



คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

# วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Journal of Liberal Arts and Management Science  
Kasetsart University

ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

Vol.9  
No.2

July - December 2022



วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

ISSN: 2350-9627 (Print)

ISSN: 2697-3766 (Online)



วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University

**วัตถุประสงค์** เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัย ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ให้แก่บัณฑิตในระดับบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ นักวิจัย โดยมีขอบเขตครอบคลุมสาขาที่เกี่ยวข้องกับด้านศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้แก่ การบัญชี การเงิน การบริหาร การจัดการ การตลาด เศรษฐศาสตร์ การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬา และสหวิทยาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

**เจ้าของ** คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**ที่ปรึกษา** รองอธิการบดีวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร  
คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**บรรณาธิการ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก ห่านนิมิตกุลชัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**บรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก**

ศาสตราจารย์ ดร.ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรภักดิ์สรชกร	มหาวิทยาลัยนครพนม
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โกวิททย์ พิมพวง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**กองบรรณาธิการดำเนินการประจำฉบับ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นติศักดิ์ ดอกจันทร์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิธิ การสมดี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันยารัตน์ สุขะวิธกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธุ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์สุวคนธ์ สมไพโรพิทักษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวนิชชา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล อริยอากาศมล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศักดิ์สุริยา ไตรยราช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรไพโรจน์ อุปปิง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสสรดา พิษณุธีรนาถ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประภัสสร วารีศรี	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	มหาวิทยาลัยบูรพา
อาจารย์ ดร.ดวงนภา สุขะหุต	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

#### กองบรรณาธิการจัดการ

นางสาวชนิษฐา กิจปัญญทรัพย์

**กำหนดการเผยแพร่** ปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน)  
 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน  
 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

**การเผยแพร่** เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**สถานที่ติดต่อ** กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ  
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
 คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ  
 59/6 หมู่ 1 ถนน วปรอ.366 ตำบลเชียงเครือ อําเภอมือง จังหวัดสกลนคร  
 โทรศัพท์ 042-725039 โทรสาร 042-725040  
 E-mail: id.journaloflams@gmail.com  
 Website: <http://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam>

- 
1. บทความวิจัย บทความวิชาการ ตลอดจนผลงานทางวิชาการทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน โดยประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดลักษณะ double blind review ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นที่สุด
  2. ข้อความ และข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน กองบรรณาธิการและคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วย และมิใช่ความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการและคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
  3. กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา
  4. ลิขสิทธิ์บทความเป็นของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการและของผู้เขียนซึ่งได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนก่อน

## จริยธรรมในการตีพิมพ์

### บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

1. กองบรรณาธิการมีหน้าที่ดำเนินการตรวจสอบเนื้อหาและคุณภาพของบทความทุกเรื่องที่จะส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์กับวารสาร โดยจะต้องพิจารณาความสำคัญ ความใหม่ ความเกี่ยวข้องกับขอบเขตและวัตถุประสงค์ของวารสาร เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของบทความก่อนที่จะตีพิมพ์
2. กองบรรณาธิการต้องพิจารณาคูณภาพบทความภายใต้หลักเกณฑ์ทางวิชาการเป็นหลักในการคัดเลือกบทความ โดยปราศจากอคติต่อผู้นิพนธ์บทความ และไม่ใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์
3. ในกระบวนการประเมินบทความ กองบรรณาธิการต้องตรวจสอบการคัดลอกผลงานของบทความ (Plagiarism) หากตรวจพบการคัดลอกผลงานจะต้องระงับการประเมิน และติดต่อผู้นิพนธ์เพื่อเป็นหลักฐานประกอบการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์
4. กองบรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์หรือผู้ประเมินบทความ และไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความทั้งในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง
5. กองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น แก้อไขหรือแทรกแซงเนื้อหาบทความ รวมถึงผลประโยชน์ของผู้ประเมินบทความ และต้องปกป้องข้อมูลของผู้นิพนธ์และผู้ประเมินบทความจากบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องในระหว่างกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์
6. กองบรรณาธิการจะต้องปรับปรุงวารสารอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษามาตรฐานและคุณภาพให้มีความทันสมัยเสมอ

### บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องพิจารณาคูณภาพบทความภายใต้หลักเกณฑ์ที่ถูกต้องตามหลักทางวิชาการ โดยไม่ใช้ความคิดเห็นส่วนตัว และต้องตระหนักว่าตนเองมีความรู้ความชำนาญในเนื้อหาของบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง
2. ผู้ประเมินบทความต้องมีความเป็นกลาง ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์
3. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูลในบทความแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องได้รับรู้ในระหว่างการประเมินบทความก่อนที่จะทำการตีพิมพ์
4. ผู้ประเมินบทความต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์จากบทความ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดทำวารสาร
5. ผู้ประเมินบทความต้องทำการประเมินบทความตรงเวลาตามกรอบที่กำหนด
6. ผู้ประเมินบทความต้องช่วยเหลือการตัดสินใจของกองบรรณาธิการในการพิจารณาบทความก่อนที่จะตีพิมพ์ เช่น หากตรวจพบการคัดลอกผลงาน หรือการใช้ผลการวิจัยเท็จ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที

## บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้นิพนธ์

1. บทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการส่งต้นฉบับเพื่อรอตีพิมพ์กับวารสารหรือแหล่งเผยแพร่อื่น รวมถึงการไม่นำบทความไปตีพิมพ์เผยแพร่กับแหล่งอื่นหลังจากที่ได้รับการตีพิมพ์กับวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการแล้ว หากพบการตีพิมพ์ซ้ำซ้อนผู้นิพนธ์จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในทุกกรณี
2. ผู้นิพนธ์ต้องตรวจสอบบทความทั้งในแง่รูปแบบและเนื้อหา โดยทำการอ้างอิงเอกสารวิชาการหรือผลงานผู้อื่นให้ถูกต้องครบถ้วนตามแบบฟอร์ม (template) ของวารสาร และไม่ทำการคัดลอกผลงานทั้งของตนเองและผู้อื่น
3. ผู้นิพนธ์ต้องเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้ประเมิน และพร้อมปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาตามคำแนะนำของผู้ประเมินและกองบรรณาธิการ เพื่อให้บทความถูกต้องตามมาตรฐานทางวิชาการและตรงตามตามรูปแบบของวารสาร
4. กรณีที่มีผู้นิพนธ์หลายคน ผู้ที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างแท้จริง และการส่งต้นฉบับบทความให้วารสารพิจารณาตีพิมพ์จะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้นิพนธ์ทุกคนแล้ว
5. หากผู้นิพนธ์ประสงค์จะกล่าวขอบคุณผู้มีส่วนช่วยเหลือในบทความ จะต้องขออนุญาตก่อนระบุในกิตติกรรมประกาศท้ายบทความนั้น ๆ เสียก่อน
6. กรณีที่บทความเกี่ยวข้องกับการวิจัยในคนหรือสัตว์ทดลอง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อศักดิ์ศรี สิทธิ และความปลอดภัยของมนุษย์ ขอให้ผู้นิพนธ์แนบหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์หรือสัตว์ทดลอง เพื่อเป็นหลักฐานประกอบการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์

## คำแนะนำสำหรับการส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

### ข้อกำหนดหลัก

1. บทความที่แสดงเจตจำนงเพื่อตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์แก่วงการวิชาการโดยตรงซึ่งแสดงถึงการพัฒนา หรือต่อยอดองค์ความรู้ทางด้าน บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การจัดการ การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬา และสหวิทยาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. บทความที่ประสงค์จะเผยแพร่จะต้องไม่มีเนื้อหาที่แสดงถึงการหมิ่นประมาท ดูหมิ่น ให้อาย หรือยุยง ให้เกิดความเกลียดชังต่อบุคคลหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง และการกระทำต่างๆซึ่งรวมถึงการขัด ต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีงามของประชาชน ทั้งนี้ความคิดเห็นที่ปรากฏในวารสารศิลป ศาสตร์และวิทยาการจัดการ ถือเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนเพียงผู้เดียว โดยคณะ ศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องและไม่รับผิดชอบต่อใด ๆ ทั้งสิ้น

3. บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่ เคยได้รับการเผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเผยแพร่ของวารสารใดวารสารหนึ่งมาก่อน ทั้งการ เผยแพร่ในรูปแบบของเล่มหรือบางส่วนของข้อมูลหรือทั้งสองอย่าง

4. ข้อมูล ตาราง รูปภาพ แผนภาพ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ใน วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการถือเป็นลิขสิทธิ์ของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ และของผู้เขียน การคัดลอกหรือเผยแพร่จะต้องได้รับอนุญาตจากคณะศิลป ศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นลายลักษณ์อักษร

### การพิจารณาบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยกองบรรณาธิการจะตรวจสอบ (ความเหมาะสมและสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์และประโยชน์ทางด้านทฤษฎีและทางด้านปฏิบัติ) ของหัวข้อและเนื้อหาของบทความ โดยบรรณาธิการจะส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อสอบทาน คุณภาพของบทความว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะส่งตีพิมพ์หรือไม่ โดยกระบวนการพิจารณากลับกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process) หากผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณากลับกรอง บทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอ้างอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิว่าบทความนั้นๆ ควรจะลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการหรือควรที่จะส่งให้กับผู้ส่งบทความนำกลับไป แก้ไขก่อนแล้วพิจารณาอีกครั้งหนึ่งหรือปฏิเสธการลงตีพิมพ์

### ประเภทบทความตีพิมพ์

1. บทความวิชาการทางบริหาร ด้านเศรษฐศาสตร์ การจัดการ การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการ โรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬา และสหวิทยาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. รายงานและบทความวิจัยทางบริหาร ด้านเศรษฐศาสตร์ การจัดการ การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬา และสหวิทยาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. บทความที่แปลจากวารสารทางบริหาร ด้านเศรษฐศาสตร์ การจัดการ การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬา และสหวิทยาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. เรื่องที่น่าสนใจที่อยู่ในขอบเขตของวารสาร

## สารบัญ

บทความวิจัย/บทความวิชาการ	หน้า
ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานสู่ทักษะกีฬาพื้นฐานสำหรับเด็ก <i>สุดาวรรณ วุฒิชชาติ อีรินันท์ ตันพานิชย์ และ นิรอมลี มะกาเจ</i>	(1-14)
องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรม ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร <i>ลลิตา สุกรี และ ระชานนท์ ทวีผล</i>	(15-42)
อิทธิพลของภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา <i>ภาณุมาศ จงจัดกลาง ภิสรา อ้อพิมาย ฉัตรชัย อินทลั้งษ์ และ พงษ์นรินทร์ ปัดจัตรัส</i>	(43-54)
การเปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการเปิดเผยข้อมูลทางบัญชี ของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่ถูกและไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. สั่งให้แก้ไข งบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ <i>ปิยาภิศักดิ์ เจียรสุคนธ์</i>	(55-80)
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุน และผลตอบแทนผลิตภัณฑ์พริกแกง ในกิจการขนาดเล็ก <i>ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล</i>	(81-97)
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน กระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ (RPA) ในงานบัญชี: กรอบแนวคิดการวิจัย <i>บัญชา ไชยสมคุณ ขวัญฤดี พรชัยทิวัดต์ และ วิตติกา ทางชั้น</i>	(98-114)



## สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย/บทความวิชาการ	หน้า
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา <i>เปรมภาว์ ด้วงทอง ปทุมพร หิรัญสาลี พิมใจ พรหมสุวรรณ ลักขณา คำชู และ อริสรา ถาวรประเสริฐ</i>	(115-129)
ผลกระทบของสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาต่อผลตอบแทน ดัชนีอุตสาหกรรม 8 กลุ่ม ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย <i>ต้องพงศ์ พงษ์พานิช ปรัชญา งามจันทร์ กิตติมา งามวิไลกร กุลนาถ ภูธรโคตร เบญจวรรณ ศุภภัทรพร พิชชานันท์ ภาโสภา และ ฐิตาวรรณ อินสะอาด</i>	(130-142)
การกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิก กรณีอวดอุตริมนุสธรรม <i>พีรพจน์ ปิ่นทองดี นรินทร์ ทรงนรินทร์ ศิริลักษณ์ ประสันแพงศรี ชาติชาย วิริยะเจริญกิจ และ ปรีชาวัชร เศวตภัทรไพศาล</i>	(143-162)

## บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มุ่งมั่นที่จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังนั้น กองบรรณาธิการจึงให้ความสำคัญกับการเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งผ่านการคัดเลือกและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชาของบทความนั้นๆ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการ และสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้แก่นักวิจัย อาจารย์ นิสิตนักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจใช้ผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง

วารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565) ประกอบด้วยบทความวิจัยและบทความวิชาการ จำนวน 9 เรื่อง ดังนี้ 1) ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานสู่ทักษะกีฬาพื้นฐานสำหรับเด็ก 2) องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร 3) อิทธิพลของภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านกาแฟ อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา 4) การเปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการเปิดเผยข้อมูลทางบัญชีของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่ถูกและไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. สั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ 5) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์พริกแกงในกิจการขนาดเล็ก 6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ (RPA) ในงานบัญชี: กรอบแนวคิดการวิจัย 7) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 8) ผลกระทบของสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาต่อผลตอบแทนดัชนีอุตสาหกรรม 8 กลุ่ม ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 9) การกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่อาบัติปราชิก กรณีอวดอุตริมนุสธรรม กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความจะเป็นประโยชน์ต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ของนักวิจัย นักวิชาการและผู้อ่านทุกท่าน และมีส่วนร่วมในการต่อยอดความคิดแก้ไขปัญหาหรือต่อยอดการผลิตนวัตกรรมใหม่ๆ สู่เศรษฐกิจและสังคมไทยเพิ่มมากขึ้น

กองบรรณาธิการขอขอบคุณสำหรับการสนับสนุนด้วยดีเสมอมาจากทั้งผู้เขียนบทความและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ช่วยพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อความสมบูรณ์ของบทความ รวมถึงผู้อ่านทุกท่านที่ได้ติดตามวารสารมาโดยตลอด กองบรรณาธิการจะพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการวิชาการอย่างต่อเนื่อง และยินดีรับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

## ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานสู่ทักษะกีฬาพื้นฐานสำหรับเด็ก

### FUNDAMENTAL MOVEMENT SKILLS TO FUNDAMENTAL SPORTS SKILLS FOR CHILDREN

สุดาวรรณ วุฒิชชาติ<sup>1\*</sup> อีรนันท์ ตันพานิชย์<sup>2</sup> และ นิโรมลี มะกาเจ<sup>3</sup>

Sudawan Wutichat<sup>1\*</sup> Theeranan Tanphanich<sup>2</sup> and Niromlee Makaje<sup>3</sup>

(Received: January 24, 2022; Revised: October 6, 2022; Accepted: December 9, 2022)

#### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่ถือว่าการเคลื่อนไหวและเคลื่อนไหวที่ใช้ร่างกายเป็นสื่อ เพื่อให้เกิดทักษะจำเป็นที่สำคัญกับมนุษย์ทุกคน ซึ่งการฝึกทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน ควรได้รับการฝึกตั้งแต่เด็ก โดยแต่ละลำดับขั้นของการเคลื่อนไหวหรือการฝึกนั้นควรมีความสัมพันธ์กับช่วงอายุและพัฒนาการเจริญเติบโตของร่างกาย ตลอดจนนำทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน หรือฝึกฝนเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้ร่างกายได้อย่างฉลาดและมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อพัฒนาความสามารถของมนุษย์ในด้านต่างๆ เช่น พัฒนาความเชื่อมั่น ความคิดเชิงวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนนำไปสู่การพัฒนาทักษะเฉพาะกีฬา และพัฒนาไปสู่การแสดงความสามารถทางด้านกีฬาขั้นสูงสุด ทั้งนี้หากไม่ได้เข้าสู่การฝึกซ้อมเพื่อเป็นนักกีฬา ประสบการณ์จากการฝึกฝนและเรียนรู้การฝึกทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานเหล่านั้น จะเป็นประสบการณ์และทักษะที่สามารถส่งเสริมให้มนุษย์มีกิจกรรมการออกกำลังกายและกิจกรรมทางกายตลอดการดำรงชีวิต ทำให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการออกกำลังกายอันส่งผลให้เป็นมนุษย์ที่มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี

**คำสำคัญ:** ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน ทักษะกีฬาพื้นฐาน เด็ก

<sup>1</sup> นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาพลศึกษาและกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\* Corresponding author, E-mail: sudawan.wut@ku.th

## Abstract

This academic article aims to demonstrate the importance of fundamental movement skills that are physical movements and movements as a medium to achieve essential skills to all human beings. Basic movement skills training should be practiced from childhood with each step of movement or training correlated with age and development. Moreover, basic motor skills are used in daily living the development of the ability to use the body wisely and effectively (physical literacy) affect the development of human abilities in areas such as developing confidence, analytical thinking, and creativity, as well as developing fundamental sports skills and developing them into the highest level of athletic performance. On the other hand, if not entering training to become an athlete, the experience of practicing and learning those fundamental movement skills is an experience and skill that can encourage human beings to engage in exercise activities and physical activity throughout their livelihoods. This makes it possible to recognize the importance of physical activity that results in good physical and mental health.

**Keywords:** fundamental movement skills, fundamental sport skills, children

## 1. บทนำ

ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement skills) เป็นพื้นฐานของการเคลื่อนไหวที่มนุษย์ทุกคนพึงมีและเป็นทักษะจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้ส่วนประกอบของร่างกายส่วนต่างๆ ร่วมกัน เช่น แขน ขา แขน ลำตัวและศีรษะ รวมเข้ากับทักษะต่างๆ เช่น การวิ่ง การกระโดด การจับ การขว้าง การตี และการทรงตัว (ณัฐพร สุดดี, 2562) สิ่งเหล่านี้คือพื้นฐานของการเคลื่อนไหวที่นำไปสู่ทักษะการเคลื่อนไหวที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เช่น การเล่นกีฬา การเต้น ยิมนาสติก กิจกรรมนอกห้องเรียน และกิจกรรมนันทนาการทางร่างกาย การเล่นเกม การทำกิจกรรมทางกาย ดังนั้นทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานจึงเป็นรูปแบบกิจกรรมการเคลื่อนไหวเบื้องต้นที่สามารถนำไปสู่การเล่นกีฬาและกิจกรรมการเคลื่อนไหวที่สูงขึ้น เช่น การขว้างในกีฬาซอฟท์บอล การเสิร์ฟเทนนิส นอกจากนี้ทักษะพื้นฐานของการเคลื่อนไหว ไม่ว่าจะเป็น การเดิน วิ่ง กลิ้ง คลาน กระโดด ขว้าง ปา ตี เตะ ต่อย ทุ่ม ยก แบก อุ้มสอดสามารถประยุกต์ไปสู่รูปแบบของการทักษะการเคลื่อนไหวและเคลื่อนไหวที่เฉพาะประเภทกีฬาได้ (เจริญ กระบวนรัตน์, 2552)

การเคลื่อนไหวร่างกายผ่านการใช้ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน ช่วยส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านต่างๆ ได้ โดยเฉพาะเด็กในช่วงอายุ 2-7 ปี จะมีพัฒนาการการเรียนรู้ค่อนข้างเร็ว ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่ถูกต้องจะช่วยเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาระบบกลไกการเคลื่อนไหวของร่างกาย (motor development) และการเรียนรู้ของสมองอย่างเป็นรูปธรรม ช่วยกระตุ้นให้เกิดการสร้างจินตนาการใน

การเคลื่อนไหวและพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาความเชื่อมั่นและความคิดในเชิงวิเคราะห์ในช่วงอายุต่อไป (เจริญ กระจวนรัตน์, 2560) การพัฒนาการด้านการเคลื่อนไหวในเด็กเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อพัฒนาการด้านสติปัญญา สังคม และอารมณ์ โดยถ้าเด็กมีพัฒนาการด้านกลไกการเคลื่อนไหวที่ไม่เหมาะสมและไม่สามารถพัฒนาความสามารถทางทักษะกลไกการเคลื่อนไหวได้ จะทำให้เด็กขาดความมั่นใจและยากที่จะปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว (ณัฐิกา เฟ็งลี, 2558; Oliver, Schofield, & Kolt, 2007; Williams et al., 2008)

ดังนั้นหากเด็กไม่ได้รับการส่งเสริมให้มีโอกาสพัฒนาทักษะกลไกการเคลื่อนไหวอย่างเพียงพอ สิ่งที่จะเกิดขึ้นกับเด็กคือการขาดการเข้าร่วมกิจกรรมทางกายที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและเพียงพอต่อการเจริญเติบโต เช่นเดียวกันกับการเรียนการสอนรายวิชาพลศึกษาในปัจจุบัน ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของผู้เรียนเท่าที่ควร โรงเรียนหลายแห่งมุ่งเน้นไปที่การสอนวิชากีฬาที่เน้นแต่ทักษะกีฬาแต่ขาดการแนะนำทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานมาฝึกเพื่อพัฒนาความสามารถทางการเคลื่อนไหวของผู้เรียนก่อนที่จะนำเข้าสู่การพัฒนาทักษะกีฬาพื้นฐาน ซึ่งส่งผลให้ผู้เรียนขาดทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้อย่างกระชับกระฉ่งและเคลื่อนไหวไม่เป็นธรรมชาติ ผู้เรียนจึงไม่กล้าแสดงท่าทางการเคลื่อนไหว ไม่กล้าปฏิบัติทักษะกีฬาในชั้นเรียน และหลีกเลี่ยงการเข้าร่วมในวิชาพลศึกษาเนื่องจากขาดความมั่นใจ ซึ่งอาจนำไปสู่ความเกลียดชังในการออกกำลังกายหรือกิจกรรมทางกายทั้งหมด เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อการออกกำลังกายไปตลอดชีวิต

ผู้เขียนเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่ส่งผลต่อการพัฒนาการด้านสติปัญญา สังคม และอารมณ์ของเด็ก จึงมีวัตถุประสงค์ในการรวบรวมและสังเคราะห์แนวทางการเพิ่มทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานสู่ทักษะกีฬาพื้นฐานสำหรับเด็ก เพื่อให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของเด็กผ่านกระบวนการฝึกปฏิบัติอย่างถูกต้องและเป็นลำดับขั้นตอน จนเกิดการพัฒนาความสัมพันธ์ของระบบประสาทกล้ามเนื้อ (coordination) และความสัมพันธ์ในการเคลื่อนไหว (kinaesthesia) ทำให้เด็กเกิดความมั่นใจในการเคลื่อนไหวและเปิดโอกาสตัวเองในการเล่นกีฬา สนุกกับกิจกรรมทางกายและการออกกำลังกายมากขึ้น ทั้งยังมีผลต่อความสามารถในการเคลื่อนไหวร่างกายได้อย่างฉลาด (physical literacy) และหากมีทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement) ที่ดี ทักษะเหล่านี้จะเป็นฐานที่มั่นคงเพื่อรองรับการฝึกทักษะกีฬาพื้นฐาน (fundamental sport skills) ที่เน้นในเรื่องของการฝึกเฉพาะทักษะกีฬานั้นๆ มากขึ้น หากเด็กมีฐานรองรับการฝึกซ้อมที่ดี ทั้งทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement) และทักษะกีฬาพื้นฐาน (fundamental sport skills) ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาและต่อยอดไปสู่การฝึกซ้อมเพื่อพัฒนาเป็นนักกีฬาอาชีพต่อไป

## 2. รูปแบบการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (Fundamental Movement Patterns)

ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน สามารถจำแนกได้ 3 รูปแบบ (เจริญ กระจวนรัตน์, 2559) คือ

1. ทักษะการเคลื่อนไหวแบบไม่เคลื่อนที่ (non-locomotor movement)
2. ทักษะการเคลื่อนไหวแบบเคลื่อนที่ (locomotor movement)

