัวแปรที่มีอยู่แล้วในงานวิจัยนี้เพื่อนำไปวิเคราะห์ในเชิงลึกมากขึ้น จะช่วยในงานวิจัยในอนาคตมีความน่าสนใจมากขึ้นทั้งในมิติของความกว้างและความลึกในการศึกษา

บรรณานุกรม

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). *SET and mai IPO and listing guide*. www.set.or.th/th/products/listing2/files/Going_Public_Guide_2018.pdf
- Baskaran, S., Nedunselian, N., Ng, C. H., Mahadi, N. & Abdul Rasid, S. Z. (2020). Earnings management: A strategic adaptation or deliberate manipulation?. *Journal of Financial Crime*, 27(2), 369-386. <https://doi.org/10.1108/JFC-07-2019-0098>
- Boonlert-U-Thai, K., Meek, G. K., & Nabar, S. (2006). Earnings attributes and investor-protection: International evidence. *The International Journal of Accounting*, 41(4), 327-357. <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2006.09.008>
- Bouaziz, S. S., Fakhfakh, I. B. A., & Jarboui, A. (2020). Shareholder activism, earnings management and market performance consequences: French case. *International Journal of Law and Management*, 62(5), 395-415. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-03-2018-0050>
- Carvalho, A. G., Pinheiro, R. B., & Sampaio, J. O. (2020). The dynamics of earnings management in IPOs and the role of venture capital. *Research in International Business and Finance*, 51. Article 101084. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.101084>
- Cassia, L., Paleari, S., & Vismara, S. (2004). The valuation of firms listed on the Nuovo Mercato: The peer comparables approach. G. Giudici and P. Roosenboom (Eds.), *The rise and fall of Europe's new stock markets (Advances in Financial Economics, Vol. 10)* (pp. 113-129). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S1569-3732\(04\)10005-4](https://doi.org/10.1016/S1569-3732(04)10005-4)
- Cohen, D. A., Dey, A., & Lys, T. Z. (2008). Real and accrual-based earnings management in the pre-and post-Sarbanes-Oxley periods. *The Accounting Review*, 83(3), 757-787. <https://www.jstor.org/stable/30244500>
- Cox, J. S. (2020). Pre-IPO cash flow volatility and aftermarket valuation. *Managerial Finance*, 46(1), 159-176. <https://doi.org/10.1108/MF-06-2019-0288>
- DeAngelo, L. E. (1986). Accounting numbers as market valuation substitutes: A study of management buyouts of public stockholders. *The Accounting Review*, 61(3), 400-420. <https://www.jstor.org/stable/247149>
- Dechow, P. M., & Skinner, D. J. (2000). Earnings management: Reconciling the views of accounting academics, practitioners, and regulators. *Accounting Horizons*, 14(2), 235-250. <https://doi.org/10.2308/acch.2000.14.2.235>
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney A. P. (1995). Detecting earnings management. *The Accounting Review*, 70(2), 193-225. <https://www.jstor.org/stable/248303>

- DeFond, M. L., & Jiambalvo, J. (1994). Debt covenant violation and manipulation of accruals. *Journal of Accounting and Economics*, 17(1-2), 145-176. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(94\)90008-6](https://doi.org/10.1016/0165-4101(94)90008-6)
- Dumrongwong, K. (2016). IPO advertising: A possible cause of short-term overvaluation. In *The spread of financial sophistication through emerging markets worldwide (Research in Finance, Vol. 32)* (pp. 145-163). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S0196-382120160000032006>
- Gao, N., & Jain, B. A. (2012). Founder management and the market for corporate control for IPO firms: The moderating effect of the power structure of the firm. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 112-126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.06.001>
- Gao, S., Brockman, P., Meng, Q., & Yan, X. (2020). Differences of opinion, institutional bids, and IPO underpricing. *Journal of Corporate Finance*, 60, Article 101540. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2019.101540>
- Gounopoulos, D., Mazouz, K., & Wood, G. (2021). The consequences of political donations for IPO premium and performance. *Journal of Corporate Finance*, 67, Article 101888. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101888>
- Habib, A., Gong, R., & Hossain, M. (2013). Overvalued equities and audit fees: A research note. *Managerial Auditing Journal*, 28(8), 755-776. <https://doi.org/10.1108/MAJ-01-2013-0818>
- He, D. S., Yang, D. C., & Guan, L. (2010). Earnings management and the performance of seasoned private equity placements: Evidence from Japanese issuers. *Managerial Auditing Journal*, 25(6), 569-590. <https://doi.org/10.1108/02686901011054872>
- Healy, P. M. (1985). The effect of bonus schemes on accounting decisions. *Journal of Accounting and Economics*, 7(1-3), 85-107. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(85\)90029-1](https://doi.org/10.1016/0165-4101(85)90029-1)
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.156445>
- Hsieh, Y. T., Chen, T. K., Tseng, Y. J., & Lin, R. C. (2018). Top management team characteristics and accrual-based earnings management. *The International Journal of Accounting*, 53(4), 314-334. <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2018.11.004>
- Huang, Y., Yan, C., & Chan, K. C. (2021). Does aggressiveness help? Evidence from IPO corruption and pricing in China. *Journal of Corporate Finance*, 67, Article 101901. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101901>
- Hull, R., Walker, R., & Kwak, S. (2013). IPO valuation and insider manipulation of R&D. *Managerial Finance*, 39(10), 888-914. <https://doi.org/10.1108/MF-05-2012-0125>

- Hutchinson, M., & Leung, S. (2007). An investigation of factors influencing the association between top management ownership and earnings management. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 3(2), 130-153. [https://doi.org/10.1016/S1815-5669\(10\)70026-6](https://doi.org/10.1016/S1815-5669(10)70026-6)
- Hwang, N. C. R., Chiou, J. R., & Wang, Y. C. (2013). Effect of disclosure regulation on earnings management through related-party transactions: Evidence from Taiwanese firms operating in China. *Journal of Accounting and Public Policy*, 32(4), 292-313. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2013.04.003>
- Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193-228. <https://www.jstor.org/stable/2491047>
- Kamel, H. (2012). Earnings management and initial public offerings: A new perspective from Egypt. *Journal of Accounting in Emerging Economics*, 2(2), 96-118. <https://doi.org/10.1108/20421161211229790>
- Kim, J., Kim, Y., & Zhou, J. (2017). Languages and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 63(2-3), 288-306. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2017.04.001>
- Kim, J., Pukthuanthong-Le, K., & Walker, T. (2008). Leverage and IPO underpricing: High-tech versus low-tech IPOs. *Management Decision*, 46(1), 106-130. <https://doi.org/10.1108/00251740810846770>
- Kothari, S. P., Leone, A. J., & Wasley, C. E. (2005). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of Accounting and Economics*, 39(1), 163-197. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2004.11.002>
- Kumala, R., & Siregar, S. V. (2021). Corporate social responsibility, family ownership and earnings management: The case of Indonesia. *Social Responsibility Journal*, 17(1), 69-86. <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2016-0156>
- Lee, G., & Masulis, R. W. (2011). Do more reputable financial institutions reduce earnings management by IPO issuers?. *Journal of Corporate Finance*, 17(4), 982-1000. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2011.04.012>
- Leuz, C., Nanda, D., & Wysocki P. D. (2003). Earnings management and investor protection: An international comparison. *Journal of Financial Economics*, 69(3), 505-527. [https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(03\)00121-1](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(03)00121-1)
- Li, P. Y. (2018). Top management team characteristics and firm internationalization: The moderating role of the size of middle managers. *International Business Review*, 27(1), 125-138. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.011>
- Lin, W., & Rong, M. (2012). Impacts of other comprehensive income disclosure on earnings management. *Nankai Business Review International*, 3(1), 93-101. <https://doi.org/10.1108/20408741211201944>

- McNichols, M., & Wilson, G. P. (1988). Evidence of earnings management from the provision for bad debts. *Journal of Accounting Research*, 26, 1-31. <https://www.jstor.org/stable/2491176>
- Mehmood, W., Mohd-Rashid, R., Che-Yahya, N., & Ong, C.Z. (2020). Determinants of heterogeneity in investors' opinions on IPO valuation: Evidence from the Pakistan Stock Market. *Review of Behavioral Finance*, 13(5), 631-646. <https://doi.org/10.1108/RBF-04-2020-0078>
- Miller, T. W. (2018). Terminal values for firms with growth opportunities: Explaining valuation and IPO price behavior. *Studies in Economics and Finance*, 35(2), 244-272. <https://doi.org/10.1108/SEF-03-2016-0078>
- Nabar, S., & Boonlert-U—Thai, K. K. (2007). Earnings management, investor protection, and national culture. *Journal of International Accounting Research*, 6(2), 35-54. <https://doi.org/10.2308/jiar.2007.6.2.35>
- Nikbakht, E., Sarkar, S., Smith, G. C., & Spieler, A. C. (2021). Pre-IPO earnings management: Evidence from India. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 44, Article 100400. <https://doi.org/10.1016/j.intaccaudtax.2021.100400>
- Ong, C. Z., Mohd-Rashid, R., & Taufil-Mohd, K. N. (2020). Underwriter reputation and IPO valuation in an emerging market: Evidence from Malaysia. *Managerial Finance*, 46(10), 1283-1304. <https://doi.org/10.1108/MF-11-2019-0579>
- Paleari, S., & Vismara, S. (2007). Over—optimism when pricing IPOs. *Managerial Finance*, 33(6), 352-367. <https://doi.org/10.1108/03074350710748722>
- Priscilla, M., & Siregar, S. V. (2020). The effect of top management team expertise on corporate's accrual and real earnings management. In W. A. Barnett and B. S. Sergi (Eds.), *Advanced Issues in the economics of emerging markets* (pp. 79-101). Emerald Publishing Limited.
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335-370. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2006.01.002>
- Spence, A. M. (1974). Market signaling: Informational transfer in hiring and related screening processes. *Harvard University Press*.
- Too, S. W., & Yusoff, W. F. W. (2015). Exploring intellectual capital disclosure as a mediator for the relationship between IPO firm-specific characteristics and underpricing. *Journal of Intellectual Capital*, 16(3), 639-660. <https://doi.org/10.1108/JIC-08-2014-0098>
- Wang, Q. S., Anderson, H., & Chi, J. (2018). VC political connections and IPO earnings management. *Emerging Markets Review*, 35, 148-163. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2018.02.005>

- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*. Prentice-Hall.
- Westfall, T. J., & Omer, T. C. (2018). The emerging growth company status on IPO: Auditor effort, valuation, and underpricing. *Journal of Accounting and Public Policy*, 37(4), 315-334. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2018.07.003>
- Wu, C. (2012). Country risk and valuation of US-listed foreign IPOs. *Managerial Finance*, 38(10), 939-957. <https://doi.org/10.1108/03074351211255155>
- Xu, Z., & Xu, L. (2012). IPO valuation of entrepreneurial firms in China's new growth enterprise market: An examination of board composition, top management team's ownership and human capital. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(3), 206-220. <https://doi.org/10.1108/17561391211262157>
- Zhang, F., Zhou, X. H., Su, J., Tsai, S. B., & Zhai, Y. M. (2020). Governance role of media information's uncertainty in IPO market-oriented pricing. *Kybernetes*, 49(12), 2849-2871. <https://doi.org/10.1108/K-01-2019-0066>

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิค ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING THE PURCHASE DECISION OF KETOGENIC FOOD'S CONSUMERS IN BANGKOK

Received: 23 June, 2022

Revised: 17 September, 2022

Accepted: 3 October, 2022

กุลณภัชร บุญทวี*

Kunnapat Boonthawee*

สายพิน ปั่นทอง**

Saiphin Panthong**

*นักศึกษานิพนธ์ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการค้าธุรกิจสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

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

*Email: B.kunnapat@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

การวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากตัวอย่างที่เคยบริโภคอาหารคีโตเจนิค ระหว่างเดือน มกราคม 2564 - มกราคม 2565 จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ Independent Sample t-Test, One way ANOVA (F-test), Pearson's Correlation Coefficient, และ Multiple Linear Regression Analysis ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26 - 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 40,000 – 49,999 บาทต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย และด้านความต้องการการยอมรับจากสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลมีประสิทธิภาพร้อยละ 54.70

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด แรงจูงใจ การตัดสินใจซื้อ อาหารคีโตเจนิค กรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aimed to study the factors affecting on consumer's decision to purchase of Ketogenic, study the Marketing mix factors influencing on consumer's decision to purchase of Ketogenic food, and to study the Motivation factors influencing on consumer's decision to purchase of Ketogenic food in Bangkok. The population was consumers who purchased Ketogenic food between January 2021 to January 2022. The sample size is 400 samples. Descriptive analysis was used to analyze the general demographic information including percentage, mean and standard deviation. Hypothesis testing to achieve the research objectives was done using the independent sample t-Test, one way ANOVA (F-test), pearson's correlation coefficient and multiple linear regression analysis. The findings revealed that the most respondents were male with age range 26 - 30 years, status single, education in bachelor's degree, the majority were private company employees with average incomes 40,000 – 49,999 Baht/Month. Hypothesis testing found that ages, education, marital status, occupation, and income affecting on

consumer's decision to purchase of Ketogenic food in Bangkok with statistic significant at 0.05. In the marketing mix factors, it was found that Product, Price, and Place factors with statistic significant at 0.01. In addition, motivation factors; Safety needs and social needs influencing on consumer's decision to purchase of Ketogenic food in Bangkok with statistic significant at 0.05 and influencing factor had effective percent at 54.70

Keywords: Marketing Mix, Motivation, Decision to Purchase, Ketogenic Food, Bangkok

บทนำ

“การไม่มีโรค เป็นลาภอันประเสริฐ” ถือเป็นคำกล่าวที่สะท้อนให้เห็นว่าการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงปราศจากโรคร้ายนับเป็นความโชคดีอย่างหนึ่งและหนึ่งในปัจจัยของการมีสุขภาพดีคือการเลือกรับประทานอาหารที่เหมาะสมกับร่างกายของตน (ThaiHealth Official, 2563) ความสำคัญของการมีสุขภาพดียังเห็นได้จากการกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์แห่งชาติในนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข, 2560) และจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้คนหันมาสนใจดูแลตัวเองมากขึ้นทั้งทางด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย และอาหารซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากสวนดุสิตโพลที่พบว่าคนไทยหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพในเรื่องของการรับประทานอาหารเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 68.52 (สวนดุสิตโพล, 2563)

มูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพของไทยปี 2563 มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องมีการขยายตัวมากกว่า 1 แสนล้านบาทจากปี 2562 ที่มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 88,731 ล้านบาท หรือมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.4 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 (ThaiHealth Official, 2563) ซึ่งปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพได้รับความนิยมและมีความต้องการบริโภคมากขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีสาเหตุมาจากกระแสการดูแลสุขภาพและความต้องการมีรูปร่างดีของผู้บริโภค (จรรยา วังนิม และคณะ, 2563) และนอกจากนี้การเลือกรับประทานอาหารสุขภาพยังเป็นวิธีที่ช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคกลุ่ม NCDs (Noncommunicable Diseases) หรือกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ได้แก่ โรคเบาหวาน โรคอ้วนลงพุง โรคหลอดเลือดสมองหัวใจ โรคถุงลมโป่งพอง โรคมะเร็ง โรคความดันโลหิตสูง เป็นต้น ซึ่งโรค NCDs ยังเป็นปัญหาสุขภาพอันดับหนึ่งของประเทศไทยแต่กลุ่มโรค NCDs ยังสามารถป้องกันได้ด้วยการลดน้ำหนัก (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2564)

การลดน้ำหนักด้วยการรับประทานอาหารมีมากมายหลากหลายวิธีและการรับประทานอาหารคีโตเจนิคเป็นหนึ่งในวิธีเหล่านั้น ด้วยการรับประทานอาหารแบบกำหนดสัดส่วนโดยสัดส่วนต่อวันคือรับประทานไขมันประเภทดีร้อยละ 70 - 75 ปริมาณโปรตีนปานกลางร้อยละ 20 - 25 และปริมาณคาร์โบไฮเดรตน้อยที่สุดร้อยละ 5 - 10 จากปริมาณอาหารต่อวัน (อุรวดี จันทรแจ่มแสง, 2563) การที่รับประทานไขมันสูงและคาร์โบไฮเดรตต่ำจะทำให้ร่างกายมีการปรับเปลี่ยนการใช้พลังงานหลักจากการใช้น้ำตาลมาเป็นการใช้พลังงานจากไขมันแทนจึงทำให้ร่างกายสามารถเผาผลาญไขมันส่วนเกินได้เร็วขึ้น การรับประทานอาหารแบบคีโตเจนิคจึงมีส่วนช่วยให้สุขภาพดี (ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข และ หทัยภัทร รัตนพรมงคล, 2562) ในแง่ธุรกิจอาหารคีโตเจนิคถือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่มีคู่แข่งน้อยแต่มีการรวมตัวกันของกลุ่มคีโตเจนิคในสังคมออนไลน์ อาทิ เช่น กลุ่ม ThaiKeto Friends หรือกลุ่ม Keto Family (TH) - อาหารคีโตแบบไม่เครียด เป็นต้น ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มคนที่สนใจการรับประทานอาหารคีโตเจนิครวมมากถึง 650,000 คน จึงทำให้มีธุรกิจ SME หลายแบรนด์

ที่สนใจเริ่มเข้ามาทำตลาดอาหารคีโตเจนิคมากขึ้นทั้งในรูปแบบอาหารพร้อมทานหรือวัตถุดิบอาหารแบบมีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน เช่น ร้าน Thai Denmark MILK LAND ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทยก็ได้มีการจำหน่ายเมนูเครื่องดื่มคีโตเจนิค เป็นต้น (อรรชรยา พันธูลภ, 2562)

จากข้อมูลทีกล่าวนี้น่าสนใจเห็นได้ว่าการรับประทานอาหารคีโตเจนิคมีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงสมบูรณ์ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาประเด็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและมีความหลากหลายของกลุ่มผู้บริโภคโดยเห็นได้จากการเป็นจังหวัดที่ประกอบธุรกิจด้านอาหารสูงที่สุดในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 41.87 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) เพื่อผลการศึกษาค้นคว้านี้จะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่สนใจทำธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารคีโตเจนิคสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาแผนธุรกิจของตนให้ตรงกับพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สุชาติ ไตรภพสกุล (2564) ได้กล่าวว่า ด้านประชากรศาสตร์ใช้เกณฑ์ในการแบ่ง ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ อาชีพ วัฏจักรครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะเชิงประชากรนั้น ๆ ตัวแปรทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์และสะท้อนถึงรูปแบบการใช้จ่ายและรูปแบบความชื่นชอบของบุคคลสามารถวัดค่าออกมาได้ชัดเจนและสามารถนำไปใช้ควบคู่กับตัวแปรที่วัดค่าได้ยาก เช่น บุคลิกภาพ และวิธีการดำเนินชีวิต เป็นต้น ข้อมูลด้านกลุ่มอายุ กลุ่มอาชีพ กลุ่มระดับรายได้ ยังสามารถบ่งบอกถึงอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ของลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้ 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายออกสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้ หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประกอบด้วย

สิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ 2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการคัมค่ากับเงินที่จ่ายไป 3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือสื่อสารที่สร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า บริการ ความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-personal Selling) 4. ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย

ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ (2558) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบไปด้วย 1. แรงกระตุ้น (Stimulus) หมายถึง แรงขับที่เป็นเหตุจูงใจให้บุคคลกระทำบางอย่างหรือเว้นการกระทำบางอย่าง 2. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เมื่อผู้บริโภคได้รับแรงกระตุ้นในขั้นที่ 1 แล้งแรงกระตุ้นจะผลักดันให้ตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง 3. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคได้รับแรงกระตุ้นแล้วอาจแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นหรือไม่ก็ได้ถ้าแรงกระตุ้นมีมากพอและมีสินค้าที่พึงพอใจอยู่ในสถานะที่จะหาซื้อได้โดยง่ายผู้บริโภคก็มักจะซื้อทันที หรือถ้าสถานการณ์ดังกล่าวยังไม่พร้อมผู้บริโภคก็อาจเก็บความทรงจำไว้หรือแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นเพิ่มเติม 4. การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพียงพอแล้วผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลจากการเสาะแสวงหาและที่เก็บไว้ในความทรงจำมาประเมินคุณค่าผลิตภัณฑ์จากเกณฑ์ที่ได้กำหนดขึ้นในใจ 5. การซื้อ (Purchase) เมื่อได้ประเมินทางเลือกดีแล้วผู้บริโภคก็พร้อมที่จะลงมือซื้อ กล่าวคือเป็นการแลกเปลี่ยนมูลค่ากันระหว่างเงินกับผลิตภัณฑ์แต่เมื่อตัดสินใจแล้วยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอีก 3 ประการ คือ สถานที่ที่จะซื้อ เงื่อนไขการซื้อ และความพร้อมที่จะจำหน่าย หากว่าปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าวไม่เอื้ออำนวยต่อการซื้อก็มีผลต่อการลงมือซื้อของผู้บริโภค 6. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior) เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แล้วทำให้เกิดพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้นนักการตลาดต้องให้ความสนใจสิ่งที่นำมาพิจารณาว่าผู้บริโภคพอใจหรือไม่พอใจ คือ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการรับรู้ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ถ้าประสิทธิภาพต่ำกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะรู้สึกผิดหวังแต่ถ้าเป็นตามคาดจะรู้สึกพอใจและถ้าสูงกว่าที่คาดคิดก็จะเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์