### 3. ทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ (manipulative movement)

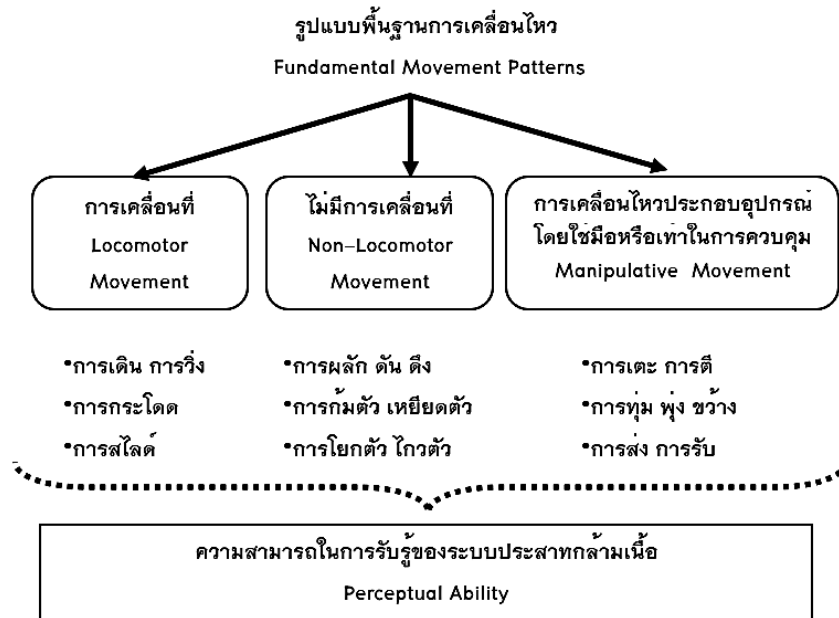
โดยทักษะการเคลื่อนไหวทั้ง 3 รูปแบบนี้ จะนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการรับรู้การเคลื่อนไหวของร่างกายและระบบประสาทกล้ามเนื้อ (perceptual ability) ที่มีผลต่อการประสานของระบบประสาทกล้ามเนื้อ (coordination) ความรู้ตัว (awareness) และความไวในการเคลื่อนไหว (kinaesthesia)

**ทักษะการเคลื่อนไหวแบบไม่เคลื่อนที่ (Non-Locomotor Movement)** คือ การเคลื่อนไหวร่างกายอยู่กับที่ เป็นการทำงานของข้อต่อส่วนต่างๆ ภายในร่างกายเป็นหลัก อาจจะมีการเพิ่มหรือลดมุมของข้อต่อในขณะที่มีการเคลื่อนไหวของร่างกายในระนาบต่างๆ หลักการสำคัญคือ ความสมดุล (balance) และความมั่นคงในการเคลื่อนไหว (stability) ในการควบคุมรักษาท่าทางของร่างกายจากแรงโน้มถ่วงของโลก (gravity) โดยผ่านการกระทำต่างๆ เช่น การงอ (flexion) การเหยียด (extension) การกาง (abduction) การหุบ (adduction) การบิด (twisting) การหมุน (rotation) ประกอบด้วยการเคลื่อนไหวส่วนบนของร่างกาย ได้แก่ ก้ม-เงย ศีรษะ หันศีรษะซ้าย-ขวา ยกไหล่ แกว่งแขน ก้มตัวเหยียดตัว งอตัว ด้านข้าง บิดลำตัว กางแขน-หุบแขน และการเคลื่อนไหวส่วนล่างของร่างกาย ได้แก่ ยืนงอขา เหยียดขา เตะขา ย่ำเท้าอยู่กับที่ ยืนกาง-หุบขา ลูก-นั่งเก้าอี้ เขย่งเท้า ยืนย่อเข่า ก้าวเท้าย่อเข่าอยู่กับที่ ก้าวเท้า ด้านข้างย่อเข่าอยู่กับที่

**ทักษะการเคลื่อนไหวแบบเคลื่อนที่ (Locomotor Movement)** คือการเคลื่อนไหวร่างกายที่มีการเคลื่อนที่หรือเปลี่ยนตำแหน่งที่อยู่ของร่างกายจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง โดยจะมีการทำงานของข้อต่อและกลุ่มกล้ามเนื้อมัดใหญ่ร่วมกันในขณะที่มีการเคลื่อนที่ โดยกลุ่มกล้ามเนื้อมัดใหญ่ (gross motor) มีหน้าที่ออกแรงขับเคลื่อนให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวและเคลื่อนที่ไปยังจุดเป้าหมาย ประกอบด้วยทักษะดังต่อไปนี้ การเดิน (walking) การกระโดดสองขาไปด้านหน้า (jumping for distance) การวิ่ง (running) การสไลด์ (sliding or side stepping) การว่ายน้ำ (swimming) การขี่จักรยาน (cycling) การเดินก้าวชิดก้าว (galloping) การกระโดดสลับเท้าไปข้างหน้า (skipping) การม้วนหน้า (forward roll) การกระโจน (leaping) การหลบหลีก (dodging) การกลิ้งตัว (rolling) การคลาน (crawling)

**ทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ (Manipulative Movement)** คือการเคลื่อนไหวร่างกายที่มีอุปกรณ์ประกอบการเคลื่อนไหวด้วย เป็นการใช้อวัยวะหลายส่วนในการเคลื่อนไหวร่วมกับอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ไม้เร็กเกต ลูกฟุตบอล ลูกบาส ลูกวอลเลย์บอล ซึ่งจะต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการควบคุมหยิบ จับ หรือลักษณะของอุปกรณ์เหล่านั้นทั้งขนาด รูปร่าง น้ำหนัก รวมถึงพื้นผิวสัมผัสของอุปกรณ์ ทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ ได้แก่ การตี (hit) การเตะ (kicking) การชก (punching) การทุ่ม (overhead pass) การพุ่ง การขว้าง (throwing) การโยน (tossing) การเหวี่ยงตี (striking with an

implement) การเลี้ยงลูกบอลด้วยมือ (striking with the hand) การจับ (catching) การผลักบอล (chest pass)



ภาพที่ 1 รูปแบบการเคลื่อนไหวพื้นฐาน 3 รูปแบบ  
ที่มา: เจริญ กระบวนรัตน์ (2558)

### 3. หลักการพัฒนการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานการเคลื่อนไหวที่ดี

การฝึกการเคลื่อนไหวให้เป็นไปอย่างถูกต้อง มีรูปแบบตามลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน และเป็นระบบ จะช่วยให้ผู้ฝึกสามารถเรียนรู้และจดจำได้อย่างรวดเร็ว สามารถแสดงออกถึงวิธีการเคลื่อนไหวก่อนที่ถูกต้อง ออกออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมในแต่ละโอกาสหรือสถานการณ์ ดังนั้นการฝึกการเคลื่อนไหวที่เป็นลำดับขั้นและเป็นระบบของครูผู้สอน จะช่วยให้ผู้ฝึกสามารถนำรูปแบบการเคลื่อนไหวก่อนที่ได้รับรู้หรือการฝึกปฏิบัติออกมาใช้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติทักษะการเคลื่อนไหวหรือทักษะกีฬาโดยประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

หลักการพัฒนการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานการเคลื่อนไหวก่อนที่ดี ครูหรือผู้สอนจะต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง 3 ประการ (เจริญ กระบวนรัตน์, 2559) คือ

1. การจัดลำดับขั้นตอนการฝึกทักษะแต่ละทักษะจะต้องเป็นไปอย่างถูกต้องและสัมพันธ์กัน
2. แนวแรงหรือท่าทางการเคลื่อนไหวของร่างกายจะต้องเป็นไปในทิศทางของแนวแรงที่ถูกต้อง
3. เน้นการปฏิบัติซ้ำอย่างถูกต้องสม่ำเสมอจนเกิดเป็นทักษะที่มีความสัมพันธ์เป็นอัตโนมัติและเป็นธรรมชาติ

องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง 3 ประการเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ทักษะพื้นฐานการเคลื่อนไหวที่ดีนี้ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีความสัมพันธ์เชื่อมโยงของธอร์นไดค์ (Thorndike's Connectionism Theory) ที่ประกอบด้วย กฎแห่งความพร้อม (law of readiness) กฎแห่งการฝึกหัด (law of exercise) และกฎแห่งผล (law of effect) และแนวคิดของโค้งการเรียนรู้ (learning curve) โดยทั้งสองแนวคิดมีหลักการเบื้องต้นว่าการเรียนรู้ควรเริ่มจากการเชื่อมโยงระหว่างการตอบสนองต่อสิ่งเร้า โดยที่การตอบสนองจะมีหลายรูปแบบจากการลองถูกลองผิด (Trial and error) จนกระทั่งได้รูปแบบที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งการตอบสนองในรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดจะทำให้เกิดการเรียนรู้ต่อไปเรื่อยๆ ในทิศทางที่ถูกต้องมากขึ้นจนเกิดเป็นทักษะที่มีความสัมพันธ์เป็นอัตโนมัติและเป็นธรรมชาติ ดังนั้นในกิจกรรมพลศึกษาสำหรับนักเรียน ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน จึงควรมุ่งเน้นกิจกรรมการเรียนรู้ทางทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานสู่ทักษะกีฬาพื้นฐานของนักเรียน เพื่อให้กิจกรรมทางพลศึกษามีความถูกต้อง ปลอดภัย เกิดทักษะพื้นฐานการเคลื่อนไหวที่ดีและมีประสิทธิภาพสำหรับผู้เรียน (สิทธิพงษ์ ปานนาค, 2564)

#### 4. ลำดับขั้นตอนการฝึกทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานอย่างถูกต้อง

ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน เป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นทักษะที่มีการพัฒนาในช่วงวัยเด็ก และเป็นพื้นฐานสำหรับการประกอบกิจกรรมต่างๆ เมื่อเจริญวัยสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเล่นกีฬา การออกกำลังกาย และการประกอบกิจกรรมนันทนาการ โดยในวัยเด็กควรพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่ก่อนที่จะพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก เพราะเด็กที่มีปัญหากับกล้ามเนื้อใหญ่ อวัยวะการเคลื่อนไหวจะไม่แข็งแรง กล้ามเนื้ออ่อนนุ่ม ข้อต่อต่างๆ ยึดได้มาก ดังนั้นการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวจึงควรมุ่งเน้นทักษะการเคลื่อนไหวที่ใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ในการเคลื่อนไหวร่างกายแบบเคลื่อนที่ และแบบอยู่กับที่เพื่อให้เด็กฝึกทักษะการเคลื่อนไหวร่างกายได้อย่างเหมาะสมตามวัย โดยทักษะการเคลื่อนไหวที่จะส่งเสริมกล้ามเนื้อมัดใหญ่ได้แก่การเดิน การวิ่ง การกระโดด การเตะ และการโยน เป็นต้น (ณัฐิกา เฟ็งลี, 2562; มณฑิชา อุไรพงษ์ และคณะ, 2563)

จากการศึกษา ค้นคว้า และประสบการณ์สอน ผู้วิจัยได้คำนึงถึงลำดับขั้นตอนการฝึกทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานอย่างถูกต้อง โดยผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การฝึกปฏิบัติ (practice) ทักษะการเคลื่อนไหวอย่างถูกต้องเป็นระบบจากง่ายไปยาก คือ ให้เริ่มจากรูปแบบการฝึกปฏิบัติที่ง่ายก่อน จะช่วยให้ผู้ฝึกลดความสับสนในการฝึกที่มีความยากหรือทักษะความซับซ้อนมากขึ้น อีกทั้งผู้สอนยังสามารถแก้ไขรายละเอียดของผู้ฝึกได้โดยไม่ปล่อยให้เกิดการปฏิบัติทักษะที่ผิด ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการพัฒนาการฝึกทักษะการเคลื่อนไหวที่ยากหรือทักษะที่มีความซับซ้อนต่อไป เช่น การสร้างเงื่อนไข (condition) ในการปฏิบัติทักษะให้เริ่มจากรูปแบบที่ง่ายที่สุดค่อยๆ ไปสู่รูปแบบที่ยาก ตามลำดับ

2. การเคลื่อนไหวร่างกายน้อยส่วนไปสู่การเคลื่อนไหวร่างกายหลายส่วน คือ การเคลื่อนไหว โดยเริ่มจากการใช้ข้อต่อหรือกลุ่มกล้ามเนื้อที่น้อยส่วน เพื่อลดความซับซ้อนในการใช้ร่างกายใน



การเคลื่อนไหวหรือเคลื่อนที่ เมื่อสามารถปฏิบัติทักษะในแต่ละส่วนได้แล้วจึงค่อยๆ เริ่มให้ฝึกโดยใช้ร่างกายหลายส่วนซึ่งอาจมีความซับซ้อนในการปฏิบัติมากขึ้น

3. การเคลื่อนไหวที่อยู่กับที่ไปสู่การเคลื่อนที่ คือ การเคลื่อนไหวร่างกายโดยไม่เคลื่อนที่ (non-locomotor movement) เช่น การยกขา การแกว่งแขน เป็นทักษะที่สามารถทำได้โดยไม่ต้องมีการเคลื่อนที่แต่ร่างกายมีการเคลื่อนไหว จนไปสู่การเคลื่อนที่ คือ ทักษะการเดินหรือทักษะการวิ่ง ที่มีการใช้ทักษะการยกขาและการแกว่งแขนเข้ามาประกอบเป็นทักษะที่มีการเคลื่อน (locomotor movement)

4. การเคลื่อนไหวโดยไม่ใช้อุปกรณ์ไปสู่การเคลื่อนไหวร่วมกับอุปกรณ์ คือ เมื่อเริ่มต้นการฝึกทักษะพื้นฐานการเคลื่อนไหวควรให้ผู้ฝึกเริ่มจากเรียนรู้การเคลื่อนไหวโดยไม่ใช้อุปกรณ์ร่วมกัน เพื่อให้เข้าใจขั้นตอนของการเคลื่อนไหวในแต่ละท่าหรือแต่ละรูปแบบ จะสามารถลดความซับซ้อนของส่วนที่ไม่ได้จำเป็นต้องเคลื่อนไหวในขณะที่ต้องเคลื่อนไหวร่วมกับอุปกรณ์ โดยควรฝึกฝนให้เกิดความชำนาญหรือเกิดการเคลื่อนไหวได้อย่างอัตโนมัติก่อน หากสามารถเคลื่อนไหวโดยไม่ใช้อุปกรณ์ได้เป็นอย่างดีแล้ว ก็สามารถเคลื่อนไหวร่วมกับอุปกรณ์อื่นๆ ได้ไม่ว่าจะเป็น ไม้แร็กเกต ลูกฟุตบอล ลูกบาสเกตบอล เป็นต้น

5. การเคลื่อนไหวร่างกายจากช้าไปเร็ว คือ ให้ผู้ฝึกเริ่มการเคลื่อนไหวร่างกายที่ช้าก่อน เพื่อให้สมองและกล้ามเนื้อได้จดจำข้อมูลการเคลื่อนไหวร่างกายในแต่ละทักษะที่ถูกต้องและลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดจากการเริ่มการฝึกที่ใช้ความเร็วแต่ไม่ถูกต้อง หากผู้ฝึกสามารถปฏิบัติทักษะการเคลื่อนไหวจนเกิดความสัมพันธ์และการประสานกลมกลืนของทักษะได้เป็นอย่างดีแล้ว จะเกิดความรวดเร็วแน่นอนแม่นยำตามมา

6. การเคลื่อนไหวที่เป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเองไปสู่การเคลื่อนไหวร่วมกับผู้อื่น

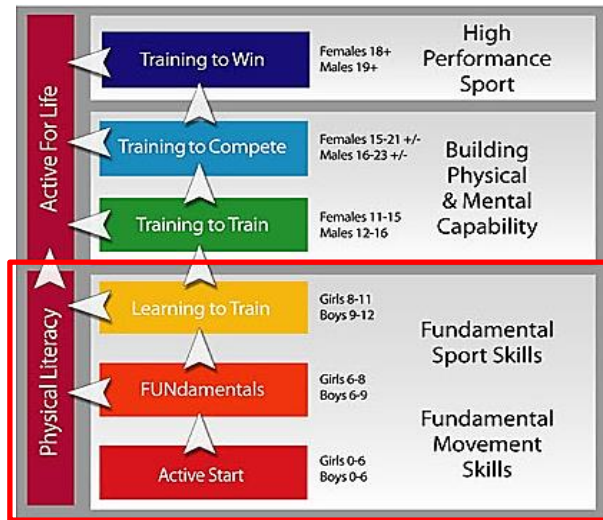
ดังนั้น ลำดับขั้นของทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่ถูกต้อง จะนำไปสู่การเคลื่อนไหวที่ซับซ้อนมากขึ้นได้ในอนาคต การทำงานประสานสัมพันธ์ของอวัยวะที่ใช้ในการเคลื่อนไหวของวัยเด็กจึงเป็นช่วงเวลาแห่งการพัฒนาที่สำคัญยิ่ง หากต้องการให้เด็กได้พัฒนาทักษะการเคลื่อนไหว ควรนำกิจกรรมทางกายที่มีรูปแบบการเคลื่อนไหวโดยใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่มาใช้เป็นแนวทางในการจัดโปรแกรมการฝึกการเคลื่อนไหว เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างระบบประสาทกับระบบกล้ามเนื้อภายในร่างกายให้สามารถพัฒนาไปสู่ทักษะการเคลื่อนไหวที่ซับซ้อนในการเล่นกีฬาได้ หากเด็กไม่ได้รับการฝึกทักษะการเคลื่อนไหวที่เพียงพออาจนำไปสู่การขาดทักษะทางกีฬาได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Brien, Belton, & Issartel (2016) ที่ได้ทำการศึกษาความสามารถในทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของเด็กและเยาวชน ผลการศึกษาพบว่าในการเรียนพลศึกษาของเด็กอายุระหว่าง 12-13 ปี ที่มีการจัดกิจกรรมทางกายให้แก่เด็กไม่เพียงพอ ส่งผลต่อการขาดความสามารถในทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่จะนำไปสู่ทักษะเฉพาะในกีฬาซึ่งเป็นเป้าหมายในการเรียนพลศึกษา ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการจัดโปรแกรมการเรียนการสอนพลศึกษาควรจะเน้นทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่ต้องมีความสุขสนุกสนาน และมีความหลากหลายในกิจกรรมทางกาย เพื่อเพิ่มระดับทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานให้แก่เด็กนักเรียนมากขึ้น

## 5. ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานสู่ทักษะกีฬาพื้นฐาน (Fundamental Movement Skills to Fundamental Sport Skills)

ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement skills) เป็นทักษะที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติโดยใช้ร่างกายเคลื่อนไหว หากเด็กได้สัมผัสประสบการณ์จากความรู้และความเข้าใจภายใต้เงื่อนไข (conditions) ที่ครูหรือผู้สอนได้จัดกิจกรรมหรือวางแผนการสอนอย่างมีลำดับขั้นตอน ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานจะเป็นรากฐานสำคัญที่จะส่งผลสู่ทักษะกีฬาพื้นฐาน (fundamental sport skills) และนำไปสู่การเล่นกีฬาเพื่อพัฒนาไปสู่การแสดงความสามารถทางด้านกีฬาสูงสุดคือ นักกีฬาระดับมืออาชีพ

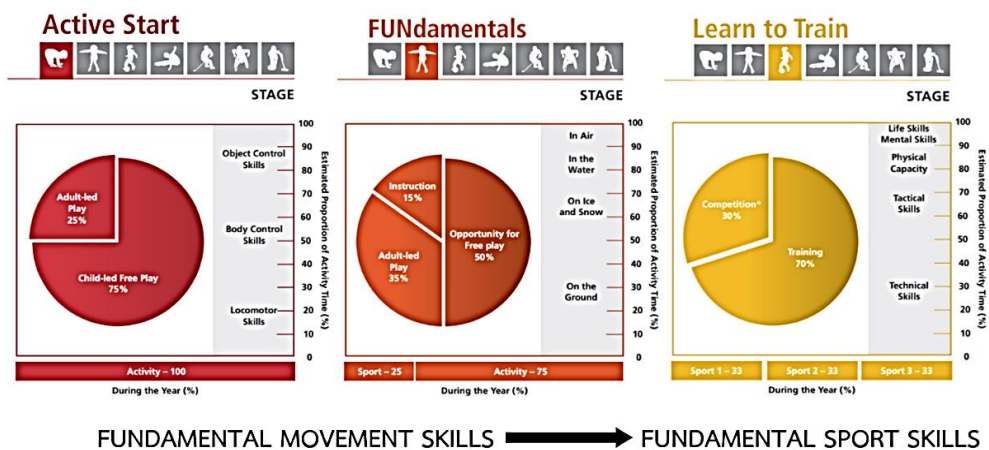
ในภาพที่ 2 ที่เป็นการวางแผนระยะยาวสำหรับพัฒนานักกีฬาของประเทศแคนาดา (long term athletes development: LTAD) จะเห็นได้ว่าทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement skills) เป็นช่วงแรกที่ถูกให้ความสำคัญในช่วงอายุน้อย โดยช่วงนี้มี 2 ขั้นที่จะช่วยในการพัฒนาการเคลื่อนไหว คือ 1) ขั้นแรกเริ่มเคลื่อนไหว (active start) ขั้นนี้จะเน้นเรียนรู้การเคลื่อนไหวผ่านการเล่นภายใต้เงื่อนไข (conditions) ที่ผู้สอนกำหนดวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ในทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานไว้ กิจกรรมควรเป็นกิจกรรมที่มีความสนุกสนาน ตื่นเต้นและท้าทาย กิจกรรมควรมีความต่อเนื่อง และสร้างความติดค้าง ความอยากรู้อยากลองของเด็กในการทำกิจกรรมไว้ เพื่อกระตุ้นและดึงดูดความสนใจของเด็ก และ 2) ขั้นการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement) เป็นขั้นที่เริ่มเรียนรู้ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่มีความสำคัญในการเคลื่อนไหวของมนุษย์ เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันและการมีกิจกรรมทางกาย และเปิดโอกาสให้เด็กได้เคลื่อนไหวอย่างอิสระ

ในภาพที่ 3 จะเห็นได้ว่าขั้นนี้ต้องมีการสอนและการแนะนำถึงวิธีการเคลื่อนไหวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ดังที่ เจริญ กระบวนรัตน์ (2558) กล่าวว่า การที่เด็กๆ สามารถเรียนรู้ทักษะและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจนกลายเป็นผู้ที่มีทักษะความสามารถในการใช้ร่างกายในการดำเนินชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเหตุผล ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและความมั่นใจ มีสมาธิและปลอดภัย (physically literacy) หลังจากนั้นหากเด็กยังเรียนรู้และพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานอย่างต่อเนื่องและได้รับการฝึกเป็นอย่างดีก็จะเข้าสู่ช่วงทักษะกีฬาพื้นฐาน (fundamental sport skills) ที่มีขั้นการเรียนรู้สู่การฝึกซ้อม (learn to train) ในขั้นนี้จะเป็นการนำความรู้และความสามารถของทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานเข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกซ้อมและการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาและพัฒนาไปในช่วงและขั้นต่อไปตามการวางแผนระยะยาวสำหรับพัฒนานักกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานและถือว่าเป็นบริบทของการพัฒนาทักษะกีฬาอื่นๆ จนนำไปสู่แนวทางการสอน การออกแบบกิจกรรมและกระบวนการสอนแบบต่างๆ ในการสอนทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานในวิชาพลศึกษาสำหรับเด็ก ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน เป็นจุดสนใจที่สำคัญในด้านพลศึกษา (physical education) และการศึกษา (sports) ที่จะต้องมีการวางแผนในระยะยาวต่อไปเพื่อการพัฒนาทักษะกีฬาในอนาคต (Barnett et al., 2016)



ภาพที่ 2 การวางแผนระยะยาวสำหรับพัฒนากีฬา  
ที่มา: Higgs et al. (2019)