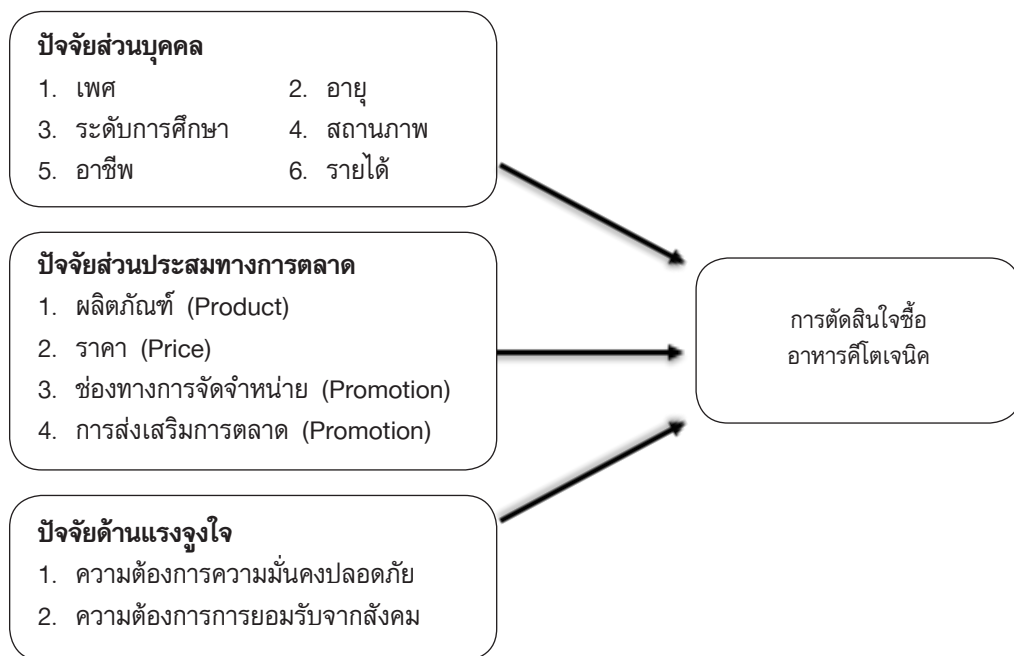
สุดาพร กุณทลบุตร (2558) ได้กล่าวว่า การจูงใจ (Motivation) หมายถึงความจำเป็นหรือการปรารถนาจากภายในส่งผลให้บุคคลพยายามตอบสนองเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ตนเอง การจูงใจเกิดจากแรงขับภายในทำให้บุคคลเกิดความเครียดจนกว่าจะได้รับการตอบสนองสิ่งเหล่านั้น อับราฮัม มาสโลว์ ได้แบ่งขั้นตอนที่มีการจูงใจมนุษย์เป็นห้าลำดับขั้นพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการทางสังคม (Social needs) ความต้องการเด่นและเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่นและสังคม (Esteem needs) และความต้องการขั้นสูงสุด คือ ความต้องการตอบสนองความคิดฝันของตนเอง (Self-actualization)

ทิพวรรณ ศิริเกียรติทอง (2562) ให้ความหมายของอาหารคีโตเจนิกว่าเป็นการรับประทานอาหารที่จำกัดการบริโภคคาร์โบไฮเดรตให้น้อยลงกว่าปกติอย่างมาก เพื่อให้ร่างกายดึงไขมันที่เก็บสะสมไว้ตามเนื้อเยื่อไขมันมาเผาผลาญจึงส่งผลให้น้ำหนักลดลงอย่างรวดเร็ว โดยมีการจำกัดการได้รับพลังงานจากคาร์โบไฮเดรตไม่เกินร้อยละ 10 โปรตีนไม่เกินร้อยละ 30 ส่วนที่เหลือมากกว่าร้อยละ 60 เป็นพลังงานจากไขมัน

เปมิกา ลิทธิพุทรากุล (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คีโตเจนิคของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คีโตเจนิคของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คีโตเจนิคของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตัวอย่างจำนวน 385 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, F-test และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากการพิจารณาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คีโตเจนิคที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้สังเคราะห์ทฤษฎีปัจจัยด้านแรงจูงใจได้เพียง 2 ด้าน ในการเขียนกรอบแนวคิดงานวิจัย เนื่องจากอาหารคีโตเจนิคเป็นแนวทางการรับประทานอาหารเพื่อดูแลสุขภาพภายในด้านความแข็งแรงของร่างกาย และการดูแลสุขภาพภายนอกเพื่อรูปร่างที่ดีสมส่วน จึงไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยแรงจูงใจด้านความต้องการทางกายภาพเพื่อการดำรงชีวิต ด้านความต้องการเคารพนับถือ และด้านความต้องการสูงสุดในชีวิต แต่มีการมุ่งเน้นในด้านโภชนาการความปลอดภัยที่ถูกต้องตามหลักการรับประทานอาหารและด้านผลลัพธ์ด้านสัดส่วนจากกระบวนการรับประทานอาหารรวมถึงปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย จึงเลือกใช้ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและด้านแรงจูงใจว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพจึงนำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บผ่าน Google Form โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง

1. ประชากร (Population)

คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้ออาหารคีโตเจนิคในกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี เนื่องจากไม่สามารถทราบขนาดประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณโดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1997) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) จากการแทนค่าในสูตรดังกล่าว ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน มีการสำรองไว้เพื่อป้องกันการสูญหายหรือไม่ได้รับการตอบกลับของตัวอย่าง จำนวน 15 คน ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่ใช้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จึงถือว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไข คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยความน่าจะเป็น (แบบหลายขั้นตอน Multi-Stage Cluster Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 เลือกตัวอย่างจากชุมชนสังคมออนไลน์ผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคที่มีจำนวนมากที่สุดในลำดับที่ 1 - 5 จากทั้งหมด 34 กลุ่ม ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยการแบ่งตัวอย่างที่ได้จากขั้นตอนที่ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การแบ่งสัดส่วนตัวอย่างร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

ชุมชนออนไลน์ผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิค	จำนวนประชากร	สัดส่วน (ร้อยละ)	ขนาดตัวอย่าง (n)
1. Keto Family	530,000	51.11	204
2. ตลาดนัดคีโต	170,000	16.39	66
3. Keto by Linh	130,000	12.54	50
4. ThaiKeto Friend	130,000	12.54	50
5. คีโตมือใหม่	77,000	7.43	30
รวม	1,037,000	100	400

ที่มา: <http://www.facebook.com/search/groups/?q=keto>

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองตัวอย่างจำนวน 2 ข้อ ข้อคำถามคัดกรองตัวอย่างเป็นคำถามลักษณะแบบสอบถามที่ให้เลือกตอบเพื่อให้ได้ตัวอย่าง ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 21 ข้อ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจ จำนวน 10 ข้อ และส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ข้อ โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยโดยใช้สูตรการคำนวณ ความกว้างของอันตรภาคชั้น ซึ่งแบบสอบถามที่ได้จะนำมาใช้ในงานวิจัยจะต้องตรวจสอบ

ความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนนำไปใช้ผู้วิจัยจึงทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ 2 ชั้น ชั้นแรก ตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้วัดความเที่ยงตรงแบบสอบถามทุกข้อได้ค่า IOC 1.00 ผ่านเกณฑ์การประเมินในแต่ละข้อ มีค่า IOC มากกว่า 0.50 แบบสอบถามดังกล่าวจัดทำฉบับสมบูรณ์ หาค่าความเชื่อมั่นต่อไป ชั้นที่ 2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงมาแล้วไปใช้กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายตัวอย่าง จำนวน 30 คนในจังหวัดนนทบุรี แล้วนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) แบบสอบถามทั้งฉบับ พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.911 ซึ่งมากกว่า 0.70 ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (จิตติรัตน์, แสงเลิศศุขทัย, 2558)

3. การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ Independent Sample t-Test ส่วนการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3 ตัวอย่างขึ้นไป ทดสอบสถิติแบบ F-test และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ค่า r) สุดท้าย ศึกษาความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) (ยุทธ ไกยวรรณ, 2561) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลของตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 สถานภาพโสด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.75 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีรายได้ระหว่าง 40,000 - 49,999 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อเรียงลำดับรายข้อพบว่า ด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงที่สุด คือ ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.49) อยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ มีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.46) ด้านส่งเสริมการตลาดมีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12, S.D. = 0.49) ด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.51) ด้านราคามีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.52) และด้านความต้องการการยอมรับจากสังคมมีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = 0.57) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	t	F	Sig.
สมมติฐานที่ 1 : เพศ	0.806	-	0.508
สมมติฐานที่ 2.1 : อายุ		7.116	0.000**
สมมติฐานที่ 2.2 : สถานภาพ		7.455	0.000**
สมมติฐานที่ 2.3 : ระดับการศึกษา		10.613	0.000**
สมมติฐานที่ 2.4 : อาชีพ		2.683	0.021*
สมมติฐานที่ 2.5 : รายได้		12.681	0.000**

หมายเหตุ. *Sig.<0.05, **Sig.<0.01

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย และความต้องการการยอมรับจากสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน เป็นการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ ของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิก ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในระหว่าง 0.043 ถึง 0.706 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษาเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 0.80 และไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่สูงเกิน (Multicollinearity) จึงนำไปทดสอบเพื่อหาสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

ส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจ	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทาง จัดจำหน่าย	ส่งเสริม การตลาด	ความมั่นคง ปลอดภัย	การยอมรับจาก สังคม
ผลิตภัณฑ์	1					
ราคา	.276**	1				
ช่องทางจัดจำหน่าย	.321**	.315**	1			
ส่งเสริมการตลาด	.043**	.095**	.303**	1		
ความมั่นคงปลอดภัย	.221**	.303**	.494**	.136**	1	
การยอมรับจากสังคม	.706**	.501**	.393**	.074**	.604**	1

หมายเหตุ. * $r < 0.05$, ** $r < 0.01$

งานวิจัยฉบับนี้ใช้การวิเคราะห์จากค่า Tolerance และ ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรอิสระ โดยกำหนดไว้ว่าค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องมีค่าที่ไม่เข้าใกล้เกิน 10 (ยูทธ โกยวรรณ, 2561) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าตั้งแต่ 0.242 - 0.904 ซึ่งมากกว่า 0.10 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.106 - 4.126 ซึ่งมีค่าไม่เข้าใกล้ 10 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ด้านความต้องการการยอมรับจากสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านส่งเสริมการตลาดนั้นไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ($\beta = 0.607$) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ถ้าปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.607 หน่วย รองลงมา คือ ด้านความต้องการการยอมรับจากสังคม ($\beta = 0.153$) แสดงให้เห็นว่าถ้าปัจจัยด้านความต้องการการยอมรับจากสังคมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.153 หน่วย ด้านราคา ($\beta = 0.142$) แสดงให้เห็นว่าถ้าปัจจัยด้านราคาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.142 หน่วย ด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ($\beta = 0.112$) แสดงให้เห็นว่าถ้าปัจจัยด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.112 หน่วย ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.028$) แสดงให้เห็นว่าถ้าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.028 หน่วย ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทาง การตลาดและแรงจูงใจ	การตัดสินใจซื้อสินค้าอาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร						
	B	S.E.	β	t	Sig	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.226	0.702		3.110	0.0002		
ผลิตภัณฑ์	0.047	0.184	0.028	3.907	0.000**	0.400	2.498
ราคา	0.034	0.119	0.142	3.538	0.000**	0.707	1.415
ช่องทางจัดจำหน่าย	0.044	0.631	0.607	14.279	0.000**	0.629	1.591
การส่งเสริมการตลาด	0.041	0.023	0.020	0.563	0.547	0.904	1.106
ความต้องการ ความมั่นคงปลอดภัย	0.060	0.060	0.112	2.240	0.026*	0.454	2.204
ความต้องการ การยอมรับจากสังคม	0.178	0.178	0.153	2.243	0.025*	0.242	4.126

$R^2 = 0.547$, $F = 81.361$, $*p < 0.05$, $**p < 0.01$

จากตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ($R^2 = 0.547$) อยู่ในระดับสูงแสดงให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านแรงจูงใจ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ด้านความต้องการการยอมรับจากสังคม สามารถพยากรณ์ความผันแปรของผลการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 54.70 ที่เหลืออีกร้อยละ 45.30 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคแตกต่างกัน อาจเนื่องจากอาหารคีโตเจนิคเป็นอาหารที่ช่วยในการดูแลสุขภาพให้แข็งแรงรวมถึงช่วยในการรักษาสัดส่วนของร่างกายของแต่ละบุคคล ซึ่งมีปัจจัยของร่างกายที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้จึงมีความต้องการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เปมิกา สิทธิพิทุธากุล (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คีโตเจนิคของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คีโตเจนิคของ กลุ่มผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพร่างกายมากขึ้น รวมถึงจากกระแสการดูแลสุขภาพต่าง ๆ จึงทำให้ทั้งเพศหญิง และเพศชาย มีความสนใจในเรื่องการ

ดูแลสุขภาพในการเลือกรับประทานอาหารที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิดา อรุณศิริวัฒน์ และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องเพื่อสุขภาพสำหรับกลุ่ม Millennial ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องเพื่อสุขภาพสำหรับกลุ่ม Millennial ในพื้นที่กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) จากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากอาหารคีโตเจนิคเป็นอาหารที่มีการกำหนดปริมาณสัดส่วนในการรับประทานคุณค่าที่ครบถ้วนตามโภชนาการตามหลักคีโตเจนิค เพราะเป็นวิธีการรับประทานตามสัดส่วนไขมัน โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ที่แตกต่างจากการรับประทานอาหารตามวิธีการอื่น อีกทั้งด้านคุณภาพอาหาร บรรจุภัณฑ์ที่ระบุรายละเอียดโภชนาการบนฉลากชัดเจนจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาณิสรา เญยบัว และ นลินี เหมาะะประสิทธิ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรพันธ์ ใจเจตน์สุข และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหารประเภทขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหารประเภทขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ด้านราคา (Prices) จากการศึกษาพบว่า ด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากอาหารคีโตเจนิคเป็นอาหารที่มีราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่นเพราะเน้นสัดส่วนโปรตีน และไขมันประเภทดีเป็นหลักทำให้ผู้ผลิตต้องใช้วัตถุดิบคุณภาพดีราคาสูง จึงทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจในด้านคุณภาพอาหารและปริมาณ โดยเปรียบเทียบกับราคาของอาหารว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ มีความหลากหลายของอาหารและเมนูมากเพียงใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาทีณี พรหมทอง และ อชิรวิทย์ โชคโคคอนพงษ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรพันธ์ ใจเจตน์สุข และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหารประเภทขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหารประเภทขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01*

3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Places) จากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าการเข้าถึงสินค้าได้ง่ายสามารถสอบถามข้อมูลสินค้าได้หลายช่องทาง มีการจำหน่ายในหลายช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการมีบริการจัดส่งสินค้า จึงเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มโอกาสตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิดา อรุณศิริวัฒน์ และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องเพื่อสุขภาพสำหรับกลุ่ม Millennial ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า

ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องเพื่อสุขภาพสำหรับกลุ่ม Millennial ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรพันธ์ ใจเจนต์สุข และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหารประเภทขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหารประเภทขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 2 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การรับประทานอาหารตามหลักคีโตเจนิคสามารถช่วยทำให้ผู้บริโภคมีร่างกายที่แข็งแรงสุขภาพดีรูปร่างได้สัดส่วน โดยสามารถทานติดต่อกันได้เป็นระยะเวลานานโดยไม่ส่งผลเสียต่อร่างกาย อีกทั้งยังสามารถช่วยลดอาการเจ็บป่วยจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ซึ่งมีผลจากการรับประทานอาหารเป็นหลักจึงทำให้สิ่งที่ทำให้อาหารคีโตเจนิคเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนารณ กรวยสวัสดิ์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยภายในด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ด้านความต้องการการยอมรับจากสังคม จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความต้องการการยอมรับจากสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จากกระแสการดูแลสุขภาพในปัจจุบันการมีรูปร่างสัดส่วนที่ดีทำให้เกิดการยอมรับพูดถึงของคนในสังคมดังเห็นได้จากโฆษณาต่าง ๆ ที่เลือกใช้ฟรีเซนต์อร์ที่รูปร่างดีสุขภาพแข็งแรง ดังนั้นอาหารที่ช่วยส่งผลให้สุขภาพดี ทานแล้วมีผลต่อการลดสัดส่วนของรูปร่างจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนารณ กรวยสวัสดิ์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยภายนอกด้านการยอมรับจากสังคม มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิค ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 40,000 - 49,999 บาท จึงสามารถนำเป็นข้อมูลส่วนนี้ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีระดับฐานเงินเดือนค่อนข้างสูงการตั้งกลยุทธ์การขายควรเน้นในด้านบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามดูดี มีรายละเอียดครบถ้วน ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มผู้บริโภคนี้ให้ความสนใจ มีช่องทางการขายที่สะดวกทำเลที่ตั้งบริเวณสำนักงานออฟฟิศหรือห้างสรรพสินค้า เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด

2. จากผลการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากมีสินค้าคีโตเจนิคที่หลากหลาย การสร้างความแตกต่างด้วยบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างจากที่มีในตลาดจะช่วยเพิ่มการจดจำให้กับลูกค้า รวมถึงการมีเมนูที่หลากหลายให้เลือกสรรรสชาติอร่อยจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับอาหาร กลยุทธ์ด้านราคา เพื่อสร้างความรู้สึกว่าคุณค่าสินค้าราคาไม่สูงอาจใช้กลยุทธ์การตั้งราคาดึงดูดด้วยเลข 9 รวมถึงมีการบอกคุณประโยชน์ของอาหารคีโตเจนิคในบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความรู้สึกว่าคุณค่าสินค้าให้ความคุ้มค่าแก่ผู้บริโภค และกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การมีสินค้าวางจำหน่ายในร้านสุขภาพเนื่องจากเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในลำดับต้น ๆ การมีช่องทางให้ความรู้ด้านสุขภาพของตนเอง การมีจำหน่ายสินค้าครอบคลุมทั้งด้านออนไลน์ และออฟไลน์ การมีบริการจัดส่งแบบ Delivery จะสามารถเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น รวมถึงมีการออก Event Roadshow ทางด้านอาหารต่าง ๆ เพื่อทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและมีโอกาสทดลองชิมมากขึ้น

3. จากผลการวิจัย ปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย และความต้องการการยอมรับจากสังคม เมื่อผู้บริโภคมีความเข้าใจแล้วว่าอาหารคีโตเจนิคมีความปลอดภัย มีส่วนช่วยให้ร่างกายสุขภาพแข็งแรงแล้ว ก็ควรสร้างกลยุทธ์ให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจมากขึ้นโดยผ่านการสื่อสารการตลาด เช่น การโฆษณาสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook), กลุ่มชุมชนออนไลน์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ามากขึ้น และสามารถจัดกิจกรรมการรีวิวสินค้าหรือผลลัพธ์เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างร้านค้ากับลูกค้า ซึ่งลูกค้าที่มีความรู้สึกที่ดีกับร่างกายของตนเองจะพร้อมที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเป็นแรงจูงใจทางด้านสังคมอีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย เช่น ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าตราสินค้า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพ เป็นต้น
2. สามารถทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากับผู้บริโภคโดยตรง ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงและมีความละเอียดมากขึ้น
3. สามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมจังหวัดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กรุงเทพมหานครได้
4. จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยสามารถพัฒนาเป็นโมเดลทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคีโตเจนิคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นโมเดลในการพัฒนางานวิจัยในครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *ธุรกิจร้านอาหาร*. https://www.dbd.go.th/download/document__file/Statistic/2562/T26/T26__201902.pdf
- กระทรวงสาธารณสุข, สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์. (2560). *สรุปไทยแลนด์ 4.0 ด้านสาธารณสุข*. https://ict.moph.go.th/upload__file/files/f458b9e53681c00be9b974f6f22e8f76.pdf
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2561). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรรยา วังนิยม, นรภัทร สถานสถิต, และ สุภาพร ลอยวัฒนากุล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ (Clean Food) ของประชากรในเขตเทศบาลเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(2), 59-68.
- จักรพันธ์ ใจเจตน์สุข, สายพิน ปันทอง, และ วิรัตน์ เตชะนิรติศัย. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร ประเภทการขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(5), 81-92. https://ms.udru.ac.th/msjournals/assets/journals__details/20211108135429.pdf
- จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2558). เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 12(58), 13-24. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/SNGSJ/article/view/59056/48652>
- ณัฐวัฒน์ คนารักสมบัติ. (2558). *หลักการสื่อสารการตลาด*. ทเวลล์พริ้นต์.
- ทิพวรรณ ศิริเกียรติทอง. (2562). *อาหารคีโตกับการลดน้ำหนัก*. ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องทางเภสัชศาสตร์ สภาเภสัชกรรม. https://ccpe.pharmacycouncil.org/index.php?option=article__datail&subpage=article__detail&id=634.
- นิธิดา อรุณศิริวัฒน์, รัชตะวัน ป้องกก, รินรดา รัตนดิถกวิทย์, วราดิณี อรุณศิริวัฒน์, ทาริกา สระทองคำ, และ ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องเพื่อสุขภาพ สำหรับกลุ่ม Millennial ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(2), 33-43. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/saujournalssh/article/view/240643/163879>
- ปาณิสรา ฉะบับ, และ นลินี เหมาะประสิทธิ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 13(1), 131-142.
- เปมิกา สิทธิพุทธานกุล (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คีโตเจนิคของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคีโตเจนิคในประเทศไทย [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2561). *หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนภรณ์ กรวยสวัสดิ์. (2559). *ปัจจัยแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในจังหวัดนครราชสีมา [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]*. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2005/1/rattanaporn.krua.pdf>

- ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข, และ หทัยภัทร รัตนพรหมงคล. (2562). การผลิตสื่อด้านสุขภาพในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ เพื่อสร้างความเข้าใจในระบบเผาผลาญของร่างกายก่อนการลดน้ำหนักและการลดน้ำหนักแบบโลว์คาร์บไฮเพตหรือ คีโตเจนิคไดเอท. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 18(24), 181-187.
- วาทีณี พรหมทอง, และ อชิรวิทย์ โชคโคคอนพงษ์. (2563). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ในอำเภอเมือง จังหวัดตาก. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(2), 47-59.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, และ อรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่: Marketing management*. ธรรมสาร.
- สวนดุสิตโพล. (2563, 21 ธันวาคม). *การดูแลสุขภาพของคนไทยปี 2020*. RYT9. <http://www.ryt9.com/s/Sdp/3185035>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2564). *กลุ่มโรค NCDs*. <https://www.thaihealth.or.th/microsite/categories/5/ncds/2/173/176-กลุ่มโรค+NCDs.html>
- สุชาติ ไตรภพสกุล. (2564). *หลักการตลาดเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุดาพร กุณฑลบุตร. (2558). *หลักการตลาดสมัยใหม่: Modern principle of marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 6). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรรรยา พันธุลาภ. (2562). *ทัศนคติและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคีโตเจนิค* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. <http://www.ba-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/387.ru>
- อุรวดี จันท์แจ่มแสง. (2563). *อาหารคีโตเจนิค (Ketogenic diet)*. <https://thaicam.go.th/wp-content/uploads/2020/05/อาหารคีโตเจนิค-Ketogenic-Diet.pdf>.
- ThaiHealth Official. (2563, 4 ธันวาคม). *อาหารดูแลสุขภาพ เทรนด์นิวนอร์มัล*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. <https://www.thaihealth.or.th/?p=234402>
- Cochran, W. G. (1997). *Sampling technique* (3rd ed.). John Wiley and Sons.

ปัจจัยในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ ของผู้โดยสารชาวไทยในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19

FACTORS IN THE RESUMPTION OF AIR TRAVEL SERVICES FOR THAI PASSENGERS DURING THE COVID-19 CRISIS

Received: 25 July, 2022

Revised: 7 October, 2022

Accepted: 18 October, 2022

ณัฐพงศ์ ประกอบการดี*

Nutthapong Prakobkandee*

วารangkานา ไกรเพ็ชร**

Warangkana Kraipetch**

รัชดา รื่นรวย***

Ratchada Ruenruoy***

*ครูวิชาภาคพื้น กองวิชาบริหารการบิน สถาบันการบินพลเรือน

*Ground Instructor, Aviation Management Division, Civil Aviation Training Center

*Email: nutthapong.catc@gmail.com

**ครูวิชาภาคพื้น กองวิชาบริหารการบิน สถาบันการบินพลเรือน

**Ground Instructor, Aviation Management Division, Civil Aviation Training Center

**Email: warangkana.catc@gmail.com

***ผู้ประพันธ์บรรณกิจ คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

***Corresponding Author, School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University

***Email: ratchada.r@bu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ และประเมินความสัมพันธ์ของปัจจัยเหล่านั้นในการทำนายแนวโน้มของการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19 ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารชาวไทยจำนวน 322 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา และใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19 ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทย ประกอบด้วย ความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิด-19 ของภาครัฐต่อสายการบิน ความคุ้มค่าจากการเดินทาง ความพึงพอใจในเทคโนโลยี และปัจจัยด้านการกำกับดูแลตนเอง ประกอบด้วย ความสามารถในการดูแลตนเอง และความถี่ในการเดินทาง

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเดินทาง วิกฤตการณ์โควิด-19 การกลับมาใช้บริการทางอากาศ นักเดินทางชาวไทย

Abstract

The purposes of the study were to examine factors from the changes of travel behavior that influence the resumption of air travel services and assess the relationship of those factors in predicting the trend of air travel resumptions during the COVID-19 crisis. The study used an online questionnaire as an instrument to collect data from 322 Thai passengers. The sample was selected using quota sampling and used hierarchical multiple regression for analyzing and interpreting data. The findings showed that the factors affecting the resumption of air travel services during the COVID-19 included the factors of passenger perceptions which consisted of the trust in government's measures of COVID-19 protections toward airlines, perceive value of air travel, and satisfaction in technology. For the factors of self-supervision, it consisted of self-care ability and air travel frequency.

Keywords: Travel Behavior, COVID-19 Crisis, Air Travel Resumption, Thai Passenger

บทนำ

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563 ก่อให้เกิดการจำกัดการเดินทาง เป็นผลให้สายการบินจำนวนมากประกาศยกเลิกเที่ยวบิน และก่อให้เกิดการชะลอตัวของการเดินทางทางอากาศ (International Civil Aviation Organization, [ICAO], 2021a; Sobieralski, 2020; United Nations World Tourism Organization, 2020) องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ หรือ ICAO (2020) ชี้ให้เห็นว่าปริมาณการเดินทางทางอากาศทั่วโลกต่ปีลดลง 59-62% โดยเฉพาะประเทศท่องเที่ยว เช่น อังกฤษ จีน สิงคโปร์ และประเทศไทย อีกทั้งการแพร่ระบาดดังกล่าวยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมุมมองของพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสาร (Cahyanto et al., 2016; Kim et al., 2017) กล่าวคือทัศนคติของผู้โดยสารต่อการใช้บริการเดินทางทางอากาศมีการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากกฎระเบียบและข้อปฏิบัติในการเดินทางทางอากาศ เช่น การจำกัดการรวมกลุ่มในขณะจัดเก็บสัมภาระเหนือศีรษะ การสวมหน้ากากอนามัยตลอดเที่ยวบิน การเข้าแถวรอใช้ห้องน้ำในห้องโดยสาร การณรงค์ให้ใช้เครื่องตรวจบัตรโดยสารอัตโนมัติ เพื่อลดระยะห่างทางสังคม เป็นต้น รวมถึงเงื่อนไขที่เป็นข้อปฏิบัติของแต่ละประเทศอันเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางของผู้โดยสาร (Song & Choi, 2020) สิ่งเหล่านี้เป็นอุปสรรคที่ทำให้ผู้โดยสารรับรู้ได้ถึงความยุ่งยากในการเดินทางทางอากาศ ดังนั้น พฤติกรรมการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศ อันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติม เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนในการให้บริการเดินทางทางอากาศ และก่อให้เกิดการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมการบินต่อไป

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพราะจากปัญหาโรคระบาดส่งผลให้การเดินทางทางอากาศในประเทศไทยมีปริมาณลดลง ซึ่งหากปล่อยให้ความต้องการในการเดินทางทางอากาศลดลง อันเนื่องมาจากการขาดความเชื่อใจในมาตรการบริหารจัดการทั้งของภาครัฐและเอกชน การขาดการรับรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเดินทางทางอากาศ อาจส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่ทำให้เศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียนมีการเติบโตแบบชะลอตัวได้ ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19 (2563 - 2565) จึงเป็นสิ่งจำเป็น

งานวิจัยจำนวนมากมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้โดยสารตามความเป็นพลวัตของการท่องเที่ยว (International Air Transport Association [IATA], 2020; Shamshiripour et al., 2020) และพบว่า ผู้โดยสารจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากสิ่งที่ผู้โดยสารได้รับรู้ทั้งด้านความเสี่ยง เช่น การฉีดวัคซีน ความคุ้มค่าในการเดินทาง เช่น การกักตัวยังสถานี่ปลายทาง ความเชื่อใจในการให้บริการของสายการบิน มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของแต่ละประเทศ และประสบการณ์ในการเดินทางของผู้โดยสาร (Polat et al., 2020; Song & Choi, 2020) อย่างไรก็ตามการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการทางอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางอากาศมีอยู่อย่างจำกัด ด้วยเหตุนี้การศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเติมเต็มข้อจำกัดจากการดำเนินงานวิจัยในครั้งก่อน และมุ่งเน้นให้เกิดการขยายผลการวิจัยโดยอาศัยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1991) และทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Bandura, 1977) เป็นพื้นฐานในการอธิบายถึงปรากฏการณ์ หรือพฤติกรรมการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้โดยสาร อันจะนำไปสู่การพยากรณ์แนวโน้มของการกลับมาใช้บริการทางอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ และเห็นผลเป็นองค์รวมมากขึ้นจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะเน้นประโยชน์ต่อการวางแผนการดำเนินธุรกิจการบินในเชิงรุก เพื่อสร้างความยั่งยืนและความยืดหยุ่นในการบริหาร

จัดการ เนื่องจากปัจจัยที่ถูกค้นพบว่ามีอิทธิพลส่งต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการทางอากาศ สามารถนำมาจัดลำดับความสำคัญในการวางแผนเพื่อเร่งพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ จนสามารถกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19
2. เพื่อพยากรณ์แนวโน้มการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศจากอิทธิพลปัจจัยที่เกี่ยวข้องในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สถานการณ์การเดินทางทางอากาศ

อุตสาหกรรมการบินเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโลก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าตลาดสูง และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 5 ต่อปีในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การเติบโตของชนชั้นกลาง และการผ่อนคลายกฎระเบียบข้อกำหนดต่าง ๆ ด้านการขนส่งทางอากาศ แต่อัตราการเติบโตดังกล่าวกลับมีแนวโน้มลดลงทั่วโลกเมื่อมีการระบาดของโรคโควิด-19 (Dube et al., 2021; ICAO, 2021b) ซึ่งเมื่อวิเคราะห์สถานการณ์ตามแต่ละภูมิภาคพบว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้รับผลกระทบมากที่สุด (IATA, 2020)

สำหรับประเทศไทยภาพรวมการขนส่งทางอากาศเมื่อเผชิญกับวิกฤตการณ์โควิด-19 พบว่าผู้โดยสารทั่วประเทศมีปริมาณการเดินทางทางอากาศลดลงมากที่สุดในรอบสิบปี โดยลดลงมากถึงร้อยละ 64.7 เมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ปกติในปี 2562 และเมื่อพิจารณาสัดส่วนจำนวนผู้โดยสารภายในประเทศและระหว่างประเทศพบว่า สัดส่วนผู้โดยสารที่เดินทางภายในประเทศกลับมีเพิ่มขึ้นร้อยละ 72.1 ในขณะที่ผู้โดยสารระหว่างประเทศมีจำนวนลดลงเหลือเพียงร้อยละ 27.9 (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2564) แม้ว่าการเดินทางทางอากาศจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในช่วงปลายปี 2564 เนื่องจากการประกาศเปิดประเทศและการผ่อนปรนมาตรการการเดินทางเข้าออกประเทศ แต่ความต้องการในการเดินทางทางอากาศนั้นกลับมีไม่มากเท่าที่ควร เนื่องจากผลกระทบที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่จะใช้ระยะเวลามากกว่า 1-2 ปีในการฟื้นตัวและสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทาง (IATA, 2020) ดังนั้น การเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยจึงยังคงมีลักษณะการเติบโตแบบชะลอตัว

รูปแบบและพฤติกรรมการเดินทางทางอากาศ

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) และบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (2563) รายงานว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้ความต้องการในการเดินทางทางอากาศลดลงในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้แก่ การลดลงของรายได้ภาคครัวเรือน มาตรการจำกัดการเดินทางของประเทศ และความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการเดินทางของผู้โดยสาร นอกจากนี้แต่ละประเทศมีมาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่น การกักตัวผู้โดยสารที่มีความเสี่ยงสูงให้กักตัว การจำกัดจำนวนที่นั่งให้บริการบนอากาศยาน และการตรวจคัดกรองผู้โดยสารก่อนการขึ้นลงอากาศยาน ส่งผลให้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป เช่น นักท่องเที่ยว

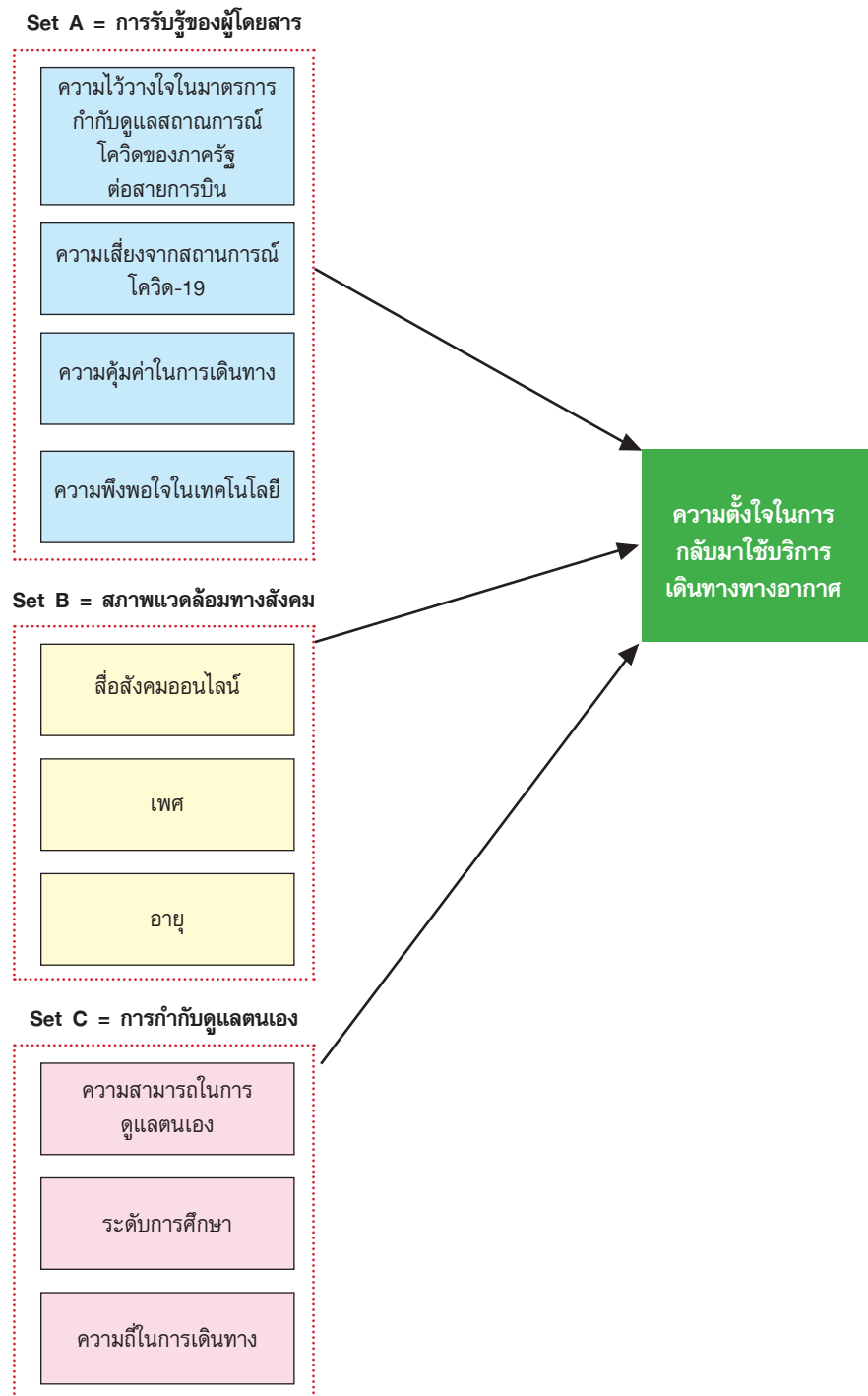
นิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก เลือกเดินทางแบบระยะใกล้ และเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดเล็ก หรือเลือกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมากขึ้นตามมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม (De Vos, 2020) สำหรับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวพบว่า ผู้โดยสารบางรายค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยว บางรายใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการเดินทาง บ้างมีการประเมินความเสี่ยงก่อนการเดินทางและพิจารณาถึงความคุ้มค่าก่อนการเดินทาง เป็นต้น (Kim et al., 2017) ซึ่งพฤติกรรมการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไปสะท้อนให้เห็นว่าผู้โดยสารยังคงมีความกังวลและลังเลในการตัดสินใจเลือกเดินทางทางอากาศ ดังนั้น การศึกษาถึงความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศจากอิทธิพลปัจจัยที่เกี่ยวข้องอาจช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการบินเกิดการพัฒนาและฟื้นตัวได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ

จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) ซึ่งเห็นว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เกิดขึ้นจากปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความเชื่อของบุคคลที่สามารถควบคุมพฤติกรรมให้แสดงออกได้อย่างที่ตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการควบคุมการกระทำให้อยู่ภายใต้ขอบเขตของระดับความเสี่ยงที่แต่ละบุคคลสามารถยอมรับได้ (Conner & Armitage, 1999) ดังนั้น หากนำทฤษฎีมาอธิบายให้เห็นถึงความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศจึงพบว่า ทัศนคติที่มีต่อการเดินทางทางอากาศ ทั้งในแง่ของความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ความเชื่อใจในกระบวนการเดินทางทางอากาศที่จะไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยง และการรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการเดินทางทางอากาศ เป็นตัวแปรที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเดินทางทางอากาศได้ (Amaro & Duarte, 2013; Sohn et al., 2016) นอกจากนี้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง (Han et al., 2011; Venkatesh & Davis, 2000) หรือสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ข้อมูลข่าวสารที่ถูกนำเสนอผ่านโทรทัศน์ วิทยุ หรืออินเทอร์เน็ต เป็นต้น (Lin & Bautista, 2016; Lowrey, 2004) อีกทั้งการตัดสินใจกระทำหรือแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งยังขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลในการควบคุมพฤติกรรม (Negara et al., 2021) ดังนั้น หากผู้โดยสารมีความคุ้นเคยกับการเดินทางทางอากาศ และเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถป้องกันอันตรายจากโรคโควิด-19 ได้ บุคคลนั้นอาจมีแนวโน้มตัดสินใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางทางอากาศ ประกอบด้วย ความพึงพอใจ (Saha & Theingi, 2009) ความเชื่อใจในกระบวนการให้บริการ (Escobar-Rodriguez & Carvajal-Trujillo, 2014; Huang, 2010) ความเสี่ยงในการเดินทางช่วงโควิด-19 (Mohammed et al., 2021; Peric et al., 2021) การรับรู้ถึงความคุ้มค่า (Park et al., 2006) อิทธิพลของสังคม (Han et al., 2011; Lien et al., 2019) และความสามารถในการดูแลตนเอง (Polat et al., 2020; Song & Choi, 2020) เมื่อพิจารณาปัจจัยเหล่านั้นควบคู่กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในประเด็นการคมนาคมขนส่ง เพื่ออธิบายให้เห็นถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคล (Chaney et al., 2013; Chen & Wu, 2016; Schniederjans & Starkey, 2014) พบว่า ปัจจัยเหล่านั้นสามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มตามปัจจัยในทฤษฎีได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งรวมถึงผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศเพื่อการท่องเที่ยวและการดำเนินธุรกิจ และเป็นบุคคลที่เคยใช้บริการเดินทางทางอากาศทั้งภายในประเทศและ/หรือระหว่างประเทศตั้งแต่ปี 2563 ด้วยสายการบินประจำชาติ สายการบินต่างชาติ และ/หรือสายการบินราคาประหยัดที่เข้ามาให้บริการในประเทศไทย คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์จำนวน 14 ตัวแปร โดยใช้โปรแกรม G*Power ได้กลุ่มตัวอย่างขนาด 151 คน แต่เนื่องจาก Kline (2005) แนะนำว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดประมาณ 5-10 เท่าของจำนวนตัวแปรอิสระเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมสำหรับการดำเนินงานวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิจัยจึงควรมีขนาด $20 \times 14 = 280$ คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาเพื่อกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างอย่างละเท่า ๆ กัน โดยอาศัยพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยเป็นเกณฑ์ในการแบ่งสัดส่วน ได้ภูมิภาคละ 50 คน จาก 6 ภูมิภาคในประเทศไทย และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกดำเนินการสุ่มตัวอย่างต่อ เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

แบบสอบถามที่ถูกเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางออนไลน์ เป็นแบบสอบถามที่เกิดจากการนำเครื่องมือมาตรฐาน ซึ่งได้รับการตรวจสอบคุณภาพมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทที่ต้องการศึกษา และดำเนินการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาและวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมทั้งฉบับเท่ากับ .95 ซึ่งมากกว่าคุณภาพเกณฑ์พื้นฐานขั้นต่ำ .50 (Cohen, 1997) แบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วยชุดคำถาม 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ใช้เพื่อการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง (2 ข้อ) ส่วนที่ใช้สอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ความถี่ในการเดินทาง และระดับการศึกษา ซึ่งเป็นตัวแปรแบบแบ่งประเภท และอายุ ซึ่งเป็นตัวแปรแบบต่อเนื่อง โดยมีลักษณะของชุดคำถามเป็นแบบเติมคำตอบและแบบเลือกตอบ (5 ข้อ) ส่วนที่ใช้ศึกษาด้านการรับรู้ของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศ (14 ข้อ) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .89 ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม (11 ข้อ) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .93 ด้านการกำกับดูแลตนเอง (6 ข้อ) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .79 และส่วนที่ใช้ศึกษาความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารชาวไทย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .86 โดยชุดคำถามในสามส่วนสุดท้ายมีลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5 คะแนน) เห็นด้วย (4 คะแนน) เห็นด้วยปานกลาง (3 คะแนน) ไม่เห็นด้วย (2 คะแนน) และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1 คะแนน) ใช้เกณฑ์การแปรผล 5 ระดับ คือ 4.51 - 5.00 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง 3.51 - 4.50 หมายถึงเห็นด้วย 2.51 - 3.50 หมายถึงเห็นด้วยปานกลาง 1.51 - 2.50 หมายถึงไม่เห็นด้วย และ 1.00 - 1.50 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน และปรับปรุงแก้ไขก่อนดำเนินการเก็บจริง จากนั้นนำส่งลิงค์แบบสอบถามไปตามสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 เดือน (กุมภาพันธ์ - เมษายน 2565) ได้รับข้อมูลตอบกลับจำนวน 398 คน และพบว่ามิให้ผู้ให้ข้อมูลที่อายุน้อยกว่า 18 ปี และเป็นบุคคลซึ่งไม่เคยเดินทางภายในประเทศและ/หรือระหว่างประเทศตั้งแต่ปี 2563 รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 76 คน (19.09%) ดังนั้น ข้อมูลที่นำมาใช้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19 (2563 - 2565) จึงมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 322 คน (80.9%)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การคำนวณค่าแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลางและค่าความแปรปรวน พร้อมทั้งวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบซ้อน (Hierarchical Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยเป้าหมาย และคาดการณ์หรือประเมินความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารชาวไทยจากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาข้อมูลสูญหาย ค่าผิดปกติ สภาวะร่วมเส้นพหุคูณ และตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการถดถอย โดยพิจารณาจากกราฟฮิสโตแกรมและ Q-Q plot พบว่าค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF มีค่าไม่เกิน 2 ดังนั้น ตัวแปรอิสระทุกตัวจึงมีความเป็นอิสระต่อกัน แต่เมื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเพิ่มเติมด้วยการใช้ Partial Regression Leverage Plot กลับพบว่า มีตัวแปรอิสระ 7 ตัวที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ดังนั้นตัวแปร X_2 = ความเสี่ยงจากการเดินทาง X_5 = สื่อสังคมออนไลน์ X_6 = อายุ X_7 = เพศ X_{9a} และ X_{9c} = ความถี่ในการเดินทาง ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความถี่ในการเดินทาง 6-10 เที่ยวบิน/ปี และความถี่ในการเดินทางมากกว่า 15 เที่ยวบิน/ปี กับความถี่ในการเดินทาง 1-5 เที่ยวบิน/ปี และ X_{10c} = ระดับการศึกษา ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอกกับผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จึงไม่ถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบซ้อน

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการเดินทางทางอากาศภายในประเทศและ/หรือระหว่างประเทศตั้งแต่ปี 2563 จำนวน 322 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 156 คน (48.45%) และเป็นเพศชาย 166 คน (51.55%) มีค่าเฉลี่ยรวมด้านอายุอยู่ที่ $M = 33.50$ ($SD = 9.36$) ซึ่งเพศหญิงโดยเฉลี่ยมีอายุน้อยกว่าเพศชายประมาณ 2 ปี ($M_M = 32.40$, $M_F = 34.54$) สำหรับระดับการศึกษาพบว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 242 คน (75.16%) ระดับปริญญาโทจำนวน 70 คน (21.74%) ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 6 คน (1.86%) และระดับปริญญาเอกจำนวน 4 คน (1.24%) อีกทั้งผู้โดยสารส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทาง 1-5 เที่ยวบิน/ปี จำนวน 212 คน (65.84%) รองลงมาคือจำนวนของผู้ที่มีความถี่ในการเดินทาง 6-10 เที่ยวบิน/ปี จำนวน 82 คน (25.47%) 11-15 เที่ยวบิน/ปี จำนวน 21 คน (6.52%) และ มากกว่า 15 เที่ยวบิน/ปี จำนวน 7 คน (2.17%) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาแต่ละมิติของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศพบว่า ด้านการรับรู้ของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศในสถานการณ์โควิด-19 มีระดับการรับรู้อยู่ในเกณฑ์ดีเกี่ยวกับความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน ($M = 20.57$, $S.D. = 3.31$) ความเสี่ยงจากสถานการณ์โควิด ($M = 16.45$, $S.D. = 2.9$) ความคุ้มค่าจากการเดินทาง ($M = 12.03$, $S.D. = 2.33$) และความพึงพอใจในเทคโนโลยี ($M = 8.49$, $S.D. = 1.6$) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลของสถิติเชิงพรรณนาสำหรับทุกมิติของตัวแปรระดับการรับรู้ที่มีต่อการเดินทางทางอากาศ

มิติ (จำนวนข้อคำถาม)	ช่วงคะแนน	ค่ากลาง	<i>M</i>	<i>S.D.</i>	Cronbach's α
ความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน (A1-A5)	5-25	15	20.57	3.31	.78
ความเสี่ยงจากสถานการณ์โควิด (A6-A9)	4-20	12	16.45	2.90	.79
ความคุ้มค่าจากการเดินทาง (A10-A12)	3-15	9	12.03	2.33	.77
ความพึงพอใจในเทคโนโลยี (A13-A14)	2-10	6	8.49	1.6	.85
ภาพรวมทุกมิติ (A1-A14)	14-70	42	57.55	8.17	.89

หมายเหตุ. $N = 322$ ค่ากลางคำนวณได้จากการนำค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของช่วงคะแนนมาบวกกันแล้วหารด้วย 2

สำหรับด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์เป็นหนึ่งในปัจจัยเป้าหมายพบว่าผู้โดยสารโดยรวมมีระดับการรับรู้จากสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการใช้บริการเดินทางทางอากาศเป็นอย่างดี (ดังตารางที่ 2) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่า ค่าเฉลี่ยของคำตอบทั้ง 11 ข้อ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย โดยคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากกว่าการประชาสัมพันธ์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อการเดินทางทางอากาศ ($M = 4.14$, $S.D. = 0.84$) ข้อมูลที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีทั้งความคิดเห็นในเชิงบวกและเชิงลบ ($M = 4.13$, $S.D. = 0.79$) ผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศมีความเข้าใจเกี่ยวกับการเดินทางทางอากาศ ($M = 4.11$, $S.D. = 0.80$) และได้รับความรู้ใหม่ ๆ ($M = 4.08$, $S.D. = 0.85$) อีกทั้งข้อมูลที่น่าสนใจบนสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ($M = 4.07$, $S.D. = 0.92$)

ตารางที่ 2 แสดงผลของสถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์

มิติ (จำนวนข้อคำถาม)	ช่วงคะแนน	ค่ากลาง	<i>M</i>	<i>S.D.</i>	Cronbach's α
อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ (B1-B11)	11-55	33	43.97	7.72	.93

หมายเหตุ. $N = 322$ ค่ากลางคำนวณได้จากการนำค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของช่วงคะแนนมาบวกกันแล้วหารด้วย 2

ในส่วนด้านการกำกับดูแลตนเองพบว่า ผู้โดยสารประเมินว่าตนเองสามารถดูแลตัวเองได้เป็นอย่างดีในการใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงโควิด-19 (ตารางที่ 3) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่า ค่าเฉลี่ยของคำตอบ 5 ข้อจาก 6 ข้อ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย โดยผู้ตอบแบบสอบถามประเมินตนเองว่ามีความสามารถในการสวมใส่หน้ากากอนามัย ($M = 4.46$, $S.D. = 0.71$) รองลงมาคือเรื่องการประเมินความเสี่ยงจากการรับประทานอาหารในที่ที่มีกลุ่มคนอยู่เป็นจำนวนมาก ($M = 4.34$, $S.D. = 0.76$) การเตรียมตัวก่อนการเดินทางโดยศึกษาเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไป ($M = 4.28$, $S.D. = 0.73$) หมั่นคอยสังเกตอาการผู้โดยสารที่ร่วมเดินทาง ($M = 4.26$, $S.D. = 0.77$) และดูแลสุขอนามัยในเรื่องการล้างมือให้บ่อยครั้งหากต้องมีการเดินทางทางอากาศ ($M = 4.23$, $S.D. = 0.73$) ในขณะที่ประเด็นเรื่องการรักษาระยะห่างทางสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินตนเองว่ามีความสามารถอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างดี ($M = 3.43$, $S.D. = 1.17$)

ตารางที่ 3 สถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับการกำกับดูแลตนเองของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงโควิด-19

มิติ (จำนวนข้อคำถาม)	ช่วงคะแนน	ค่ากลาง	M	$S.D.$	Cronbach's α
ความสามารถในการกำกับดูแลตนเอง (C1-C6)	6-30	18	25.02	3.47	.79

หมายเหตุ. $N = 322$ ค่ากลางคำนวณได้จากการนำค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของช่วงคะแนนมาบวกกันแล้วหารด้วย 2

สำหรับความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงโควิด-19 พบว่าผู้โดยสารโดยรวมมีความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศอยู่ในระดับดี (ดังตารางที่ 4) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่า ค่าเฉลี่ยของคำตอบ 4 ข้อจาก 6 ข้อ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเห็นด้วยว่า การเดินทางทางอากาศเป็นการเดินทางที่รวดเร็ว ($M = 4.45$, $S.D. = 0.76$) และผู้โดยสารจะกลับมาเดินทาง หากการเดินทางทางอากาศมีขั้นตอนก่อนขึ้นเครื่องและหลังลงเครื่องยุ่งยากน้อยกว่าช่วงการระบาดของโควิด-19 ($M = 4.36$, $S.D. = 0.79$) อีกทั้งสนามบินต้นทางและปลายทางตลอดจนสายการบินมีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ดี ($M = 4.36$, $S.D. = 0.77$) อย่างไรก็ตามการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพราะประทับใจในการให้บริการ กลับมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในข้อคำถามอื่น ($M = 4.03$, $S.D. = 0.81$)

ตารางที่ 4 แสดงผลของสถิติเชิงพรรณนาเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศในช่วงโควิด-19

มิติ (จำนวนข้อคำถาม)	ช่วงคะแนน	ค่ากลาง	<i>M</i>	<i>S.D.</i>	Cronbach's α
ความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ (D1-D6)	6-30	18	25.63	3.63	.86

หมายเหตุ. $N = 322$ ค่ากลางคำนวณได้จากการนำค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของช่วงคะแนนมาบวกกันแล้วหารด้วย 2

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน

เนื่องจากตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มปัจจัย (A-B-C) ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) แต่เพราะมีตัวแปรในกลุ่ม B ไม่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้เนื่องจากไม่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น ส่งผลให้กลุ่มปัจจัยที่สามารถศึกษาได้มีเพียง 2 กลุ่มปัจจัย ได้แก่ กลุ่ม A = การรับรู้ของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศ ประกอบด้วย X_1 = ความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน, X_2 = ความเสี่ยงจากการเดินทาง, X_3 = ความคุ้มค่าในการเดินทาง และ X_4 = ความพึงพอใจในเทคโนโลยี และ กลุ่ม C = การกำกับดูแลตนเอง ประกอบด้วย X_5 = ความสามารถในการดูแลตนเอง, X_{9b} = ความถี่ในการเดินทาง (11-15 เที่ยวบิน/ปี vs 1-5 เที่ยวบิน/ปี), X_{10a} = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี vs ต่ำกว่าปริญญาตรี) และ X_{10b} = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี vs ปริญญาโท) และเนื่องจากปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการควบคุมพฤติกรรมในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เป็นปัจจัยที่มีขนาดของอิทธิพลส่งผลตามลำดับต่อพฤติกรรมความตั้งใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบซ้อนที่มีการเพิ่มตัวแปรอิสระเข้าไปอธิบายตัวแปรตามทีละกลุ่มในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน “ปัจจัยในแต่ละเซตตัวแปรด้านการรับรู้ ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม และด้านการกำกับดูแลตนเองมีอิทธิพลส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการการเดินทางทางอากาศ” (ดังตารางที่ 5) ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีตัวแปร 3 ตัวแปรในกลุ่ม A และมี 2 ตัวแปรในกลุ่ม C ที่มีนัยสำคัญทางสถิติดังนี้

X_1 = ความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบินมีอิทธิพลและความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ $B_1 = 0.46$, $t(318) = 8.24$, $p < .0001$ กล่าวคือหากผู้โดยสารชาวไทยมีความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบินเพิ่มขึ้น ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

X_3 = ความคุ้มค่าในการเดินทาง จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคุ้มค่าในการเดินทางมีอิทธิพลและความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ $B_2 = 0.31$, $t(318) = 3.64$, $p = .0003$ กล่าวคือ หากผู้โดยสารชาวไทย

มีการรับรู้ถึงความคุ้มค่าจากการเดินทางทางอากาศเพิ่มขึ้น ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

X_4 = ความพึงพอใจในเทคโนโลยี จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความพึงพอใจในเทคโนโลยีมีอิทธิพลและความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ $B_3 = 0.57$, $t(318) = 5.17$, $p < .0001$ กล่าวคือหากผู้โดยสารชาวไทยมีการรับรู้ถึงความพึงพอใจในเทคโนโลยีการให้บริการที่เพิ่มขึ้น ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้น

X_8 = ความสามารถในการดูแลตนเอง จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าความสามารถในการดูแลตนเองมีอิทธิพลและความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ $B_4 = 0.39$, $t(314) = 9.08$, $p < .0001$ กล่าวคือหากผู้โดยสารชาวไทยประเมินว่าตนเองมีความสามารถในการดูแลตัวเองได้เป็นอย่างดีเมื่อต้องเดินทางทางอากาศ ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มของความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้น

X_{9b} = ความถี่ในการเดินทาง 11-15 เทียบวัน/ปี จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า หากจัดการให้ตัวแปรอื่น ๆ เป็นตัวแปรคงที่ที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ จะพบว่าผู้โดยสารที่มีความถี่ในการเดินทางทางอากาศ 11-15 เทียบวัน/ปีโดยเฉลี่ย มีคะแนน 1.03 คะแนนสูงกว่าคะแนนความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารที่มีความถี่ในการเดินทางทางอากาศ 1-5 เทียบวัน/ปี $B_5 = 1.03$, $t(314) = 2.20$, $p = .0285$ ดังนั้นผู้โดยสารชาวไทยที่มีความถี่ในการเดินทางทางอากาศ 11-15 เทียบวัน/ปีจะมีแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศมากกว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีความถี่ในการเดินทางทางอากาศ 1-5 เทียบวัน/ปี

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นเพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ 1

	การรับรู้ของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศ สภาพแวดล้อมทางสังคมและการกำกับดูแลตนเอง	
ปัจจัย	B	95% CI
ค่าคงที่	3.04***	[1.30, 4.78]
X_1 = ความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน	0.28***	[0.18, 0.39]
X_3 = ความคุ้มค่าในการเดินทาง	0.31***	[0.16, 0.46]
X_4 = ความพึงพอใจในเทคโนโลยี	0.35***	[0.15, 0.56]
X_8 = ความสามารถในการดูแลตนเอง	0.39***	[0.31, 0.48]
X_{9b} = ความถี่ในการเดินทาง (11-15 เทียบวัน/ปี vs 1-5 เทียบวัน/ปี)	1.03*	[0.11, 1.96]
X_{10a} = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี vs ต่ำกว่าปริญญาตรี)	-1.48	[-3.16, 0.19]
X_{10b} = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี vs ปริญญาโท)	0.54	[-0.01, 1.09]
ผลการวิจัย		
R^2	.69	
F	100.48***	

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน “เมื่อนำตัวแปรที่แบ่งเป็นเซตเข้าวิเคราะห์ในสมการถดถอยเชิงเส้นแบบซ้อนตามลำดับกลุ่มตัวแปร A-C แต่ละลำดับขั้นของการวิเคราะห์กลุ่มตัวแปร มีอิทธิพลส่งผลต่อค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการเดินทางทางอากาศ” (ดังตารางที่ 6) ซึ่งจากการนำตัวแปรในกลุ่ม A เข้าไปวิเคราะห์ในสมการโดยที่ไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ส่งผลให้การเข้ามามีส่วนร่วมของตัวแปรในกลุ่ม A สามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $R^2 = .59$, $F(3, 318) = 156.22$, $p < .0001$ นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรในกลุ่ม A (X_1 = ความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน X_3 = ความคุ้มค่าในการเดินทาง และ X_4 = ความพึงพอใจในเทคโนโลยี) มีอิทธิพลส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย และเมื่อนำตัวแปรในกลุ่ม C เข้าไปวิเคราะห์ในสมการที่มีตัวแปรของกลุ่ม A อยู่ก่อนหน้า พบว่าโมเดลโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติ $R^2 = .69$, $F(7, 314) = 100.48$, $p < .0001$ ดังนั้นตัวแปรที่อยู่ในกลุ่ม A และ C เมื่อรวมกันแล้วจะสามารถอธิบายอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศได้ 69% นอกจากนี้ยังพบว่าค่าความแปรปรวนเฉพาะของกลุ่ม C มีอิทธิพลส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $sR^2 = .10$, $F(4, 314) = 25.32$, $p < .05$ ซึ่งค่าสถิตินี้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้งสี่ตัวในกลุ่ม C ประกอบด้วย X_8 = ความสามารถในการดูแลตนเอง, X_{9b} = ความถี่ในการเดินทาง (11-15 เที่ยวบิน/ปี vs 1-5 เที่ยวบิน/ปี), X_{10a} = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี vs ต่ำกว่าปริญญาตรี) และ X_{10b} = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี vs ปริญญาโท) เมื่อรวมกันแล้วสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศได้ถึง 10% และจากการเพิ่มตัวแปรในกลุ่ม C เข้าไปในสมการยังพบว่ามีตัวแปร 2 ตัวแปรในกลุ่ม C (X_8 = ความสามารถในการดูแลตนเอง และ X_{9b} = ความถี่ในการเดินทาง 11-15 เที่ยวบิน/ปี) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบซ้อนเพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ 2