หากศึกษาการวางแผนระยะยาวสำหรับพัฒนากีฬา เปรียบเสมือนการสร้างบ้านหนึ่งหลัง ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน ก็เปรียบเสมือนการปรับรากฐานวางเสาเข็มที่แข็งแรงของบ้านให้มีความมั่นคง เนื่องจากทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่ช่วงต่างๆ ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่จะสั่งสมมา จะช่วยสร้างประสบการณ์ให้เด็กจากการฝึกฝนเรียนรู้ผ่านการฝึกซ้อม (learn to train) จนกระทั่งสามารถเติมแต่งเทคนิคและแทคติการเป็นนักกีฬา ไปจนถึงการแสดงความสามารถทางด้านกีฬาขั้นสูงสุด



FUNDAMENTAL MOVEMENT SKILLS → FUNDAMENTAL SPORT SKILLS

ภาพที่ 3 ลำดับขั้นตอนการพัฒนาการฝึกทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานสู่ทักษะกีฬาพื้นฐานประยุกต์  
ที่มา: Higgs et al. (2019)

นอกจากแสดงให้เห็นถึงลำดับขั้นตอนการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement skills) ไปสู่ทักษะกีฬาพื้นฐาน (fundamental sport skills) แล้ว ในภาพที่ 3 แสดงให้เห็นถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาแต่ละขั้นตอนโดยแบ่งสัดส่วนของการมีกิจกรรมในแต่ละขั้น ดังนี้

#### ขั้นแรกเริ่มเคลื่อนไหว (Active Start)

ช่วงอายุระหว่าง 0-6 ปี ในกิจวัตรประจำวันให้เด็กได้ทำกิจกรรมที่สนุกสนาน พัฒนาทักษะการเคลื่อนไหว มุ่งเน้นการพัฒนาการเคลื่อนไหวแบบเคลื่อนที่ การเคลื่อนไหวร่วมกับอุปกรณ์และการรักษาสมดุลในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย เช่น บนพื้นดิน ในน้ำ ในอากาศ และบนพื้นน้ำแข็งหรือหิมะ สำหรับขั้นนี้มีข้อเสนอแนะให้เด็กมีการเคลื่อนไหว 180 นาที/วัน โดยสัดส่วนกิจกรรมในขั้นนี้ 75% เน้นให้เด็กเล่นอย่างอิสระและ 25% ผู้ใหญ่หรือผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการประกอบกิจกรรม

#### ขั้นการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (Fundamental Movement)

ช่วงอายุระหว่าง 6-9 ปี ในเด็กผู้ชายและช่วงอายุระหว่าง 6-8 ปี ในเด็กผู้หญิง ควรพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สนุกสนาน เน้นกิจกรรมที่พัฒนาความคล่องตัว ความสมดุลของร่างกาย การประสานสัมพันธ์ของระบบประสาทกล้ามเนื้อและความเร็ว ส่งเสริมไปสู่ทักษะอื่นๆ เช่น การวิ่ง การกระโดด การปั่นจักรยาน การโยน การขว้างและการรับ ขั้นนี้เริ่มมีการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย เช่น การฝึกความแข็งแรงด้วยน้ำหนักตัว (body weight) นอกจากนี้เริ่มให้เด็กเรียนรู้เกี่ยวกับกฎกติกาการเล่น มารยาทในกีฬา และการเคารพผู้อื่น โดยสัดส่วนกิจกรรมในขั้นนี้ 50% เปิดโอกาสให้เด็กเล่นอย่างอิสระ 35% ผู้ใหญ่หรือผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการประกอบกิจกรรม และ 15% ได้รับการแนะนำและเรียนรู้จากครูหรือผู้ฝึกสอน

#### ขั้นการเรียนรู้สู่การฝึกซ้อม (Learn To Train)

ช่วงอายุระหว่าง 8-11 ปี ในเด็กผู้ชาย และช่วงอายุระหว่าง 9-12 ปี ในเด็กผู้หญิง ซึ่งเป็นช่วงอายุที่เข้าสู่ช่วงวัยรุ่น ในขั้นนี้เป็นการฝึกฝนทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานและทักษะกีฬาพื้นฐานในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย สร้างความมั่นใจในการเคลื่อนไหว เพื่อพัฒนาต่อยอดไปสู่การพัฒนาทักษะกีฬาเฉพาะด้าน ควรคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านร่างกาย จิตใจ ความรู้ อารมณ์ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม มีการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย เช่น การฝึกความแข็งแรงด้วยน้ำหนักตัว (body weight) ร่วมกับการออกกำลังกายที่เพิ่มแรงต้านอื่นๆ เช่น ลูกเมดิซีนบอล พัฒนาการอ่อนตัวและความเร็วในการเคลื่อนไหว โดยสัดส่วนกิจกรรมในขั้นนี้ 70% มุ่งให้เด็กฝึกซ้อมและเรียนรู้หลักการอบอุ่นร่างกาย การคลายอุ่นร่างกาย การโภชนาการ การดื่มน้ำ และการฟื้นฟูสภาพร่างกาย รวมถึงการพักผ่อนนอนหลับ และการเตรียมการควบคุมอาการวิตกกังวล อีก 30% เป็นการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาและการฝึกทักษะกีฬาเฉพาะด้าน โดยในระดับเริ่มต้นควรเน้นเกี่ยวกับกฎกติกาการเล่น เล่นอย่างยุติธรรม รวมถึงการเรียนรู้ในเทคนิคและเทคนิคของทักษะ โดยเปิดโอกาสให้เด็กได้ลองเล่นในหลายๆ ตำแหน่งของกีฬา ควรมีการฝึกทักษะกีฬาเฉพาะด้าน 3 ครั้ง/สัปดาห์ และฝึกกีฬาอื่นๆ 3 ครั้ง/สัปดาห์

การวางรากฐานทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่ดีจะนำไปสู่ความสามารถในการแสดงทักษะเฉพาะกีฬาได้นั้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนขั้นการเรียนรู้การพัฒนาการเคลื่อนไหวพื้นฐานให้ตรงกับแต่ละช่วงวัย ในงานวิจัยของ อภิวัฒน์ ปานทอง (2560) พบว่า ปัจจัยการพัฒนาทักษะกีฬาในระบบการ

วางแผนระยะยาว คือการเจริญเติบโตของร่างกายในแต่ละช่วงวัย ดังนั้นในการพัฒนานักกีฬาให้ มีทักษะเฉพาะกีฬาขั้นสูงได้อย่างมีคุณภาพ ผู้ฝึกสอนและผู้ปกครองต้องให้ความสำคัญกับลำดับขั้นตอนการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานในแต่ละช่วงวัย การทำให้ระบบการพัฒนานักกีฬาจะประสบความสำเร็จต้องมีการปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถสร้างนักกีฬาได้อย่างต่อเนื่องและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรได้อย่างมีคุณภาพ

## 6. ลำดับขั้นของการเคลื่อนไหวสู่ความสามารถในการแสดงทักษะเฉพาะกีฬา

จากการค้นคว้างานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการแสดงลำดับขั้นของการเคลื่อนไหวสู่ความสามารถในการแสดงทักษะเฉพาะกีฬา พบว่า ลำดับขั้นของการเคลื่อนไหวสู่ความสามารถในการแสดงทักษะเฉพาะกีฬา จำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอนของการเคลื่อนไหวของมนุษย์ที่เกิดขึ้นตามพัฒนาการการเจริญเติบโตของมนุษย์และตามช่วงวัยที่เด็กได้รับการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวจนกระทั่งไปสู่ทักษะเฉพาะกีฬาตามลำดับ (Robin & Melissa, 2015; Vitoria, 2009) โดยแบ่งย่อยเป็น 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

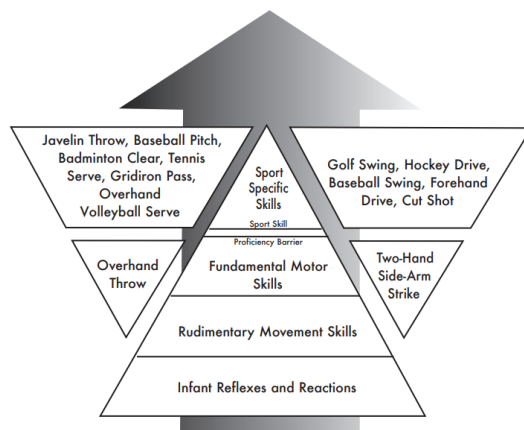
ขั้นที่ 1 ปฏิกริยาตอบสนองแบบอัตโนมัติหรือปฏิกริยาสะท้อนกลับ (Infant Reflexes And Reactions) ในขั้นนี้จะเกิดขึ้นระหว่างช่วง อายุ 0-1 ปี จะเป็นการเคลื่อนไหวในรูปแบบปฏิกริยาสะท้อนกลับ (reflex) เช่น การกระพริบตา การคว่ำ การดูด อาการสะดุ้ง และพื้นฐานทักษะในการเคลื่อนไหว เช่น การดิ่ง การพลิกตัว คืบคลาน การนั่ง การย่างก้าวเดิน ถือว่าเป็นก้าวสำคัญของการเคลื่อนไหว ทักษะเหล่านี้จะค่อยๆ เกิดขึ้นตามพัฒนาการการเจริญเติบโตด้านการเคลื่อนไหวของเด็ก

ขั้นที่ 2 การเคลื่อนไหวเบื้องต้น (Rudimentary Movement Skills) ในขั้นนี้จะเกิดขึ้นระหว่างช่วงอายุ 0-2 ปี การเคลื่อนไหวถูกพัฒนาตามการเจริญเติบโตของเด็ก เช่น การเอื้อมมือ การกำรวบมือ การตะปบ การคืบคลาน การคลาน การนั่ง การเดิน (ที่มีคนช่วยประคอง) และการวิ่ง แต่ในช่วงอายุนี้ เด็กจะยังแสดงความสามารถของการเคลื่อนไหวได้ไม่สมบูรณ์ เช่น การทรงตัวและการประสานสัมพันธ์กับ ของระบบประสาทกล้ามเนื้อ

ขั้นที่ 3 ทักษะกลไกพื้นฐาน (Fundamental Motor Skills) ช่วงอายุที่ควรได้รับการฝึกและพัฒนาจะอยู่ระหว่างช่วงอายุ 2-8 ปี ในขั้นนี้ควรรับการฝึกทักษะกลไกพื้นฐานหรือทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานอย่างเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นทักษะการเคลื่อนไหวแบบไม่เคลื่อนที่ ทักษะการเคลื่อนไหวแบบเคลื่อนที่ และทักษะการเคลื่อนไหวร่วมกับอุปกรณ์ ซึ่งทักษะในรูปแบบต่างๆ เหล่านี้จะเป็นรากฐานสำคัญที่นำไปสู่การแสดงทักษะเฉพาะกีฬาหรือการเล่นกีฬา แต่ถ้าหากไม่เคยได้รับการฝึกทักษะกลไกพื้นฐานหรือทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานมาก่อน จะส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการแสดงความสามารถในขั้นทักษะเฉพาะกีฬาต่อไป

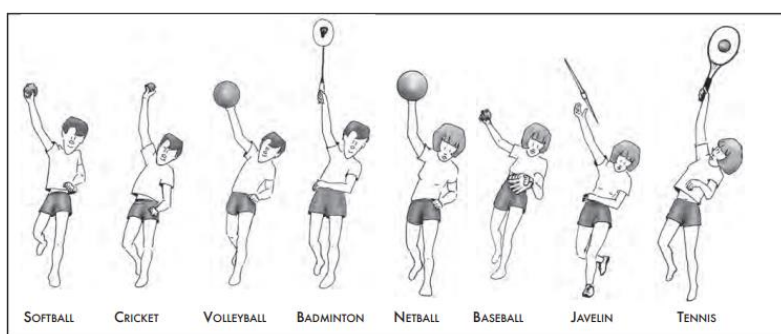
ขั้นที่ 4 ทักษะเฉพาะกีฬา (Sport Specific Skills) เป็นทักษะที่ถูกพัฒนาต่อยอดมาจากขั้นของทักษะกลไกพื้นฐาน (fundamental motor skills) หรือทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement skills) เช่น ทักษะการตีลูกเซฟในกีฬาแบดมินตัน ถือว่าเป็นทักษะเฉพาะกีฬาที่เป็นพื้นฐานของกีฬาแบดมินตัน ลักษณะการเคลื่อนไหวคือการเหวี่ยงตีแร็กเกตเหนือศีรษะ ดังภาพที่ 5 ที่

แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานไปสู่ทักษะเฉพาะกีฬา โดยมีท่าทางการเคลื่อนไหว ที่เป็นทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของทักษะการขว้างปามือเดียวเหนือศีรษะ



ภาพที่ 4 ลำดับขั้นของการเคลื่อนไหวสู่ความสามารถในการแสดงทักษะเฉพาะกีฬา  
ที่มา: Vitoria (2009)

แสดงให้เห็นว่าความสำคัญของการเคลื่อนไหวที่ดีที่จะนำไปสู่การแสดงทักษะเฉพาะกีฬานั้น เกิดจากการที่เด็กได้มีการเคลื่อนไหวที่เกิดจากการพัฒนาของการเจริญเติบโตด้านการเคลื่อนไหวและการได้รับการฝึกฝนเรียนรู้ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานจากการปฏิบัติ (learning by doing) ด้วยตนเอง และจากการเตรียมกิจกรรม การวางแผนที่เป็นระบบและมีลำดับขั้นตอนที่ถูกต้องของครูและผู้สอน



ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานไปสู่ทักษะเฉพาะกีฬา  
ที่มา: Vitoria (2009)

## 7. สรุป

ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน (fundamental movement skills) เป็นพื้นฐานของการเคลื่อนไหวที่มนุษย์ทุกคนพึงมี และเป็นทักษะจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน โดยปกติแล้วมนุษย์สามารถปฏิบัติทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานได้ตามพัฒนาการเจริญเติบโตของร่างกายหรือพัฒนาการที่เกิดขึ้นตามช่วงวัยอยู่แล้ว เช่น เด็กทารกที่เริ่มต้นเคลื่อนไหวได้ด้วยการหยิบจับ พลิกคว่ำตัว การคลาน ไปสู่การเดินและการวิ่ง ซึ่งถือว่าเป็นทักษะที่สามารถค่อยๆ ปฏิบัติได้ตามพัฒนาการในแต่ละช่วงวัย ในขณะที่เดียวกันทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานบางทักษะ เช่น การกระโดด การสไลด์ด้านข้าง การขว้างปา และการเตะ ซึ่งเป็นทักษะที่ไม่ได้ถูกนำมาใช้ในชีวิตประจำวันมากนัก แต่ถือว่าเป็นทักษะที่สำคัญในการพัฒนาความสามารถในการเคลื่อนไหว และเป็นทักษะที่ควรได้รับการเรียนรู้ผ่านกระบวนการฝึกปฏิบัติ (learning by doing) อย่างถูกต้อง เป็นลำดับขั้นตอนและมีความสัมพันธ์กันในรูปแบบของกิจกรรม โดยการฝึกทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน ส่งผลต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ของระบบประสาทกล้ามเนื้อ (coordination) และความสัมพันธ์ในการเคลื่อนไหว (kinaesthesia) ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวได้อย่างกลมกลื่นและมีความต่อเนื่อง ถือว่าเป็นรากฐานที่สำคัญ อันนำไปสู่การต่อยอดการเคลื่อนไหวในแต่ละประเภทกีฬาหรือทักษะกีฬาพื้นฐาน (fundamental sport skills) ต่อไป

## 8. เอกสารอ้างอิง

- เจริญ กระบวนรัตน์. (2552). *ตาราง 9 ช่องกับการพัฒนาสมอง* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สินชนากอปปี้เซ็นเตอร์.
- เจริญ กระบวนรัตน์. (2558). ทักษะพื้นฐานการเคลื่อนไหวกับการพัฒนาสมอง. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*. 41(1), 5-16.
- เจริญ กระบวนรัตน์. (2559). รูปแบบการจัดกิจกรรมการเคลื่อนไหวสำหรับเด็กเพื่อพัฒนาสมองและความสามารถในการรับรู้เรียนรู้. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*, 42(2), 16-24.
- เจริญ กระบวนรัตน์. (2560). การพัฒนากระบวนการเรียนรู้อย่างไรให้มีคุณภาพสำหรับเด็ก. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*. 43(2), 6-18.
- ณัฐพร สุตดี. (2562). *ทักษะและเทคนิคการจัดกิจกรรมการเคลื่อนไหวสำหรับเด็กเล็ก* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐิกา เฟ็งลี. (2558). ความสำคัญของการสอนทักษะการเคลื่อนไหวขั้นพื้นฐานสำหรับเด็กปฐมวัย. *วารสารครุศาสตร์สาร*. 9(2), 103-109.
- ณัฐิกา เฟ็งลี. (2562). ผลของโปรแกรมทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่มีต่อทักษะกลไกการเคลื่อนไหวของเด็กปฐมวัย. *วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 47(3), 196-216.
- มณฑิชา อุไรพงษ์, กรรวิ บุญชัย, และวิชาญ มะวิญธร. (2563). ผลของโปรแกรมกิจกรรมทางกายที่มีต่อทักษะการเคลื่อนไหวและสมรรถภาพทางกลไกของเด็กอายุ 3-5 ปี. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*, 46(1), 133-142.

- สิทธิพงษ์ ปานนาค. (2564). การประยุกต์ใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงคุณภาพสู่การวิจัยในชั้นเรียนทางพลศึกษา. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 16(1), 129-136.
- อภิวัฒน์ ปานทอง. (2560). การวางแผนระยะยาวสำหรับพัฒนานักกีฬา. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 14(64), 15-22.
- Barnett, L. M., Stodden, D., Cohen, K. E., Smith, J. J., Lubans, D. R., Lenoir, M., ... & Morgan, P. J. (2016). Fundamental movement skills: An important focus. *Journal of Teaching in Physical Education*, 35(3), 219-225.
- Brien, W. O., Belton, W. & Issartel, J. (2016). Fundamental movement skill proficiency amongst adolescent youth. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 26(6), 557-571.
- Higgs, C., Way, R., Harber, V., Jurbala, P., & Balyi, I. (2019). *Long-term development in sport and physical activity 3.0*. Retrieved October 30, 2021, from <https://sportforlife.ca/wp-content/uploads/2019/06/Long-Term-Development-in-Sport-and-Physical-Activity-3.0.pdf>
- Oliver, M., Schofield, G. M., & Kolt, G. S. (2007). Physical activity in preschoolers. *Sports Medicine*, 37(12), 1045-1070.
- Robin, S. Vealey & Melissa, A. Chase. (2016). *Best Practice for Youth Sport: Science and Strategies for Positive Athlete Experiences*. (1st ed). Human Kinetics.
- Vitoria. (2009). *Fundamental movement skills: a manual for classroom teachers*. Retrieved October 27, 2021, from <https://fusecontent.education.vic.gov.au/6f9265d9-afef-4a9a-9228-05a039225985/fmsteacher.pdf>
- Williams, H. G., Pfeiffer, K. A., O'Neill, J. R., Dowda, M., McIver, K. L., Brown, W. H., & Pate, R. R. (2008). Motor skill performance and physical activity in preschool children. *Obesity*, 16(6), 1421-1426.



องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
ธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรม  
ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

INTERIOR DESIGN ELEMENTS INFLUENCING THE DECISION TO USE  
A HOTEL BUSINESS AMONG GENERATION Z TRAVELERS, CASE  
STUDY OF HOTEL BUSINESSES IN POM PRAP SATTRU PHAI  
DISTRICT, BANGKOK

ลลิตา สุกรี<sup>1</sup> และ ระชานนท์ ทวีผล<sup>2\*</sup>

Lalida Sugree<sup>1</sup> and Rachanon Taweephol<sup>2\*</sup>

(Received: July 26, 2022; Revised: November 18, 2022; Accepted: December 9, 2022)

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในของธุรกิจ  
โรงแรมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต 2) ศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผล  
ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน  
ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย 4 คน  
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันแซตจำนวนด้วยโปรแกรม G\*power จำนวน  
184 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สัมพันธ์  
เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบการตกแต่งภายใน  
โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร  
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า องค์ประกอบการออกแบบ  
ตกแต่งภายในที่มีอิทธิพลมากที่สุด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ ด้านความสะดวกสบายและ  
การใช้งานง่าย ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน ด้านจุดถ่ายภาพ  
และการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่ม  
นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต

**คำสำคัญ:** การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม การตัดสินใจ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันแซต

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\* Corresponding author, E-mail: rachanon@ms.su.ac.th

## Abstract

The objectives of this research were 1) to study the interior design elements of the hotel business for Generation Z travelers; and 2) to investigate the interior design elements that influence the decision to use the hotel business of Generation Z travelers. This research applied mixed method research, including in-depth interviews with 4 hotel operators from 3-4 star-hotels in Pom Prap Sattru Phai District. The sample used in the research was 184 generation Z travelers calculated with the G\*power program and the data were analyzed with percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The findings revealed that Interior elements are at the highest level. When classifying aspects, it was found that utilities and building engineering systems were found It's the most average. According to the multiple regression analysis, it revealed that the five most influential interior design elements are psychology in design, comfort and ease of use, public utilities and building engineering systems, use of space size, photography, and marketing promotion of the hotel. These affects the decision to choose the hotel services of generation Z travelers.

**Keywords:** Hotel interior design, decision, Generation Z travelers

## 1. บทนำ

การเติบโตทางเศรษฐกิจของราชอาณาจักรไทยมีผลพวงจากความสำเร็จของภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2562 พบว่า มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 18 ในแต่ละปี มีอัตราการจ้างงานถึง 4.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 12 ของการจ้างงานทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2562 รายได้จากตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1.93 ล้านล้านบาท และรายได้จากตลาดนักท่องเที่ยว ภายในประเทศ 1.08 ล้านล้านบาท คิดเป็นมูลค่าโดยรวม 3.01 ล้านล้านบาท จนกระทั่งการอุบัติขึ้นของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ประกาศให้เป็นโรคติดต่อร้ายแรงต่อประชาคมโลก และมีการแพร่ระบาดไปทั่วโลกในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดลงจนกลายเป็นศูนย์ในที่สุด ธุรกิจโรงแรมไทยได้รับ ผลกระทบด้านโครงสร้างรายได้โดยตรง และทยอยปิดกิจการตามลำดับ ตลอดจนกลุ่มแรงงานจากภาค บริการถูกยกเลิกการจ้างงานเป็นจำนวนหลายอัตรา ทางรัฐบาลได้มีกำหนดมาตรการเพื่อยับยั้งการแพร่ ระบาดครั้งนี้ เริ่มต้นจากการจำกัดการเดินทางข้ามจังหวัด การรักษาระยะห่างทางสังคม การสวมหน้ากากอนามัยในระหว่างออกไปทำกิจวัตรประจำวันนอกเคหสถาน และการยุติกิจการและกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นการชั่วคราว (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ภายหลังสถานการณ์ภายในประเทศไทยที่จำนวนผู้ติดเชื้อคงที่ ทางรัฐบาลจึงเริ่มมีการประกาศ อนุญาตให้ธุรกิจโรงแรมกลับมาเปิดให้บริการเป็นปกติในช่วงกลางเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 ในขณะที่ ความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข

และสภาหอการค้าไทย ได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amzing Thailand Safety & Health Administration: SHA) โดยยึดหลักการดำเนินงานและมาตรการป้องกันความเสี่ยงติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ธุรกิจโรงแรมที่ได้รับมาตรฐาน SHA ต้องมีจุดให้บริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ จำกัดจำนวนผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว การดูแลรักษาความสะอาดในพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง (กรมการท่องเที่ยว, 2563) จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ธุรกิจโรงแรมเริ่มจะกลับมาฟื้นตัว โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มกลับมาเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 88.75 ในขณะที่เดียวกันทางรัฐบาลได้มีนโยบายการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการคนละครึ่ง ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจและการใช้จ่ายในการออกเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแผนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 80.40 อย่างต่อเนื่องอีก 5 ปี (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2563)

ความได้เปรียบของกรุงเทพมหานครที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตของประชาชนที่ครบวงจร ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการสามารถขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเลือกที่จะเดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครเป็นอันดับแรก ก่อนที่จะเดินทางไปยังภูมิภาคอื่น ๆ หรือจังหวัดใกล้เคียง (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร, 2556) ในส่วนของเขตป้อมปราบศัตรูพายนับว่า เป็นพื้นที่ ชื่นในของกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเปรียบเสมือนศูนย์กลางของการศึกษา การค้า เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และประเพณี ที่ได้มีการพัฒนาไปตามนโยบายทางการเมืองและยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน รวมทั้งยังมีธุรกิจบริการประเภทต่างๆ อาทิ ธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาว รวมทั้งหมด 4 แห่ง ตลอดจนมีการจัดงานตามปฏิทินเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี นอกจากนี้ เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายยังมีทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมที่มีความรุ่งเรืองเกิดขึ้น สังเกตได้จากสิ่งปลูกสร้างที่เป็นโบราณสถานและถิ่นที่อยู่อาศัยของประชาชนในอดีต จึงเป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว รวมทั้งยังมีธุรกิจโรงแรมไว้อรองรับผู้มาเยือนหลากหลายประเภท (สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย, 2563)

จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์ (2564) ได้นำเสนอแนวทางการออกแบบธุรกิจโรงแรมยุคใหม่หลัง COVID-19 ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจโรงแรมเก่าที่ต้องการปรับปรุงการบริการ หรือกลุ่มโรงแรมที่กำลังลงทุนสร้างใหม่ เริ่มจากการคำนึงถึงบริบทของนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งกลุ่มเจนเอเรชั่นวายและแซดที่ยึดมั่นในตนเองเป็นหลักทั้งทัศนคติและความต้องการ ในอนาคตประชากรทั้ง 2 กลุ่มนี้ จะมีสัดส่วนมากที่สุดในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนเจนเอเรชั่นแซดที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2540 ขึ้นไป เป็นยุคสมัยของคนที่เกิดมาในช่วงความแพร่หลายของเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงมีความต้องการในระดับสูงจากตัวเลือกหรือแหล่งข้อมูลของสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมและรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องนำเสนอการบริการที่เหมาะสม

พร้อมกับการพิจารณาสภาพแวดล้อมของทำเลที่ตั้งและการออกแบบตัวอาคารต้องมีความสอดคล้องซึ่งกันและกัน รวมทั้งการมีส่วนร่วมช่วยในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมเหล่านั้นให้เกิดความยั่งยืน ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจโรงแรมในสายตาของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการส่งเสริมให้การรับรู้ที่ธุรกิจโรงแรมไม่ใช่เพียงแค่สถานที่สำหรับพักผ่อนเพียงอย่างเดียว แต่ต้องสามารถรองรับการทำงานหรือการทำธุรกิจเนื่องจากหลังสถานการณ์ COVID-19 นักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาพักผ่อนบางครั้งต้องทำงานควบคู่กันไป ทางธุรกิจโรงแรมควรเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง

สำหรับผลงานวิจัยของ Adem (2020) พบว่า การออกแบบธุรกิจโรงแรมที่ส่งผลบวกต่ออารมณ์ ความสุข ความสบายใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อกับตราสินค้าให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพของธุรกิจโรงแรม ส่งผลให้เกิดการเข้าพักอาศัยในระยะยาวและเกิดความจงรักภักดี เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของ Baek and Ok (2017) นำเสนอผลการศึกษาที่เกี่ยวกับการออกแบบธุรกิจโรงแรมพบว่า สัญลักษณ์และสุนทรียภาพในการออกแบบ มีผลต่อความตั้งใจในการสำรองห้องพัก และการกระตุ้นความต้องการในการตัดสินใจเข้าพัก มีความแตกต่างด้วยการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของธุรกิจโรงแรมเกิดจากการตีความแนวคิด ทศนคติ และตัวตน ตลอดจนเรียนรู้และการสร้างความหมายใหม่ร่วมกัน (CO-Creation) ระหว่างธุรกิจโรงแรมกับนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการความแปลกใหม่ของนักท่องเที่ยว (ทศพร บุญวัชรภักย์ และคณะ, 2559) ในขณะที่ประชากรกลุ่มเจนเอเรชันแซดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ใช้จ่ายได้ไปกับกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว กระตุ้นให้กลุ่มเจนเอเรชันแซดต้องการออกเดินทางได้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังชอบค้นหาจุดหมายปลายทางที่คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความนิยมมากนัก ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ประสบการณ์จากพื้นที่ หากเป็นที่การเลือกที่พักรหรือโรงแรมต้องมีความโดดเด่นเรื่องของการออกแบบหรือดีไซน์เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยว (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2561) กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่เป็นจุดหมายปลายทาง ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มธุรกิจโรงแรมจำนวนมากเข้าสู่ในสภาวะการแข่งขันสูงที่จะต้องมีการช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดในช่วงการกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งหลังสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ชะลอตัว

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชันแซด กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางให้กับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจโรงแรมให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเจนเอเรชันแซด โดยการทบทวนการออกแบบและตกแต่งอย่างสร้างสรรค์ มีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่กิจการ อีกทั้งยังสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมและองค์ประกอบของการออกแบบที่สนับสนุนให้ธุรกิจโรงแรมกลายเป็นตัวเลือกของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่อย่างเจนเอเรชันแซดได้อย่างสมบูรณ์แบบ

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

## 3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

นิยามคำว่า “การตัดสินใจ” หมายถึง กระบวนการทางตรรกวิทยาเพื่อการประเมินทางเลือกจากมูลความจริงที่ปรากฏ เพื่อนำมาคิดทบทวนทางเลือกต่างๆ โดยอาศัยความเป็นเหตุเป็นผลอย่างรอบคอบ (Barnard, 1938) แต่ในมุมมองของ Simon (1960) กล่าวถึง การตัดสินใจเป็นพฤติกรรมมนุษย์ที่ใช้การสะสมข้อมูลสำหรับการประมวลผลตามสถานการณ์ และเงื่อนไขสนับสนุนทางเลือกที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้า หรือมีแบบแผนเอาไว้ล่วงหน้า (Programmed Decisions) และการตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดแบบแผนไว้ล่วงหน้า (Non Programmed Decisions) หรือเป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ในขณะที่กระบวนการตัดสินใจทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเชื่อมโยงกับแหล่งข้อมูลหลากหลายระดับ เนื่องจากผู้ซื้อทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณลักษณะที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่ กิจกรรม ที่พักอาศัยการเดินทาง เป็นต้น ทั้งนี้ นุชนารถ ฤกษ์นรมย์ และปรีดา นัคเร (2563) อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจอาจเกิดจากความต้องการหรือรสนิยม หรือแม้กระทั่งกลุ่มบุคคลอ้างอิงอื่นๆ เข้ามาเป็นแรงกระตุ้นให้บรรลุเป้าหมายมากยิ่งขึ้นแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งขั้นตอนการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นที่ 1 ความปรารถนาที่จะท่องเที่ยว (Travel Desire) ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) ขั้นที่ 3 การประเมินตัวเลือก (Travel Assessment) และขั้นที่ 4 การตัดสินใจ (Travel Decision and Demand)

### การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม

ความหมายของการออกแบบ คือ กิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้สอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ โดยอาศัยวิธีการออกแบบเพื่อสร้างขึ้นมาใหม่ให้แตกต่างจากของเดิมหรือแม้กระทั่งการปรับปรุงตกแต่งของเดิม (Archer, 1965) สำหรับทาง Dunne and Lusch (2008) กำหนดคำว่า “การออกแบบตกแต่งภายใน” หมายถึง การจัดวางแผนผังและองค์ประกอบต่างๆ ภายใน เช่น แสง สี เสียง เป็นต้น ต้องมีการคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้มาใช้บริการ แต่สำหรับ Wittmann-Wurzer and Zech (2019) อธิบายว่า ความสำคัญกับการท่องเที่ยวพักอาศัยในโรงแรม นอกเหนือจากเทคนิคเพิ่มเติมการรักษาความปลอดภัย ต้องอาศัยการวิเคราะห์ถึงการทำงานของอุปกรณ์ ตลอดจนการปรับแต่งบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักได้สัมผัสถึงความสบายทางจิตใจ หรือเกิดความรู้สึกสงบไม่ทุกข์ร้อนระหว่างการเข้าพักที่โรงแรม ยิ่งไปกว่านั้นการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมควรกำหนดแบบแผนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สอยพื้นที่ของมนุษย์ พร้อมกับการนำเอาผลงานศิลปะเข้ามาใช้

ให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เริ่มจากการคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยในงานออกแบบตกแต่งภายใน เช่น ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย เป็นต้น นับว่าเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าการพัฒนาให้มีรูปทรงและสีที่สวยงาม แต่อย่างไรก็ตามประเด็นเกี่ยวกับความงามของรูปแบบการตกแต่งภายในเป็นอีกหนึ่งความท้าทาย เนื่องจากความสวยงามเป็นการสะท้อนความพึงพอใจจากรสนิยมส่วนบุคคล แต่นักออกแบบควรสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพและไม่ล้ำสมัย ยิ่งไปกว่านั้นการออกแบบที่มีประสิทธิภาพควรคำนึงถึงพื้นที่ว่างให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดความสบายตาแก่นักท่องเที่ยว (จง บุญประชา, 2557)

#### เจเนอเรชันแซด

Mannheim (1952) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เจเนอเรชัน หมายถึง การจำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย โดยพิจารณาจากช่วงปีเกิดและเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงชีวิต โดยกลุ่มคนที่อยู่ในเจเนอเรชันเดียวกันอาจมีความต้องการที่คล้ายคลึงกัน เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ลักษณะนิสัย เป็นต้น นอกจากนี้ แต่ละเจเนอเรชันจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน โดยทาง กรมสุขภาพจิต (2564) ได้อธิบายถึงการแบ่งกลุ่มประชากรด้วยหลักประชากรศาสตร์ (Demography) ของนักเศรษฐศาสตร์ที่มีการแบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม โดยใช้อายุเป็นเกณฑ์ ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) อายุ 55 ปีขึ้นไป กลุ่มที่ 2 เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) อายุ 39-54 ปี กลุ่มที่ 3 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) อายุ 23-39 ปี และกลุ่มที่ 4 เจเนอเรชันแซด (Generation Z) อายุ 10-22 ปี ในขณะที่ Glass (2007) ได้นิยามว่า เจเนอเรชัน คือ ผู้ที่มีประสบการณ์จากเหตุการณ์ หรือสภาพแวดล้อมที่คล้ายกัน ในสังคมหนึ่ง รวมทั้งประสบการณ์ส่งผลให้เกิดเอกลักษณ์ทางทัศนคติและพฤติกรรมร่วมกัน ในกลุ่มคนที่มีอายุใกล้เคียงกัน อีกทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก่อนเจเนอเรชันแซด ที่มีความระมัดระวังทางการเงินมากกว่าเมื่อเทียบกับช่วงอายุของกลุ่ม Generation Y และ X พร้อมทั้งยังรู้จักเทคนิคการหารายได้ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ อันเนื่องมาจากเติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ขาดอุปกรณ์หรือเครื่องมือสื่อสารไม่ได้ และยังเป็นพวกสมาธิสั้นกว่ากลุ่มเจเนอเรชันอื่นๆ ในขณะเดียวกันยังเป็นกลุ่มที่ชอบแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา เมื่อมีทางเลือกหรือข้อเสนอที่ดีกว่ามักเปลี่ยนใจได้อย่างรวดเร็ว (Sriprom et al., 2019)