ปัจจัย	การรับรู้ของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศ สภาพแวดล้อมทางสังคมและการกำกับดูแลตนเอง		
	Model 1 B^a	Model 2 ^b	
		B	95% CI
ค่าคงที่	7.51 ***	3.04 ***	[1.30, 4.78]
X_1 = ความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน	0.46 ***	0.28 ***	[0.18, 0.39]
X_3 = ความคุ้มค่าในการเดินทาง	0.31 ***	0.31 ***	[0.16, 0.46]
X_4 = ความพึงพอใจในเทคโนโลยี	0.57 ***	0.35 ***	[0.15, 0.56]
X_8 = ความสามารถในการดูแลตนเอง		0.39 ***	[0.31, 0.48]
X_{9b} = ความถี่ในการเดินทาง (11-15 เที่ยวบิน/ปี vs 1-5 เที่ยวบิน/ปี)		1.03 *	[0.11, 1.96]
X_{10a} = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี vs ต่ำกว่าปริญญาตรี)		-1.48	[-3.16, 0.19]
X_{10b} = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี vs ปริญญาโท)		0.54	[-0.01, 1.09]

ปัจจัย	การรับรู้ของผู้ใช้บริการเดินทาง ทางอากาศ สภาพแวดล้อม ทางสังคมและการกำกับดูแลตนเอง		
	Model 1 B^a	Model 2 ^b	
		B	95% CI
ผลการวิจัย			
R^2	.59	.69	
F	156.22 ***	100.48 ***	
$\otimes R^2$		.10	
$\otimes F$		25.32 **	

หมายเหตุ. $N = 322$ เซตตัวแปรถูกนำเข้ามาตามลำดับ (A-C)

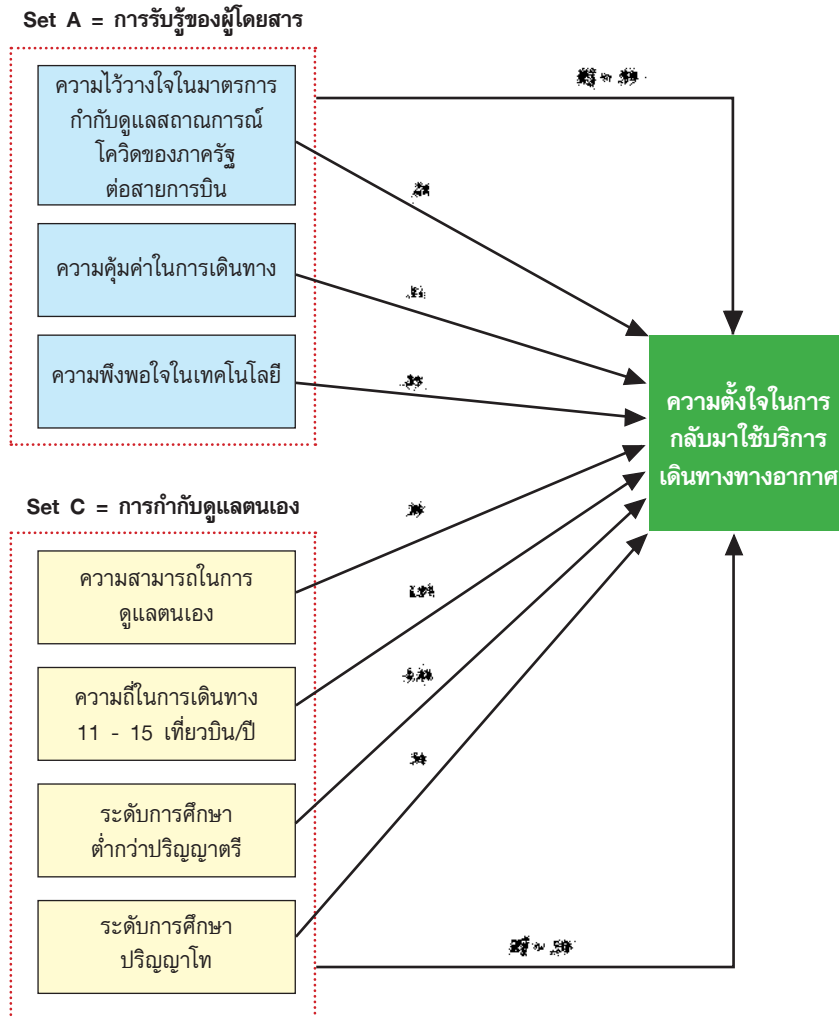
^aModel 1 แสดงขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบซ้อน เมื่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการการเดินทางทางอากาศถูกถดถอยออกจากเซต A = การรับรู้ของผู้ใช้บริการการเดินทางทางอากาศ (X_1 , X_3 และ X_4) ^bModel 2 แสดงขั้นตอนที่สองของการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบซ้อน เมื่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการการเดินทางทางอากาศถูกถดถอยออกจากเซต C = การกำกับดูแลตนเอง (X_8 , X_{9b} , X_{10a} และ X_{10b}) โดยที่มีเซต A เข้าไปอยู่ในสมการก่อน $*p < .05$. $**p < .01$. $***p < .001$.

จากตารางที่ 6 สามารถเขียนสมการเพื่อทำนายระดับความตั้งใจของผู้โดยสารชาวไทยในการกลับมาใช้บริการการเดินทางทางอากาศได้ดังนี้ $Y' = 0.28X_1 + 0.31X_3 + 0.35X_4 + 0.39X_8 + 1.03X_{9b} - 1.48X_{10a} + 0.54X_{10b} + 3.04$ สมการนี้แสดงให้เห็นว่า ความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน (X_1) ความคุ้มค่าในการเดินทาง (X_3) ความพึงพอใจในเทคโนโลยี (X_4) ความสามารถในการดูแลตนเอง (X_8) ความถี่ในการเดินทางทางอากาศต่อปี (X_{9b}) และระดับการศึกษาของผู้โดยสารชาวไทย (X_{10a} และ X_{10b}) สามารถนำมาใช้ในการทำนายระดับความตั้งใจกลับมาใช้บริการการเดินทางทางอากาศในช่วงโควิด-19 ได้อย่างแม่นยำถึง 69% ($R^2 = .69$) โดยผลที่ได้จากการทำนายจะมีความผิดพลาดอยู่ประมาณ $RMSE = 2.04$ คะแนนจากคะแนนค่าเฉลี่ย อย่างไรก็ตามแม้ว่าสมการทำนายระดับความตั้งใจกลับมาใช้บริการการเดินทางทางอากาศจะมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ 31% ของค่าความแปรปรวนที่พบในความตั้งใจกลับมาใช้บริการการเดินทางทางอากาศยังไม่สามารถนำมาอธิบายค่าได้

อภิปรายผลการศึกษางานวิจัย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการการเดินทางทางอากาศของผู้โดยสารชาวไทยในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19 ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2563 ถึง 2565 สามารถสรุปผลการวิจัยตามข้อค้นพบ (ดังภาพที่ 2) ได้ดังนี้

ภาพที่ 2 ลักษณะอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศ



จากปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศพบว่า ความไว้วางใจในมาตรการกักกันดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน ความคุ้มค่าจากการเดินทาง และความพึงพอใจในเทคโนโลยีมีอิทธิพลและความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการเดินทางทางอากาศ กล่าวคือ ยิ่งผู้โดยสารชาวไทยมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับความไว้วางใจในมาตรการกักกันดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน รับถึงความคุ้มค่าจากการเดินทาง และมีความพึงพอใจในเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นเท่าไร ผู้โดยสารชาวไทยก็ยังมีแนวโน้มของความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศมากขึ้นเท่านั้น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Song and Choi (2020) และการศึกษาของ Polat et al. (2020) ที่ได้ค้นพบว่าพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารจะเปลี่ยนแปลงไปหากผู้โดยสารมีการรับรู้ได้ถึงความคุ้มค่าจากการเดินทาง ตลอดจนมีความไว้วางใจในมาตรการกักกันดูแลสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่พึงประสงค์ นอกจากนี้การศึกษาของ Kim et al. (2017) ยังสนับสนุนผลการวิจัยในประเด็นเรื่องของการนำเทคโนโลยีการให้บริการเข้ามาใช้ ว่ามีผลต่อความตั้งใจใช้บริการเดินทางทางอากาศอีกด้วย

สำหรับปัจจัยด้านการกำกับดูแลตนเองพบว่า หากผู้โดยสารชาวไทยมีความสามารถในการดูแลตนเองให้ปลอดภัยห่างไกลจากโรคเมื่อต้องเดินทางทางอากาศ ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มของความตั้งใจกลับมาใช้บริการทางอากาศเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังพบว่าผู้โดยสารที่เดินทางบ่อยครั้งมีแนวโน้มของความตั้งใจกลับมาใช้บริการทางอากาศมากกว่าผู้โดยสารที่เดินทางน้อยครั้ง สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการเดินทางบ่อยครั้งจะนำมาซึ่งประสบการณ์ที่ทำให้ผู้โดยสารรับรู้ถึงความสามารถของตนเองในการควบคุมสถานการณ์ได้ ประเด็นนี้สอดคล้องกับทฤษฎีของ Bandura (1977) ที่อธิบายว่า หากบุคคลหนึ่ง ๆ มีความเชื่อมั่นในตนเองที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลนั้นจะมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมให้เป็นไปตามความต้องการได้ อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านระดับการศึกษากลับไม่พบว่าเป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับความตั้งใจกลับมาใช้บริการทางอากาศ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน อาจมีองค์ความรู้เท่ากันเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากเป็นโรคระบาดใหม่ที่ต้องอาศัยการเรียนรู้และปรับตัวเพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างปลอดภัย ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวขัดแย้งกับผลการศึกษาของเจนจิรา นาทองคำ และสุตาพร กุณทลบุตร (2561) ที่พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะการศึกษาของเจนจิรา นาทองคำ และสุตาพร กุณทลบุตร ดำเนินการศึกษาในสถานการณ์ปกติ ดังนั้นความแตกต่างในระดับการศึกษาของแต่ละบุคคลจึงไม่อาจสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจใช้บริการทางอากาศในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 ได้

บทสรุปและ ข้อเสนอแนะ

จากการผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศมากที่สุดในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 (2562 - 2564) คือ ปัจจัยด้านความถี่ในการเดินทาง รองลงมาคือ ความสามารถในการดูแลตนเองของผู้โดยสาร ความพึงพอใจในเทคโนโลยีความคุ้มค่าในการเดินทาง และปัจจัยด้านความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบิน ตามลำดับ ซึ่งแต่ละปัจจัยสามารถนำมาอธิบายให้เห็นถึงข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการบริหารจัดการธุรกิจการบิน เพื่อสร้างความยั่งยืนและความยืดหยุ่นในดำเนินธุรกิจการบินได้ดังนี้

1) จากผลการวิจัยพบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีความถี่ในการเดินทางทางอากาศ 11-15 เที่ยวบิน/ปีในช่วงโควิด-19 มีแนวโน้มกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศมากกว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีความถี่ในการเดินทางทางอากาศ 1-5 เที่ยวบิน/ปี ดังนั้นหากต้องการให้ผู้โดยสารชาวไทยกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้น สายการบินจึงควรเริ่มส่งเสริมการเดินทางให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้โดยสารที่เดินทางทางอากาศอยู่เป็นประจำ หรือเป็นกลุ่มผู้โดยสารที่มีการสะสมไมล์การเดินทาง เช่น กลุ่มนักเดินทางธุรกิจ เป็นต้น เพราะผู้โดยสารกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่คุ้นเคยกับการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมากพอที่จะกำกับดูแลตัวเอง จึงมักจะไม่ค่อยหวาดกลัวหากมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการเดินทางทางอากาศ

2) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ยิ่งผู้โดยสารชาวไทยมีความสามารถในการดูแลตัวเองได้ดี เมื่อต้องเดินทางทางอากาศในช่วงโควิด-19 ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มของความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้น ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่าการสร้างความมั่นใจในตนเองเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมให้เป็นไปตามความต้องการ ดังนั้นการส่งเสริมให้ผู้โดยสารชาวไทยมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมตนเองให้ปลอดภัยในระหว่างการเดินทางทางอากาศ จึงเป็นหน้าที่ของภาครัฐและภาคเอกชนที่อยู่ใน

อุตสาหกรรมการบินที่จะช่วยส่งเสริมและสร้างความรู้ให้แก่ผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศ ซึ่งอาจทำได้ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับลำดับขั้นตอนการเดินทางทางอากาศในยุคปกติใหม่อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม จนทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจ คุ่นเคย และเคยชินกับการดูแลสภาพในยุคปกติใหม่ของการเดินทางทางอากาศ

3) จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าหากผู้โดยสารชาวไทยมีการรับรู้ถึงความพึงพอใจในเทคโนโลยีการให้บริการที่เพิ่มขึ้น ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มของความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้นในช่วงโควิด-19 ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่าเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในยุคความปกติถัดไปสำหรับการเดินทางทางอากาศ ส่งผลให้ผู้โดยสารชาวไทยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีเทคโนโลยีให้บริการ เพื่อลดความเสี่ยงจากการระบาดของโรคโควิด-19 ดังนั้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางทางอากาศที่เพิ่มมากขึ้นจึงขึ้นอยู่กับสายการบินและสนามบิน ที่จำเป็นต้องมีการเร่งนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เพื่อลดจุดที่มีการสัมผัสร่วมกัน เช่น พื้นที่ตรวจบัตรโดยสาร พื้นที่ตรวจคนเข้าเมือง และพื้นที่พักรอก่อนขึ้นเครื่อง ซึ่งข้อแนะนำนี้ยังสอดคล้องกับคำแนะนำของ Serrano and Kazda (2020)

4) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า หากผู้โดยสารชาวไทยมีการรับรู้ถึงความคุ้มค่าจากการเดินทางทางอากาศเพิ่มขึ้น ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มของความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้นด้วย ผลการวิจัยนี้กล่าวเป็นนัยว่า การรับรู้ถึงความคุ้มค่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้โดยสารชาวไทยใช้ในการพิจารณาเพื่อตัดสินใจกลับมาเลือกใช้บริการเดินทางทางอากาศ ซึ่งส่วนใหญ่การประเมินความคุ้มค่าจะเกิดขึ้นหลังจากการใช้บริการ และมีการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียจากประสบการณ์การเดินทางที่ผ่านมา โดยความคุ้มค่าที่ผู้โดยสารพิจารณามักจะมีความเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการของแต่ละสายการบิน (Huang, 2010; Kim, 2014) ดังนั้น หากต้องการให้ผู้โดยสารชาวไทยกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้นในช่วงโควิด-19 สายการบินจึงควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความปลอดภัยในการเดินทางทางอากาศได้ เช่น มาตรการให้บริการแบบเว้นระยะห่างทางสังคมโดยที่ไม่ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกอึดอัดหรือไร้ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและผู้ให้บริการ หรือระหว่างผู้ใช้บริการด้วยกัน

5) จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่ายิ่งผู้โดยสารชาวไทยมีความไว้วางใจในมาตรการกำกับดูแลสถานการณ์โควิดของภาครัฐต่อสายการบินมากขึ้น ผู้โดยสารชาวไทยจะมีแนวโน้มของความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ผลการวิจัยนี้กล่าวเป็นนัยว่า ผู้โดยสารชาวไทยให้ความสำคัญกับมาตรการกำกับดูแลของรัฐที่มีต่อสายการบิน เพราะมาตรการที่ดีที่สามารถปฏิบัติงานได้จริง เห็นเป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคในระหว่างการเดินทางทางอากาศจะช่วยสร้างความมั่นใจ และก่อให้เกิดเป็นความไว้วางใจในการเดินทางของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น ดังนั้นหากต้องการให้ผู้โดยสารชาวไทยกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้นในช่วงโควิด-19 ภาครัฐจำเป็นต้องมีมาตรการที่เป็นรูปธรรมชัดเจนในการให้สายการบินดำเนินการให้บริการอย่างปลอดภัยทางไกลโรค

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาอิทธิพลของกลุ่มปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยมีอิทธิพลส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการเดินทางทางอากาศมากกว่าปัจจัยด้านการกำกับดูแลตนเอง ดังนั้น การพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการดำเนินธุรกิจการบินในช่วงโควิด-19 จึงควรมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมให้ผู้โดยสารมีการรับรู้ที่ดีต่อรูปแบบการให้บริการเดินทางทางอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป

บรรณานุกรม

- เจนจิรา นาทองคำ, และ สุดาพร กุณทลบุตร. (2561). อิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการเช่าของสายการบินต้นทุนต่ำ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(3), 50-61.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2563). *แผนวิสาหกิจของ ทอท. (ปีงบประมาณ 2560 - 2565) ฉบับทบทวน*. <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER6/DRAWER007/GENERAL/DATA0000/00000119>
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2564, 1 พฤษภาคม). *รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย พ.ศ. 2563*. <https://www.caat.or.th/th/archives/57599>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. *Tourism Economic Review*, 1(4), 1-68. <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amaro, S., & Duarte, P. (2013). Online travel purchasing: A literature review. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(8), 755-785. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.835227>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Cahyanto, I., Wiblishauer, M., & Pennington-Gray, L. (2016). The dynamics of travel avoidance: The case of Ebola in the U.S. *Tourism Management Perspectives*, 20, 195-203. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.09.004>
- Chaney, R. A., Bernard, L. A., & Wilson, A. R. B. (2013). Characterizing active transportation behavior among college students using the theory of planned behavior. *International Quarterly of Community Health Education*, 34(3), 283-294. <https://doi.org/10.2190/IQ.34.3.f>
- Chen, C. F., & Wu, T. F. (2016). Exploring passenger preferences in airline service attributes: A note. *Journal of Air Transport Management*, 15(1), 52-53. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2008.07.005>
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429-1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>

- De Vos, J. (2020). The effect of COVID-19 and subsequent social distancing on travel behavior. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 5, Article 100121. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100121>
- Dube, K., Nhamo, G., & Chikodzi, D. (2021). COVID-19 pandemic and prospects for recovery of the global aviation industry. *Journal of Air Transport Management*, 92(2), Article 102022. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102022>
- Escobar-Rodriguez, T., & Carvajal-Trujillo, E. (2014). Online purchasing tickets for low-cost carriers: An application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Tourism Management*, 43, 70–88. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.017>
- Han, H., Lee, S., & Lee, C. K. (2011). Extending the theory of planned behavior: Visa exemptions and the traveler decision-making process. *Tourism Geographies*, 13(1), 45–74. <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.529930>
- Huang, Y. K. (2010). The effect of airline service quality on passengers' behavioral intentions using SERVQUAL scores: A Taiwan case study. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 8, 2330–2342. https://www.jstage.jst.go.jp/article/easts/8/0/8_0_2330/_pdf
- International Air Transport Association (IATA). (2020). *Aviation data & digital webinar series episode 4 (build resilience)*. <https://www.iata.org/contentassets/8d3df7de4434482e9e831b5de5fcd1db/addws-s1e4-master-deck.pdf>
- International Civil Aviation Organization (ICAO). (2021a). *Take-off: Guidance for air travel through the COVID-19 public health crisis* (3rd ed.). Author.
- International Civil Aviation Organization (ICAO). (2021b). *Effects of novel coronavirus (COVID-19) on civil aviation: Economic impact analysis*. https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO__Coronavirus__Econ__Impact.pdf
- Kim, C., Cheon, H. S., Choi, K., Joh, H. C., & Lee, J. H. (2017). Exposure to fear: Changes in travel behavior during MERS outbreak in Seoul. *Journal of Civil Engineering*, 21, 2888–2895. <https://doi.org/10.1007/s12205-017-0821-5>
- Kline, B. R. (2005). *Principles and practice of structural equation modelling* (2nd ed.). Le Jacq.
- Lien, C. H., Hsu, M. K., Shang, J. Z., & Wang, S. W. (2019). Self-service technology adoption by air passengers: A case study of fast air travel services in Taiwan. *The Service Industries Journal*, 41(9-10), 1–25. <https://doi.org/10.1080/002642069.2019.1569634>
- Lin, T. T., & Bautista, J. R. (2016). Predicting intention to take protective measures during haze: The roles of efficacy, threat, media trust, and affective attitude. *Journal of Health Communication*, 21(7), 790–799. <https://doi.org/10.1080/10810730.2016.1157657>

- Lowrey, W. (2004). Media dependency during a large-scale social disruption: The case of September 11. *Mass Communication & Society*, 7(3), 339–357. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0703__5
- Mohammed, M. J. A., Boshra, A. A., Fahmi, H. F., & Nabil, S. S. S. (2021). Risk perceptions of COVID-19 and its impact on precautionary behavior: A qualitative study. *Patient Education and Counseling*, 104(8), 1860–1867. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0738399121001233>
- Negara, D. J., Ferdinand, F., Meitiana, M., Astuti, M. H., Anden, T., Sarlawa, R., & Mahrita, A. (2021). Knowledge sharing behavior in Indonesia: An application of planned behavior theory. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(3), 1053–1064. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1053>
- Park, J. W., Robertson, R., & Wu, C. L. (2006). Modelling the impact of airline service quality and behavioural intentions. *Transportation Planning and Technology*, 29(5), 359–381. <https://doi.org/10.1080/03081060600917686>
- Peric, G., Dramicanin, S., & Conic, M. (2021). The impact of Serbian tourists' risk perception on their travel intentions during the COVID-19 pandemic. *European Journal of Tourism Research*, 27(1), 1-22. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v27i.2125>
- Polat, I., Erdogan, D., & Sesliokuyucu, S. (2020). Airline passengers' travel intention in the COVID-19 era. *International Applied Social Sciences Congress In IV. International applied social sciences congress* (pp. 602–612). International Applied Social Sciences Congress. <http://openaccess.kavram.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12569/528/602-612.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Saha, G. C., & Theingi, T. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality: An International Journal*, 19(3), 350–372. <https://doi.org/10.1108/09604520910955348>
- Schniederjans, D. G., & Starkey, C. M. (2014). Intention and willingness to pay for green transportation: An empirical examination. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 31, 116–125. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2014.05.024>
- Serrano, F., & Kazda, A. (2020). The future of airport post COVID-19. *Journal of Air Transport Management*, 89, Article 101900. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101900>
- Shamshiripour, A., Rahimi, E., Shabanpour, R., & Mohammadian, K. A. (2020). How is COVID-19 reshaping activity-travel behavior? Evidence from a comprehensive survey in Chicago. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 7, Article 100216. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100216>

- Sobieralski, B. J. (2020). COVID-19 and airline employment: Insights from historical uncertainty shocks to the industry. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 5, Article 100123. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100123>
- Sohn, H. K., Lee, T. J., & Yoon, Y. S. (2016). Relationship between perceived risk, evaluation, satisfaction, and behavioral intention: A case of local-festival visitors. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 28–45. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1024912>
- Song, K. H., & Choi, S. (2020). A study on the behavioral change of passengers on sustainable air transport after COVID-19. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), Article 9207. <https://doi.org/10.3390/su12219207>
- United Nations World Tourism Organization. (2020, May 31). *Restrictions on tourism travel starting to ease but caution remains*. <https://www.unwto.org/news/COVID-19-restrictions-on-tourism-travel>.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

**ผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน
ในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย ด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง**

**SUCCESSFUL RESULTS OF RESOURCE
SHARING SERVICES IN PRIVATE HOSPITALS
LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF
THAILAND BY STRUCTURAL EQUATION MODEL**

Received: 20 July, 2022

Revised: 8 October, 2022

Accepted: 20 October, 2022

ณภัทรพร รอดชะ*

Napatporn Rodcha*

ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์**

Sivanun Sivapitak**

ปิยะวิทย์ ทิพรส***

Piyavit Thipbharos***

สุรวี สุนาลัย****

Suravee Sunalai****

*นักศึกษานิพนธ์เอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*D.B.A. Student of Doctoral Program of Business Administration, Dhurakij Pundit University

*Email: ja_deab@hotmail.com

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**Assistant Professor of College of Innovation Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

**Email: sivanun.sik@dpu.ac.th

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

***Assistant Professor of College of Innovation Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

***Email: piyavit.thi@dpu.ac.th

****อาจารย์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

****Lecturer of College of Innovation Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

**** Email: suravee.sui@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่พัฒนาขึ้นตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) ศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยการบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิดของแมคคินซี สมรรถนะขององค์การ ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกัน ที่มีต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีองค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกันเป็นตัวแปรส่งผ่าน ด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากบุคลากรระดับหัวหน้าฝ่าย/แผนกขึ้นไป จำนวน 460 คน ในโรงพยาบาลเอกชนของบริษัทที่จดทะเบียนหมวดธุรกิจการแพทย์ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวม 93 แห่ง ระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2565

การวิจัยได้ข้อค้นพบว่า 1) ตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่พัฒนาขึ้นตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) การบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิดแมคคินซี และความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญ ในทำนองเดียวกัน การบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิดแมคคินซี และความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน และองค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกันยังมีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ ($p \leq 0.01$)

คำสำคัญ: ผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกันสมรรถนะขององค์การ องค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกัน กรอบแนวคิดแมคคินซี

Abstract

The objectives of this research aim to 1) examine the coherence of factors influencing the success of resource sharing services in private hospitals, listed on the Stock Exchange of Thailand, that was developed based on assumptions and empirical data 2) study the causal influence of management factors using the McKinsey conceptual framework, firm capability, and capacity of shared service center on the success of resource sharing services in private hospitals listed on the Stock Exchange of Thailand. Shared service configurations is a mediator variable through a structural equation model. Data were collected using online questionnaires from 460 department heads who work at 93 private hospitals registered in the medical business category in the Stock Exchange of Thailand between April – May 2022.

The research found that 1) the structural equation model based on hypothesis is consistent with empirical data; 2) management factors using the McKinsey conceptual framework and capacity of shared service center significantly influences shared service

configurations. Management factors using the McKinsey conceptual framework and capacity of shared service center and shared service configurations also significantly influences the success of resource sharing services. ($p \leq 0.01$).

Keywords: Shared Services Success, Shared Service Capacity, Firm Capability, Shared Service Configurations, McKinsey Conceptual Framework

บทนำ

ตลาดการให้บริการทางสาธารณสุขมีการแข่งขันที่รุนแรง โดยมีการแข่งขันกันระหว่างโรงพยาบาลเอกชนในประเทศ และแข่งขันกับโรงพยาบาลของภาครัฐที่หันมาพัฒนาตัวเอง เช่น การให้บริการคลินิกพิเศษในช่วงหลังเวลาทำงานของแพทย์ในโรงพยาบาลของรัฐ โดยที่ผ่านมาผู้ประกอบการโรงพยาบาลเอกชนจะแข่งขันกันทั้งทางด้านอาคาร สถานที่ เครื่องมือทางการแพทย์รวมทั้งบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะทาง การเพิ่มบริการให้กับญาติหรือผู้ติดตามคนไข้ต่างประเทศทางด้านที่พัก รวมทั้งการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับบริษัททัวร์ ร้านอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการโรงพยาบาลเอกชนจึงต้องเร่งหันมาให้ความสนใจกับการปรับปรุงธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันให้สูงขึ้น (Positioning, 2550) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมุ่งเน้นยกระดับประสิทธิภาพและการบริการสู่มาตรฐานสากลและขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและรักษาการเติบโตของรายได้ในระยะยาว โดยใช้กลยุทธ์หลายรูปแบบ เช่น การเพิ่มเครือข่าย การควบรวมกิจการ (M&A) (พลสุข นิลกิจศรานนท์, 2563) ซึ่งกลยุทธ์การบริหารที่นิยมนอกเหนือจากการขยายกิจการด้วยการสร้างโรงพยาบาลใหม่ซึ่งจะมีต้นทุนค่าการก่อสร้างที่สูงรวมทั้งต้องใช้เวลาพอสมควรกว่าจะมีรายได้จากการดำเนินงานตอบแทนกลับมา คือ แนวคิดเรื่องบริการทรัพยากรร่วมกัน (Shared resource Service concepts) เพื่อส่งผลต่อผลความสำเร็จ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีความสามารถลดต้นทุนในการให้บริการได้ (Joha & Janssen, 2014) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเกิดขึ้นตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 1990 และได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น (Boroughts & Saunders, 2007) เนื่องมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและการขยายการลงทุนไปในต่างประเทศทำให้เกิดความจำเป็นในธุรกิจที่จะต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ซึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเป็นได้ทั้งธุรกิจที่ขายสินค้าและให้บริการ ที่ต่างต้องปรับตัวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงความสามารถลดต้นทุนในการให้บริการ ซึ่ง Shared Service ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่องค์กรขนาดใหญ่นิยมเลือกใช้ (Janssen & Joha, 2006)

ปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนที่นำบริการที่ใช้ร่วมกัน (Shared Service) เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ มีการนำมาใช้ในการจัดซื้อ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และโรงพยาบาลในเครือกรุงเทพดุสิตเวชการ (BDMS) ได้นำบริการที่ใช้ร่วมกัน (Shared Service) มาใช้ในรูปแบบไอทีเพื่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในเรื่องการพัฒนาข้อมูลการรักษาพยาบาลและการนำข้อมูลให้ฝ่ายบริหารใช้ประกอบการตัดสินใจในธุรกิจ (กองบรรณาธิการ Techno & InnoMag, 2555) ซึ่งโรงพยาบาลดังกล่าวจัดเป็นโรงพยาบาลชั้นนำที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโรงพยาบาล และใช้เป็นกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อส่งผลให้มีความได้เปรียบที่ยั่งยืนและสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยกลยุทธ์ที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันคือกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) ซึ่งโรงพยาบาลสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นได้ด้วยการมุ่งเน้นการลดต้นทุน และยกระดับคุณภาพ (กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง และ

สันติธร ภูริภักดี, 2559) และตั้งแต่ ปี 2562 ที่ผ่านมา เกิดการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 กลุ่มโรงพยาบาลที่เน้นการพึ่งพารายได้จากกลุ่มคนไข้ชาวต่างประเทศจึงต้องมีการปรับตัวอย่างมาก โดยเปลี่ยนมามุ่งเน้นตลาดภายในประเทศทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาหลากหลายรูปแบบ เพื่อจูงใจทั้งในด้านการรักษาฐานลูกค้าเดิมและการเพิ่มลูกค้าใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างพันธมิตรเครือข่ายเพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองการสั่งซื้อสินค้า หรือการแชร์เครื่องมือทางการแพทย์ ระหว่างชะลอการลงทุนเพิ่มในสภาวะช่วงเกิดการแพร่ระบาดของโรค (ธุรกิจโรงพยาบาลเดือด งดสงครามราคาชิงคนไข้ในประเทศ, 2564) โดยโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่จะมีกลุ่มเครือข่าย และเน้นการสร้างตราสินค้า (Brand) หรือขนาดตราสินค้าของเครือข่ายตนเองเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย และแข่งขันในเรื่องของจำนวนแพทย์เฉพาะทางและเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย (ณัฐพล วุฒิวิษกร, 2562) จึงจำเป็นต้องนำบริการที่ใช้ร่วมกัน (Shared Service) มาใช้ในการบริหารโรงพยาบาล

จากการทบทวนวรรณกรรมและเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีการรายงานผลประจำปีในแบบ 56-1 ที่มีการระบุว่า มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน (Shared Services) ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในและต่างประเทศ ยังไม่เคยปรากฏมีผลงานวิจัยใดที่ศึกษาการบริการทรัพยากรร่วมกันในภาคธุรกิจโรงพยาบาลมาก่อน ดังนั้น การวิจัยนี้คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตัดสินใจและวางแผนการบริการทรัพยากรร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กร รวมทั้งคาดว่า ผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะสามารถเป็นแนวทางสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถเพิ่มอัตราการเติบโตให้แก่ธุรกิจการบริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่พัฒนาขึ้นตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยการบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิดของแมคคินซี สมรรถนะขององค์กร ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกัน ที่มีต่อผลความสำเร็จผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีองค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกันเป็นตัวแปรส่งผ่าน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การบริการที่ใช้ร่วมกัน (Shared Service)

การบริการที่ใช้ร่วมกัน เกิดขึ้นตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 1990 และได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น (Boroughs & Saunders, 2007) เนื่องมาจากความจำเป็นในธุรกิจที่จะต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงความสามารถลดต้นทุนในการให้บริการ ซึ่ง Shared Service ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีองค์กรขนาดใหญ่ในภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ นิยมเลือกใช้ และขยายผลมายังกลุ่มโรงพยาบาลด้วย (Janssen & Joha, 2006) ทั้งนี้แนวคิดการบริหารงานนอกจากการขยายกิจการด้วยการสร้างโรงพยาบาลใหม่ซึ่งมีต้นทุนค่าการก่อสร้างสูง

รวมทั้งต้องใช้เวลากว่าจะมีรายได้จากการดำเนินงานตอบแทนกลับมาก็คือ แนวคิดเรื่องบริการที่ใช้ร่วมกัน หรือ Shared Service ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 1990 และได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น (Boroughs & Saunders, 2007) เนื่องมาจากความจำเป็นในธุรกิจที่จะต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงความสามารถลดต้นทุนในการให้บริการ ซึ่ง Shared Service ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่องค์กรขนาดใหญ่ในภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ นิยมเลือกใช้ และขยายผลมายังกลุ่มโรงพยาบาลด้วย (Janssen & Joha, 2006) ทั้งนี้การบริหารงานแบบ “การบริการที่ใช้ร่วมกัน (Shared Service)” ส่งผลให้เกิดการประหยัดขอบเขต (Economy of Scope) และการประหยัดในความเชี่ยวชาญ (Economy of Expertise) โดยสามารถใช้บริการจากองค์กรพันธมิตรที่เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ โดยที่โรงพยาบาลเองไม่ต้องมีการลงทุน หรือต้องมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ เอง ผลลัพธ์ที่ได้คือ ทำให้เกิดการลดต้นทุนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ร่วมกัน ส่งผลให้อัตราส่วนการเพิ่มทรัพยากรต่อโรงพยาบาลในกลุ่มลดลง และเพิ่มอำนาจต่อรองการซื้อสินค้าและงานบริการจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการ (Supplier) ทำให้ต้นทุนสินค้าและงานบริการลดลง รวมถึงการบริหารจัดการรายการสินค้าคงคลังที่ไม่เคลื่อนไหวก็ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังทำให้โรงพยาบาลมีมาตรฐานการทำงานเดียวกัน ทั้งในส่วนของนโยบาย (Policy) ระเบียบปฏิบัติ (Work Procedure) วิธีการปฏิบัติงาน (Work Instruction) และเอกสารแบบฟอร์มต่าง ๆ ทำให้ง่าย สะดวก และประหยัดเวลาในการตรวจสอบการปฏิบัติงานทั้งจากภายในและภายนอก (Internal Audit and External Audit) และที่สำคัญคือผู้บริหารมีข้อมูลการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Benchmarking) ระหว่างโรงพยาบาลในกลุ่มด้วยมาตรฐานเดียวกัน เพื่อการเรียนรู้ พัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงานและการบริหารงานเชิงรุกร่วมกันได้อย่างมีเอกภาพ (สาธิต วิทยาการ, 2561) และ (Kennewell & Baker, 2016) ได้กล่าวถึงประโยชน์ 5 ประการ ได้แก่ ความมีประสิทธิภาพ การแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดี ความโปร่งใสในการให้บริการ การลงทุนทางเทคโนโลยี และการคงไว้ซึ่งทักษะและความรู้ และได้กล่าวถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น การขาดความไว้วางใจ การสูญเสียการควบคุม การขาดความยืดหยุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ยังอธิบายถึง ความสามารถของบุคลากร การรับรู้ และการเข้าใจถึงบทบาทของบุคลากรซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการนำทรัพยากรมาบริการร่วมกัน เพื่อส่งต่อการบริการเพื่อให้เกิดผลสำเร็จทั้งทางด้านการเงิน และผลสำเร็จเชิงคุณภาพ และสำหรับองค์การเองถือเป็นการสะสมทรัพย์สินทางปัญญาและทุน เพื่อให้บรรลุระดับการให้บริการที่สูงขึ้น และเป็นศูนย์กลางความเป็นเลิศในให้บริการกับลูกค้า (Kamal et al., 2012)

เครือข่ายโรงพยาบาลเอกชน

ปัจจุบัน ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามความต้องการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นจากผู้ป่วยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้าน และกลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพ อีกทั้งยังได้รับแรงสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะมาตรการยกเว้นภาษี ส่งผลให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุนอย่างรวดเร็ว โดยโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพเร่งขยายกิจการผ่านการซื้อ การควบรวมกิจการ การเปิดสาขาใหม่ในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดที่เป็นเมืองสำคัญ และการเข้ามาถือหุ้นของโรงพยาบาลเอกชนอื่น ๆ เพื่อลงทุนหรือสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ จึงเกิดกลุ่มโรงพยาบาลขนาดใหญ่ขึ้นหลายกลุ่ม อาทิ กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ กลุ่มโรงพยาบาลธนบุรี และกลุ่มโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ การรวมกลุ่มดังกล่าว จะเพิ่มความเข้มแข็งและมีลูกค้าเป้าหมายชัดเจน ขณะที่โรงพยาบาลขนาดกลางและเล็กต่างเร่งปรับตัวไปสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

เพื่อเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม Niche market (พลสุข นิธิกิจศรานนท์, 2563) และธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนของไทยได้แรงหนุนสำคัญจากนโยบายภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ตั้งแต่ ปี 2546 ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์/เชิงสุขภาพ (Medical Tourism) เติบโตต่อเนื่อง ทั้งนี้โรงพยาบาลเอกชนของไทยต่างเร่งปรับตัวและได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นหนึ่งในจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลก มีข้อได้เปรียบด้านคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการรักษาที่สูงติดอันดับโลกขณะที่มีอัตราค่ารักษาพยาบาลถูกกว่าเมื่อเทียบกับประเทศที่มีมาตรฐานการรักษาระดับเดียวกัน (ณัฐพล วุฒิรักษจร, 2562) จากมุมมองของเครือข่าย การแบ่งปันคือ กลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกองค์กรหรือชุมชน เครือข่ายสมาชิกจะให้ความสนใจการบริการร่วมกันเพราะพวกเขาพบปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรการดูแลสุขภาพในชนบท หรือชุมชน และมองว่ามีความจำเป็นในการรวมพลังกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้วยการรวมกันนี้้องค์กรสามารถสร้างการประหยัดจากขนาดและเอาชนะข้อจำกัดด้านเงินทุน (Wellever, 2001)

การวัดผลความสำเร็จของธุรกิจ (Business success measurements)

ผลความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจที่ได้ตั้งไว้ซึ่งในทุก ๆ ธุรกิจ และในทุก ๆ อุตสาหกรรม ย่อมต้องหาแนวทางการบริหารงานให้ธุรกิจนั้น ๆ ให้อยู่รอดอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ณัฐนันท์ จิตติยาพรโมทย์ (2561) ได้ศึกษามิติด้านการวัดผลการดำเนินงานแบบบูรณาการ พบว่า มีผลเชิงบวกต่อผลความสำเร็จของธุรกิจ การวัด BSC และต้นทุนฐานกิจกรรม (ABC) นำมาใช้งานการวัดผลการดำเนินงานทำให้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจทันเวลา เช่นเดียวกับชัยสิงห์ ทองเกื้อ และ ทวีป พรหมอยู่ (2563) ที่ได้นำ BSC มาใช้วัดผลความสำเร็จในธุรกิจด้านการค้าและพบว่าผลความสำเร็จด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด จึงมุ่งเน้นธุรกิจการค้าให้มีความสำคัญกับด้านลูกค้าที่มากขึ้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุด และสำหรับภายในองค์กร BSC จะช่วยวัดผลให้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งช่วยทำให้วิสัยทัศน์ การกิจ และกลยุทธ์องค์กรมีความชัดเจน และสามารถแปรไปสู่แนวทางการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ชัดเจน และเข้าใจร่วมกัน ทำให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (อมรศิริ ดิสสร, 2559)

การบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิดของแมคคินซี (The McKinsey 7-S Framework) The McKinsey 7-S Framework ใช้ในการตรวจสอบความสามารถทางการจัดการขององค์กรจากมุมมองที่แตกต่างกัน พัฒนาโดย Tom Peters และ Robert Waterman สามารถใช้เพื่อทบทวนผลความสำเร็จขององค์กรในการดำเนินงานด้านการจัดการ และการกำหนดวิธีปรับปรุงการให้ที่ดีที่สุดเพื่อรองรับทิศทางกลยุทธ์ใหม่ รวมถึงการประเมินการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น เพื่อรองรับการเปลี่ยนการการจัดการองค์กร (Gokdeniz et al., 2017; Pothiyadath & Wesley, 2014) โดยมีส่วนประกอบ 7 ประการดังนี้ กลยุทธ์ (Strategy) โครงสร้าง (Structure) ระบบ (System) รูปแบบการบริหาร (Style) บุคลากร (Staff) ทักษะ (Skill) ค่านิยมร่วม (Shared value) จากการทบทวนงานวิจัยพบว่า พวงผกา มะเสนา และ ประณต นันทิยะกุล (2557) ได้นำการบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิด McKinsey 7-S Framework มาใช้ในการบริหารจัดการบริการที่มีคุณภาพในโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่าผู้บริหารโรงพยาบาลทุกระดับให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์องค์กรอันดับแรก

องค์ประกอบของการบริการร่วมกันของธุรกิจ (Shared Service Configurations)

องค์ประกอบของการบริการร่วมกัน คือ การกำหนดขั้นตอนในการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันเพื่อตรวจสอบความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อดำเนินกิจกรรมสนับสนุนองค์การ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มผลความสำเร็จการทำงาน (Richter, 2021) โดยกำหนดองค์ประกอบจาก 2 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยการสนับสนุนจากงานทรัพยากรมนุษย์ (HR Supporting) 2) ปัจจัยการสนับสนุนจากโครงสร้างองค์การ (Structure Supporting)

สมรรถนะขององค์การ (Firm Capability)

สมรรถนะขององค์การ หมายถึง ชีตความสามารถที่สำคัญในเชิงกลยุทธ์ ถือเป็นหลักสำคัญที่ทำให้องค์การบรรลุพันธกิจ ซึ่งหากองค์การมีสมรรถนะที่ดีย่อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสร้างระบบนิเวศของธุรกิจให้มีผลความสำเร็จเพิ่มขึ้น (Richter, 2021) โดยสมรรถนะองค์การ แบ่งเป็น 3 ประเภท 1) สมรรถนะด้านการดำเนินงานของธุรกิจ (Operational Capability) 2) สมรรถนะด้านพลวัตของธุรกิจ (Dynamic Capability) 3) สมรรถนะด้านการเปลี่ยนโฉมใหม่ของธุรกิจ (Reshaping Capability)

ความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน (Shared Service Capacity)

ความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน ในที่นี้หมายถึง ระดับความสามารถของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์การ โดยเกิดจากผลของการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์การ ให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ (Richter, 2021) โดยความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน แบ่งเป็น 3 ประเภท 1) การรวมอำนาจการบริการร่วมกัน (Shared Service Centralization) 2) ความเป็นทางการ (Formalization) 3) ทุนมนุษย์ (Human Capital)

การส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกัน (Shared Service Deliver)

การส่งต่อข้อมูลการบริการให้กับผู้รับบริการในหน่วยงานต่าง ๆ หรือลูกค้า จะดำเนินการจัดทำกระบวนการการส่งต่อการบริการ โดยกำหนดขอบเขต กฎเกณฑ์ ขั้นตอนและรายละเอียดของการส่งต่อ เพื่อให้การส่งต่อข้อมูลดำเนินการให้มีผลความสำเร็จ และให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายรับทราบ อีกทั้งจะต้องมีส่วนร่วมในการประเมินการดำเนินการส่งมอบนั้น ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ (Richter, 2021) โดยการส่งต่อของการบริการทรัพยากรร่วมกัน แบ่งเป็น 3 ประเภท 1) ความสัมพันธ์กันอย่างเป็นทางการ (Relationship formalization) 2) ความไว้วางใจ (Trust) 3) ความซับซ้อน (Complexity)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยและกรอบแนวคิดดังนี้

H1a : การบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิดของแมคคินซีมีอิทธิพลทางตรงต่อผลความสำเร็จของธุรกิจที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน

H1b : การบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิดของแมคคินซีมีอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ

H1c : การบริหารจัดการด้วยกรอบแนวคิดของแมคคินซีมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของธุรกิจที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน

H2a : สมรรถนะขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ

H2b : สมรรถนะขององค์การมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของธุรกิจที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน

H3a : ความสามารถในการบริการร่วมกันมีอิทธิพลทางตรงต่อ องค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ

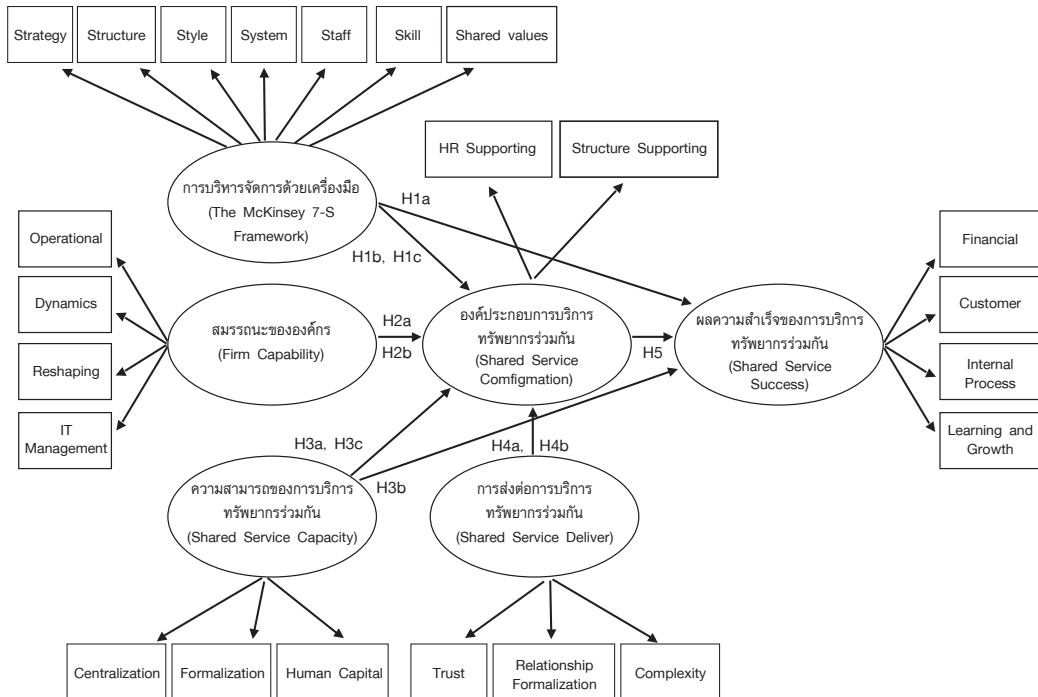
H3b : ความสามารถในการบริการร่วมกันมีอิทธิพลทางตรงต่อ ผลความสำเร็จของธุรกิจที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน

H3c : ความสามารถในการบริการร่วมกันมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของธุรกิจที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน

H4a : การส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลทางตรงต่อ องค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ

H4b : การส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของธุรกิจที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน

H5 : องค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลความสำเร็จของธุรกิจที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรของการสำรวจในครั้งนี้ คือ บุคลากรระดับหัวหน้าฝ่าย/แผนกขึ้นไป โดยทำงานประจำในโรงพยาบาลเอกชนของบริษัทที่จดทะเบียนหมวดธุรกิจการแพทย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีการรายงานผลประจำปีในแบบ 56-1 ซึ่งระบุว่า มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน (Shared Services) มีจำนวนทั้งสิ้น 6,750 คน การเลือกบุคลากรมาเป็นตัวอย่างในการ

ศึกษาครั้งนี้ จะใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Multi-stage Stratified Random Sampling) สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละโรงพยาบาลเอกชนที่สุ่มได้ในจังหวัดต่าง ๆ จะใช้วิธีการจัดสรรขนาดตัวอย่างแบบเป็นสัดส่วนกับขนาดประชากร (Proportional – to – Size Allocation; PPS) ในแต่ละชั้นภูมิของการสุ่มแต่ละชั้น สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อใช้วิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบ SEM นั้น สรุปได้ว่า ตัวแบบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวนตัวแปรทั้งสิ้น 23 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ที่ต้องการตามข้อกำหนดทั้งหมดเท่ากับ 460 ราย ($23 \times 20 = 460$ ราย) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) ซึ่งจัดว่าเป็นขนาดตัวอย่างในระดับที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยนี้

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถามชนิดมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 7 ระดับ (7-point Likert Scale) Likert (1970) ได้แก่ มากที่สุด มาก ค่อนข้างมาก ปานกลาง ค่อนข้างน้อย น้อย และน้อยที่สุด โดยข้อความต่าง ๆ เป็นการปรับใช้มาตรวัดบางส่วนของนักวิชาการที่มีอยู่เดิม รวมถึงการรวบรวมหรือเรียงข้อความที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาเป็นองค์ประกอบในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) การวัดผลสำเร็จของโรงพยาบาลที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน 3) องค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกัน 4) การบริหารจัดการด้วยแนวคิดของ The McKinsey 7S Framework 5) สมรรถนะขององค์การที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน 6) ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกัน และ 7) การส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกัน

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Context Validity) มีค่าระหว่าง 0.60 - 1.00 ผลการตรวจสอบความเที่ยงหรือความเชื่อมั่น พบว่า ตัวแปรแฝงมีค่าความเที่ยงหรือความเชื่อมั่น ระหว่าง 0.876 - 0.963 หรือความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงทุกด้าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการขออนุญาตและขอความอนุเคราะห์จากผู้บริหารสถานประกอบการที่ดำเนินธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามไปสำรวจความคิดเห็น บุคลากรโรงพยาบาลเอกชนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีการนำทรัพยากรมาใช้บริการร่วมกัน โดยการสอบถามตรง (Face to face) และผู้วิจัยได้เดินทางไปยังโรงพยาบาลเอกชนตามแผนการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากกรอบรายชื่อสถานพยาบาล จากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการที่พบและสะดวกให้ข้อมูลจนครบจำนวน 460 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) Hair et al. (2006) อธิบายว่าโมเดลสมการโครงสร้างเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ ซึ่งได้รวมการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เข้าด้วยกัน ทั้งนี้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นสถิติที่ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ว่าตัวแปรใดมีอิทธิพลทางตรงหรืออิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรตัวใดบ้าง โดยการสร้างเป็นแผนภาพเส้นทางหรือตัวแบบเส้นทางเพื่อแสดงอิทธิพลระหว่างตัวแปรนั้น ๆ ผู้วิจัยขอเสนอในตารางที่ 1

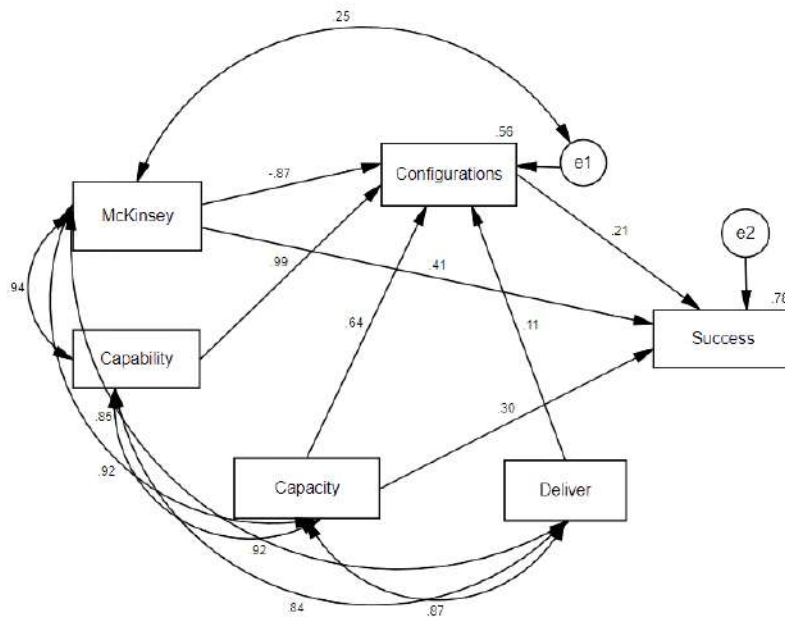
ตารางที่ 1 ค่าสถิติในการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สถิติที่เกี่ยวข้อง	สัญลักษณ์	เกณฑ์
Relative Chi-square	χ^2/df	$\chi^2/df < 3.00$
Goodness of Fit Index	GFI	$> .90$
Comparative Fit Index	CFI	$> .95$
Adjusted Goodness of Fit Index	AGFI	$> .90$
Standard Root Mean Square Residual	Standardized RMR	$< .05$
Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA	$< .08$

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กรอบแนวคิดที่สร้างตามสมมติฐานการวิจัยไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า ตัวแบบตามกรอบแนวคิดสอดคล้องสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก χ^2 เท่ากับ 2786.330 χ^2/df เท่ากับ 309.592 df เท่ากับ 9 และ p-value เท่ากับ 0.000 และเมื่อพิจารณาความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า GFI เท่ากับ 0.385 AGFI เท่ากับ 0.435 และ RMSEA เท่ากับ 0.820 ดังนั้น จึงต้องมีการปรับตัวแบบของกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อให้ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2



Chi-square=2 658, df=2, p=.265
CMIN/DF=1.329, GFI=.998, RMSEA=.027, AGFI=.980, RMR=.001, CFI=1.000

ภาพที่ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้าง (หลังปรับตัวแบบ)

จากภาพที่ 2 หลังปรับตัวแบบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแบบสมการเชิงเส้นที่สร้างตามสมมติฐานการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าตัวแบบตามกรอบแนวคิดสอดคล้องสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก χ^2 เท่ากับ 2.658 χ^2/df เท่ากับ 1.329 df เท่ากับ 2 และ p-value เท่ากับ 0.265 และเมื่อพิจารณาความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า GFI เท่ากับ 0.998 AGFI เท่ากับ 0.980 และ RMSEA เท่ากับ 0.027 ดังนั้นตัวแบบตามกรอบแนวคิดการวิจัย จึงมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแบบ โดยภาพรวมเมื่อพิจารณาจากน้ำหนักองค์ประกอบที่กำหนดไว้ในตัวแบบมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรปรวนระหว่าง ตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม ปรากฏว่า การบริหารจัดการ (McKinsey 7-S Framework) องค์ประกอบ การบริการทรัพยากรร่วมกัน (Configurations) สมรรถนะขององค์การที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน (Capability) ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกัน (Capacity) และการส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกัน (Deliver) กับผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ (Success) โดยภาพรวมมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ซึ่งสรุปผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) โดยรวมพบว่า ตัวแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันการบริหารจัดการ องค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกัน สมรรถนะขององค์การที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกัน และการส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกัน กับผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจมีความเหมาะสม และสามารถวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวม

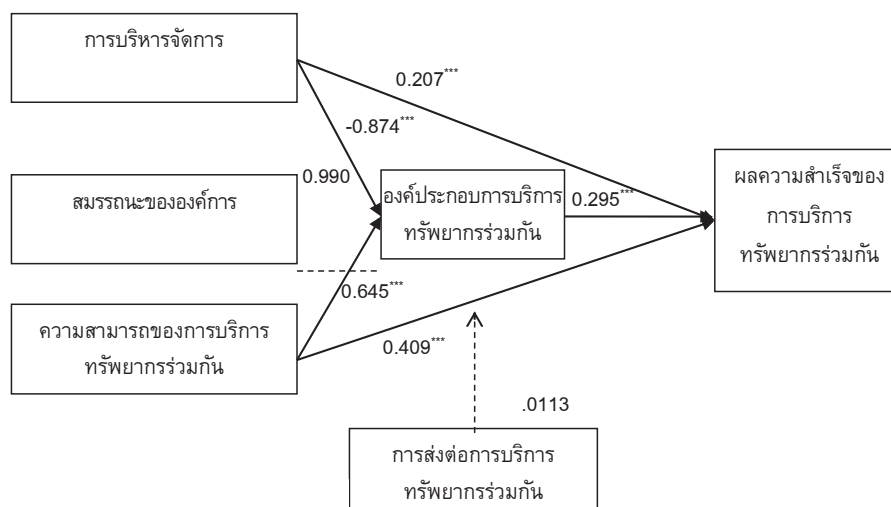
การเปรียบเทียบระดับอิทธิพล จะพบว่า องค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า R^2 ของผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันเท่ากับ 0.777 หรือร้อยละ 77 ซึ่งหมายถึง ความผันแปรของผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันเกิดจากอิทธิพลขององค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันร้อยละ 77 ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันด้านการบริหารจัดการ และความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า R^2 ขององค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันเท่ากับ 0.558 หรือร้อยละ 55.8 ซึ่งหมายถึง ความผันแปรขององค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของ การบริการทรัพยากรร่วมกันด้านการบริหารจัดการ และความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน ร้อยละ 55.8 ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

องค์ประกอบเชิงยืนยัน	น้ำหนัก	z-value องค์ประกอบ	p-value
การบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบบริการ ทรัพยากรร่วมกัน	-0.874	-5.940	***
สมรรถนะขององค์การมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบ บริการทรัพยากรร่วมกัน	0.990	-0.452	0.652
ความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกัน	0.645	4.978	***
การส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลต่อ องค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกัน	0.113	1.638	0.101
การบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของ การบริการทรัพยากรร่วมกัน	0.207	3.979	***
ความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพล ต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน	0.409	5.908	***
องค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพล ต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน	0.295	5.194	***
R^2 ขององค์ประกอบบริการทรัพยากรร่วมกัน		0.558	
R^2 ของผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน		0.777	

หมายเหตุ. *** p-value < 0.01

เมื่อพิจารณาจากน้ำหนักองค์ประกอบที่กำหนดไว้ในตัวแบบมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรปรวนระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม ปรากฏดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการ และความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกัน การบริหารจัดการ และความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ และองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยข้อสังเกตของผู้วิจัยพบว่าสมรรถนะขององค์การ และการส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกัน ไม่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกัน แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน

2. ผลการศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม

ตัวแปร	องค์ประกอบการบริการฯ			ผลความสำเร็จ		
	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม
การบริหารจัดการ	-0.874***	0.000	-0.874***	0.409	-0.181***	0.228***
สมรรถนะขององค์การ	0.990	0.000	0.990	0.000	0.205***	0.205***
ความสามารถของการบริการฯ	0.645***	0.000	0.645***	0.295	0.133***	0.429***
การส่งต่อการบริการฯ	0.113	0.000	0.133	0.000	0.023***	0.023***
องค์ประกอบการบริการฯ	0.000	0.000	0.000	0.207***	0.000	0.207***

หมายเหตุ. การบริหารจัดการ องค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกัน สมรรถนะขององค์การที่มีต่อการบริการทรัพยากรร่วมกัน ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกัน และการส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกันกับผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ

หมายเหตุ. *** $p\text{-value} < 0.01$

จากตารางที่ 3 พบว่า จากการศึกษาอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ภายในตัวแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อธิบายผลได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน ด้านการบริหารจัดการ มีอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าเท่ากับ -0.874 โดยอิทธิพลรวม มีค่าเท่ากับ -0.874 หมายถึง การบริหารจัดการมีความสัมพันธ์เชิงลบเนื่องจากองค์กรยังขาดการบริหารจัดการที่ดีจึงต้องการองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกันเข้ามาสนับสนุน นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.409 อิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ -0.181 และอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.228

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน ด้านสมรรถนะขององค์การที่มีการบริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.205 และอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.205

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน ด้านความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าเท่ากับ 0.645 โดยอิทธิพลรวม มีค่าเท่ากับ 0.645 นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.295 อิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.133 และอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.429

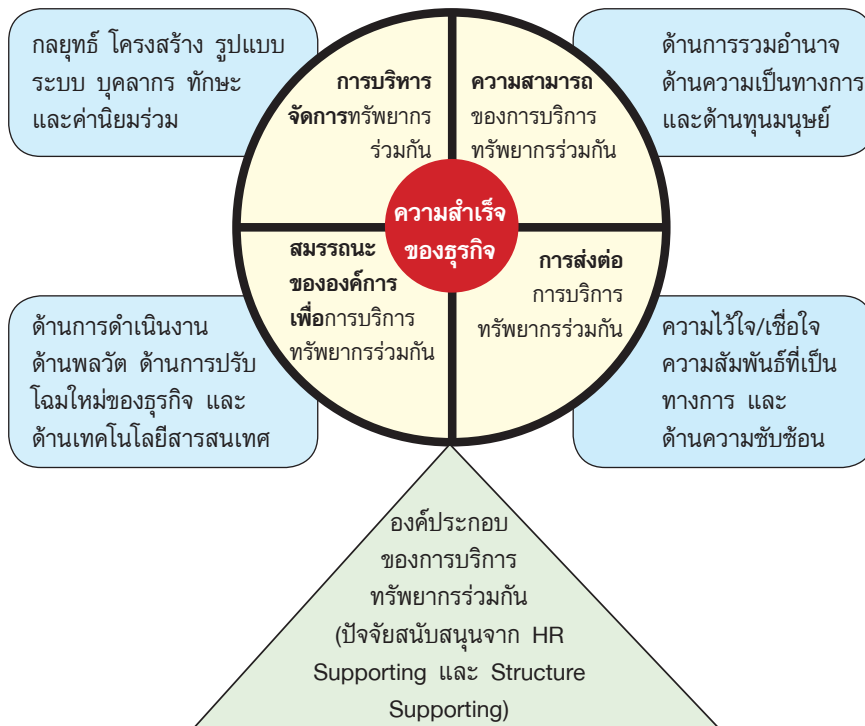
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน ด้านการส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.023 และอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.023

องค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.207 และอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.207

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยรวมพบว่า ตัวแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันการบริหารจัดการ องค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกัน สมรรถนะขององค์การที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกัน และการส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกันกับผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจมีความเหมาะสม และสามารถวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวม ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันด้านการบริหารจัดการ และความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า R^2 ขององค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกัน เท่ากับ 0.558 หรือร้อยละ 55.8 ซึ่งหมายถึง ความผันแปรขององค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกันเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของ การบริการทรัพยากรร่วมกันด้านการบริหารจัดการ และความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน ร้อยละ 55.8 สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันด้านการบริหารจัดการ และด้านความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน อิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกัน ในขณะเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันด้านการบริหารจัดการ ด้านสมรรถนะขององค์การที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน ด้านความสามารถของการบริการทรัพยากรร่วมกัน และด้านการส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ และองค์ประกอบการบริการทรัพยากรร่วมกันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ

จากผลการวิจัย ทำให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบในการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ องค์ประกอบของการบริการทรัพยากรร่วมกัน การบริหารจัดการด้วยแนวคิด The McKinsey 7-S สมรรถนะของโรงพยาบาลที่มีการบริการทรัพยากรร่วมกัน ความสามารถในการบริการทรัพยากรร่วมกัน และการส่งต่อการบริการทรัพยากรร่วมกัน โดยปัจจัยดังกล่าวนี้สามารถช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตัดสินใจและวางแผนการบริการทรัพยากรร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการรวมตัว รวมทั้งคาดว่า ผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะสามารถเป็นแนวทางสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถเพิ่มอัตราการเติบโตให้แก่ธุรกิจการบริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต สรุปได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 รูปแบบการบริการทรัพยากรร่วมกันในโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ทั้งนี้ นักวิชาการหรือนักวิจัยที่สนใจสามารถนำเสนอข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปโดยควรมีการศึกษา โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบร่วมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ โดยการสร้างตัวแปรใหม่ในรูปขององค์ประกอบร่วม นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกัน และควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลความสำเร็จของการบริการทรัพยากรร่วมกันของธุรกิจ โดยอาจเก็บรวบรวมข้อมูลโดยประชุมกลุ่มย่อย เพื่อให้ผลการวิจัยมีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และสามารถกำหนดแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ที่ทำให้โรงพยาบาลเอกชนประสบความสำเร็จหรือนำไปสู่ความเป็นเลิศตามเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการ Techno & InnoMag. (2555). เบื้องหลังนวัตกรรม Mobile workforce เครือโรงพยาบาลกรุงเทพ. *Innomag*, 39(222), 49-52. https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/tn222B__p049-52.pdf
- กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง, และ สันติธร ภูริภักดี. (2559). *กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance scorecard* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/932>
- ชัยสิงห์ ทองเกื้อ, และ ทวีป พรหมอยู่. (2563). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการค้าชายแดนไทยในจังหวัดระนอง. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ*, 5 (ฉบับเพิ่มเติม), 31-42.
- ณัฐนันท์ จิตยาปราโมทย์. (2561). นวัตกรรมการบริหารและความสำเร็จของธุรกิจ ISO ในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 11(2), 161-170. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal__sct/article/view/97222/112027
- ณัฐพล วุฒิรัชจร. (2562). *โรงพยาบาลเอกชน*. ศูนย์วิจัยธนาคารอมสิน. <https://www.gsbresearch.or.th/gsb/published-works/economic-and-business-research/6697/>
- ธุรกิจโรงพยาบาลเดือด จัดส่งครามาราคาชิงคนไข้ในประเทศ. (2564, 2 มกราคม). *ประชาชาติธุรกิจ*. <https://www.prachachat.net/marketing/news-584340>
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 9). ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พลสุข นิลกิจสรานนท์. (2563, 2 กันยายน). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2563-65: ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน*. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/Private-Hospitals/IO/io-Private-Hospitals>
- สาธิต วิทยากร. (2561, 24 สิงหาคม). บริหาร “Shared Services” พนักงานมิตรลดต้นทุน. *กรุงเทพธุรกิจ*. <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/120300>
- อมรศิริ ดิสสร. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ Balanced scorecard ของบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร. *บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 12(1), 59-66. <http://www.graduate.dusit.ac.th/journal/index.php/sdujournal/article/view/125/99>
- Boroughs, A., & Saunders, J. (2007). Shared services the work for the business: Implementing shared service models that realize genuine business benefits. *Strategic HR Review*, 6(4), 28-31. <https://doi.org/10.1108/14754390980000984>
- Gokdeniz, I., Kartal, C., & Komurcu, K. (2017). Strategic Assessment based on 7S McKinsey Model for a Business by Using Analytic Network Process (ANP). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(6), 342-353. [https://hrmars.com/papers__submitted/2967/Strategic__Assessment__based__on__7S__McKinsey__Model__for__a__Business__by__Using__Analytic__Network__Process__\(ANP\).pdf](https://hrmars.com/papers__submitted/2967/Strategic__Assessment__based__on__7S__McKinsey__Model__for__a__Business__by__Using__Analytic__Network__Process__(ANP).pdf)

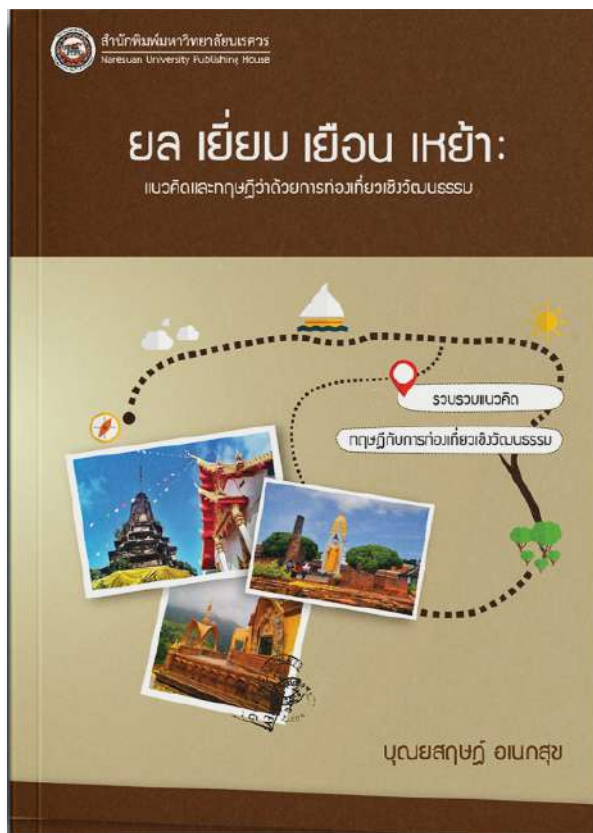
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Janssen, M., & Joha, A. (2006). Motives for establishing shared service centers in public administrations. *International Journal of Information Management*, 26(2), 102-115. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2005.11.006>
- Joha, A., & Janssen, M. (2014). Factors influencing the shaping of shared service business models: Balancing customization and standardization. *Strategic Outsourcing: An International Journal*, 7(1), 47-65. <https://doi.org/10.1108/SO-10-2013-0018>
- Kamal, E. M., Haron, S. H., Ulang, N., & Baharum, F. (2012). The critical review on the Malaysian construction industry. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3(13), 81-87. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JEDS/article/view/3492/3517>
- Kennewell, S., & Baker, L. (2016). Benefits and risks of shared services in healthcare. *Journal of Health Organization and Management*, 30(3), 441-456. <https://doi.org/10.1108/JHOM-03-2014-0044>
- Likert, R. (1970). *New partterns of management*. McGraw-Hill.
- Positioning. (2550, 5 พฤศจิกายน). โรงพยาบาลเอกชน: รวมตัวเป็นเครือข่ายเสริมความเข้มแข็งธุรกิจ. <https://positioningmag.com/37634>
- Pothiyadath, R., & Wesley, J. R. (2014). *Developing a measurement scale for 7-S framework*. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(1), 14-16. <https://www.semanticscholar.org/paper/Developing-a-Measurement-Scale-for-7-S-Framework-Pothiyadath-Wesley/515fc95dba7c64fc733670e418bdcac3d850cb34>
- Richter, P. (2021). *Shared services: Configurations, dynamics and performance*. *Baltic Journal of Management*, 16(4), 501-518. <https://doi.org/10.1108/BJM-12-2020-0462>
- Wellever, A. (2001). *Shared services: The foundation of collaboration*. Academy for Health Services Research and Health Policy. https://www.ruralcenter.org/sites/default/files/Networking%20for%20Rural%20Health__9%202001_Shared%20Services%20the%20Foundation%20of%20Collaboration.pdf

แนะนำหนังสือ

ชื่อหนังสือ:	ยล เยี่ยม เยือน หย้า: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ผู้เขียน	บุญยสฤกษ์ อเนกสุข
ผู้แปล	-
สำนักพิมพ์:	สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร
ชื่อผู้แนะนำหนังสือ:	สุวภัทร ศรีจองแสง Suwaphat Sregongsang*

“ยล เยี่ยม เยือน หย้า: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” เป็นหนังสือที่รวบรวมเรียบเรียง วิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตามที่ทราบกันว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการก่อให้เกิดการจ้างงาน การสร้างรายได้แก่ประเทศ รวมถึงการนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยมีการขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้บรรจุลงในแผนพัฒนาประเทศอย่างเป็นรูปธรรมตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) ต่อเนื่องมาถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



*ผู้ช่วยศาสตราจารย์และปริญญาเอก, ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

*Assistant Professor, Ph.D., Course Chair of the Master of Arts Program, Department of Tourism Innovation Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University

*Email: suwaphat.s@ubu.ac.th

ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 – 2559) – 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ที่มุ่งเน้นการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการนำเอาทุนทางสังคมและวัฒนธรรมมาต่อยอด ยกย่องเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เหล่านั้น จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของรัฐบาลไทยในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม แนวคิดที่ว่าด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยังมีความไม่ชัดเจนในหลาย ๆ มิติ ซึ่งผู้เขียนได้รวบรวมและวิเคราะห์ให้เห็นถึงความคลุมเคลือของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจนนำไปสู่การสังเคราะห์ข้อมูลและสรุปให้เห็นว่าแท้จริงแล้วการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความหมาย หลักการและองค์ประกอบในการพัฒนาที่ครอบคลุมถึงประเด็นอะไรบ้าง โดยผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็นสองส่วนหลักเพื่อความเข้าใจของผู้อ่าน ประกอบด้วย ส่วนของแนวคิดหลักการและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และส่วนที่สอง ได้แก่ กรณีตัวอย่าง (Case Study) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น หนังสือเล่มนี้จึงมีความเหมาะสมและเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา นักวิชาการ นักวิจัยรวมถึงผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้นำเอาเนื้อหาในหนังสือ “ยล เยี่ยม เยือน หย้า: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานของทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ต่าง ๆ ได้

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)

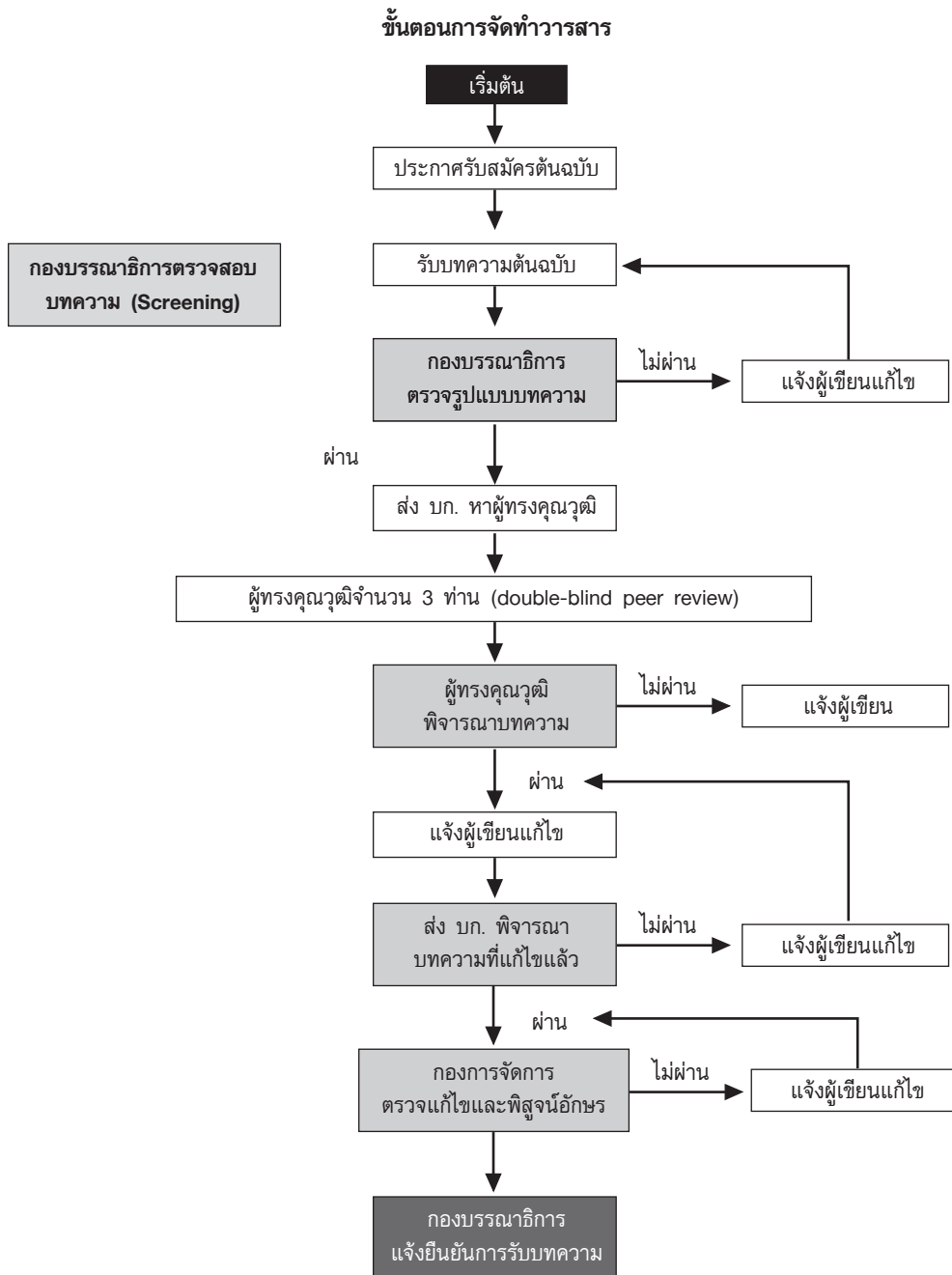
- ในกรณีบทความที่แก้ไขแล้วจากผลประเมินแบบ major revision ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความจะต้องพิจารณาอีกครั้งหนึ่งว่าบทความที่แก้ไขแล้วดังกล่าวเป็นที่ยอมรับเพื่อการตีพิมพ์ได้
- กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายที่จะตอบรับการตีพิมพ์หรือไม่ หากปรากฏมีความไม่สอดคล้องของผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 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/DPUthiparithatJournal>
- 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/DPUthiparithatJournal/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 แต่ถ้อยความนั้นมีการประเมินรอบที่ 2 จากผู้ทรงคุณวุฒิ กองจัดการวารสารจำเป็นต้องขยายเวลาการแจ้งผลออกไปอีก
5. ผู้ส่งบทความจะได้รับ**จดหมายตอบรับการตีพิมพ์**หลังจากบรรณาธิการได้รับทราบผลการประเมินบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิ และได้ตรวจสอบแล้วว่าผู้ส่งบทความแก้ไขบทความตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และตามแนวทางการจัดเตรียมบทความ โดยผู้ส่งบทความต้องแก้ไขบทความ และส่งกลับมายังกองจัดการวารสารผ่านระบบจัดการวารสารออนไลน์ THAIJO
6. วารสารจะส่งใบตอบรับและใบเสร็จชำระเงินค่าจัดการลงบทความให้แก่ผู้ส่งบทความตามช่องทางต่างๆ

หมายเหตุ

- หากบทความนั้นได้ผ่านกระบวนการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับการปฏิเสธให้ตีพิมพ์เผยแพร่ ทางกองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ขอสงวนสิทธิ์**ไม่คืนค่าจัดการลงบทความ**ให้แก่ผู้ส่งบทความ
- หากถ้อยความของผู้ส่งอยู่ระหว่างการดำเนินการในขั้นตอนประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว 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... ไว้ด้านล่างของภาพหรือรูปนั้นพร้อมชื่อรูปภาพ โดยให้ใช้สีขา-ดำเท่านั้น หรือ หากผู้เขียนต้องการตีพิมพ์รูปภาพสีผู้เขียนต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมหน้าละ 500 บาท

• **การพิมพ์ตาราง (Table)** ให้พิมพ์คำว่า “ตารางที่...” ตามด้วยลำดับที่ของตาราง 1, 2, 3... ไว้ด้านบนของตาราง 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)

วารสารสุกฤษีปริทัศน์ จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเผยแพร่งานทางวิชาการในประเภทบทความวิจัย บทความวิชาการ ให้กับอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา บุคลากรภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัยที่สนใจ เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดผลงานวิจัยและผลงานวิชาการ ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารทางวิชาการเป็นไปอย่างถูกต้อง สอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์ระดับนานาชาติ จึงได้กำหนดแนวทางวิธีปฏิบัติที่ดีและจริยธรรมของการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย ตามข้อกำหนดของ Committee on Publication Ethics (COPE) สำหรับการดำเนินงานของวารสารสุกฤษีปริทัศน์ 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 ที่ส่งผลกระทบต่อสรุปรองงานวิจัยของต้นฉบับที่อยู่ในกระบวนการประเมิน หรือบทความที่ตีพิมพ์ไปแล้ว
9. หากบทความวิจัยนั้น เป็นการวิจัยในคนหรือสัตว์ทดลอง ผู้เขียนต้องแนบหนังสือรับรองจริยธรรมจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์หรือสัตว์ทดลองมาพร้อมต้นฉบับ ทั้งนี้ การอนุมัติให้ลงตีพิมพ์ขึ้นอยู่กับพิจารณาจากกองบรรณาธิการวารสารฯ ถือเป็นขั้นสุดท้าย

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 จ่าหน้าซองจดหมายถึง 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 คุณกวีนิพนธ์ หรืออื่น ๆ โปรดระบุ.....

☐ งานวิจัย/วิชาการชื่อเรื่อง.....

☐ กวีนิพนธ์ (คุณกวีนิพนธ์) ชื่อเรื่อง.....

☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่าบทความนี้และสัญญาว่า เป็นผลงานที่ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ที่ใดมาก่อนและไม่
นำไปตีพิมพ์ลงในวารสารอื่นซ้ำอีกและเป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมตามที่ระบุในบทความตามจริงและยอมรับเงื่อนไข
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 ธนาคารกสิกรไทย 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