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรวรรณ งามวรรณ และลลิตา นุ่มไทย (2563) ได้ศึกษาเรื่องถอดรหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยเพื่อสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมบูติค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการถอดรหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยเพื่อการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมบูติค 2) พัฒนาการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมบูติคโดยใช้รหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยอย่างเหมาะสม โดยมีประชากรและแหล่งข้อมูลประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการจำนวน 2 คน และกรณีศึกษา 4 แห่ง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสังเกต และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีการประเมินคุณลักษณะของงานสร้างสรรค์ด้วยวิธีการเชิงปริมาณ ร่วมกับวิธีการเชิงคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 5 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ การแสดงความคิดเห็น ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมภายในที่สร้างสรรค์โดยประยุกต์รหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยมาผสมผสานร่วม มีคุณภาพของคุณลักษณะสภาพแวดล้อมในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.6 จากคุณลักษณะ 5 ด้าน ได้แก่ ความสวยงามแปลกตา บ่งบอก

อัตลักษณ์งานศิลป์ของศิลปินไทย ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ สร้างความน่าสนใจให้กับสถานที่ และมีการผสมผสานความงามร่วมกับประโยชน์ใช้สอยได้ในระดับมากที่สุด

ทิพย์สุคนธ์ อธิธิประทีป (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ศิลปะป๊อปในงานตกแต่งภายในโรงแรมบูติคกรณีศึกษาโรงแรมมิสติก เพลส รুমส์ อิน บางกอก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดรูปแบบและวิธีการนำเสนอศิลปะป๊อป ตกแต่งภายในห้องพักในโรงแรมมิสติก เพลส รুমส์ อิน บางกอก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการวิจัยเอกสารทางวิชาการและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากแบบสอบถามการใช้ศิลปะป๊อปในการตกแต่งห้องพักในโรงแรมมิสติก เพลส รুমส์ อิน บางกอก จากนักศึกษาระดับปริญญาโทสาขาออกแบบตกแต่งภายใน จำนวน 25 คน ของคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการศึกษาพบว่า การตกแต่งด้วยศิลปะป๊อปสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพัก รวมถึงรูปแบบการตกแต่งที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยการเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้เกิดสุนทรียภาพแก่ผู้พบเห็นอีกด้วย

Xingyi (2020) ศึกษาเรื่องเทคนิคการออกแบบปรับปรุงโกดังเก่าให้เป็นโรงแรมที่ทันสมัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอโครงการสำหรับการปรับปรุงโกดังเก่าให้เป็นโรงแรมที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกถึงตึกอาคารที่เก่าแก่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการวิจัยเอกสารทางวิชาการ ผลการศึกษาพบว่าการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของโครงสร้างของหลังคา ช่องหน้าต่าง และบานเกล็ด รวมถึงงานก่อสร้างด้วยอิฐรูปทรงแปลกประหลาดตามผนังยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ เพื่อใช้เป็นการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ของอาคาร สำหรับการตกแต่งภายในโดยใช้แนวคิดการรักษาสัญลักษณ์อาคารอุตสาหกรรมในอดีต โดยการผสมผสานระหว่างวัสดุที่ตัดกัน อาทิ ไม้ธรรมชาติกับโลหะเหล็ก รวมไปถึงการใช้สีที่มีความแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับสีฟ้าสีเหลืองและสีม่วงในโทนสีเหลืองทองอีกด้วย

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยสามารถแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนการศึกษาตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

4.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพแบ่งออกเป็นขั้นตอนย่อย ได้แก่

##### 1) การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จากตัวแทนผู้ประกอบการโรงแรม ระดับ 3 – 4 ดาว ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 4 แห่ง แห่งละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 4 คน ซึ่งเป็นการกำหนดคุณสมบัติของการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่เกิดจากฝั่งอุปทาน ที่ควบคุมทรัพยากรภายในธุรกิจโรงแรมและองค์ประกอบการออกแบบในขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา ซึ่งได้รับการจดทะเบียนที่ถูกต้องตามกฎหมาย

## 2) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในภาคสนามด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นแนวคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิดสะท้อนความคิดเห็นตามประเด็นปัญหาของการวิจัย จำนวน 3 ข้อ ตามโครงสร้างแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร รวมทั้งพิจารณาจากสภาพแวดล้อมในบริบทพื้นที่ ด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อพิจารณารายละเอียดองค์ประกอบของแต่ละด้านของการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมที่ระบุไว้ในขอบเขตด้านเนื้อหา

## 3) การวิเคราะห์และตีความข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาพิจารณาความสอดคล้องกับข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร หากประเด็นใดมีความไม่ชัดเจน จะดำเนินการศึกษาประเด็นดังกล่าวเพิ่มเติมด้วยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จากนั้นจึงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและถอดความหมายโดยใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการสังเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ที่ศึกษาประสบการณ์ชีวิตและการให้ความหมายในแต่ละช่วงเวลาภายใต้บริบท (ระชานนท์ ทวีผล และณัฐพล เขียวงาม, 2563) ผลการศึกษาที่ค้นพบถูกนำไปพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

## 4) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้หลักทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน (Data) ได้แก่ เวลา ผู้ให้ข้อมูลหลัก และสถานที่ (2) ด้านผู้จัดทำวิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกัน (Researcher) ที่มีจำนวนผู้ทำวิจัยมากกว่า 1 คน และ (3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Method) เพื่อนำมาเปรียบเทียบข้อมูลจากการเก็บข้อมูลหลายวิธีซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล (Denzin, 1970)

4.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบ่งออกเป็นขั้นตอนย่อย ได้แก่

### 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตชาวไทย ที่มีอายุระหว่าง 18 - 26 ปี หรือเกิดในช่วง พ.ศ. 2538 - 2546 เป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะ โดยผู้วิจัยใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G\*Power (Faul, Erdfelder, & Buchner, 2017) โดยวิเคราะห์จากตัวแปรทำนาย 12 ตัว ซึ่งจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 184 ตัวอย่างตามเงื่อนไข จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างไปยังโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว ทั้งหมด 4 แห่งในเขตพื้นที่การศึกษา แห่งละ 46 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน



## 2) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) ปลายปิดเป็นเครื่องมือในการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยส่วนที่ 1-2 เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรม ทั้งหมด 12 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม 2) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน 3) ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ 4) ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง 5) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร 6) ด้านประโยชน์ใช้สอย 7) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ 8) ด้านสื่อถึงอัตลักษณ์ 9) ด้านจุดถ่ายภาพและส่งเสริมการตลาด 10) ด้านคงความอนุรักษ์เดิม 11) ด้านความสะอาดและสุขอนามัย 12) ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย ซึ่งทั้ง 12 ด้านถูกพัฒนาจากงานวิจัยเชิงคุณภาพในขั้นตอนที่ 1 ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด สำหรับส่วนที่ 3-4 เป็นแบบสอบถามปลายปิดตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) และใช้การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

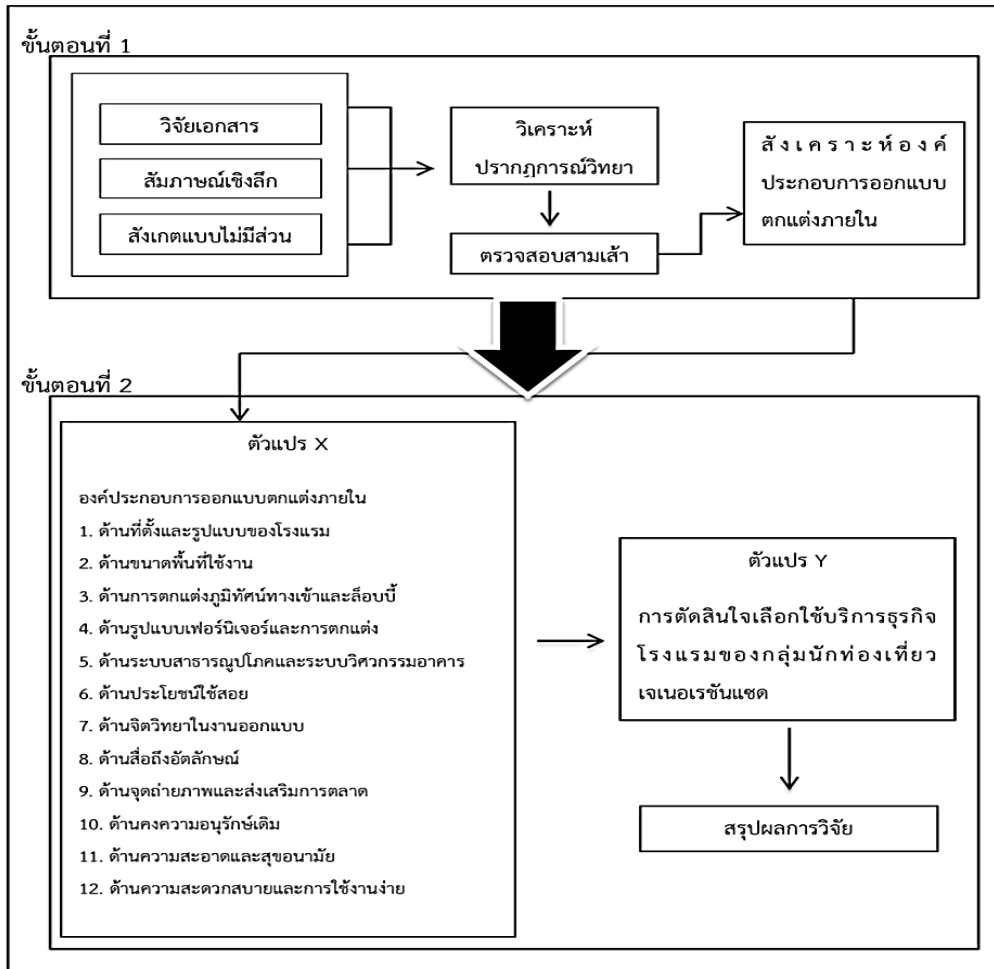
## 3) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการโรงแรม ด้านการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม และด้านการบริการ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาค่าความเที่ยงตรง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบถาม พบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าความเที่ยงตรงมากกว่า 0.50 โดยถือว่าแบบสอบถามนี้ มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นอาสาสมัคร แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 30 คน (Rovinelli & Hambleton, 1977) เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามและเนื้อหาด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) จากการวิเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า มีค่าโดยรวมอยู่ที่ 0.94 ซึ่งมากกว่า 0.70 (Cronbach, 1990) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้งานได้จริง

## 4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้ค่าสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมทั้งการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ร่วมกับการวิเคราะห์การถดถอยของพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบรายด้าน และเลือกใช้เทคนิควิธีการคัดเลือกตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise) เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงของขั้นตอนการวิจัยที่สมบูรณ์ทางผู้วิจัยได้แสดงรายละเอียดตามภาพที่ 1 ดังนี้

### กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 5. ผลการวิจัย

5.1 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร แบ่งตามข้อความย่อทั้ง 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

1) จุดเริ่มต้นและแรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ได้อธิบายมุมมองของแรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นจุดแข็งของประเทศไทย ที่มีความสามารถด้านการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เกิดการสร้างสรรคบริการผ่านทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมไทย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมนันทนาการ อาหาร เครื่องแต่งกาย และวิถีชีวิต ทำให้

นักท่องเที่ยวต่างมีความชื่นชอบและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่ให้ความสำคัญกับอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงเกิดการพัฒนารูปแบบตกแต่งภายในโรงแรมภายใต้แนวคิดหรือธีมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ การศึกษาค้นคว้า หรือบริบทรอบข้างทางสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่ธุรกิจโรงแรมของตนเอง

2) มุมมองด้านองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเป็นข้อความปลายเปิดสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในประเด็นต่างๆ สามารถแบ่งออกเป็น 11 ด้าน ได้แก่

### 2.1) ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม

ผลการศึกษาพบว่า การที่ธุรกิจโรงแรมมีทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมืองเป็นศูนย์กลางของแหล่งท่องเที่ยวและการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศ รวมทั้งยังเป็นการคงไว้ซึ่งลักษณะของอาคารแบบดั้งเดิม เพื่อแสดงถึงความเป็นมาของสถานที่นั้นๆ สะท้อนให้เห็นถึงศิลปะและวัฒนธรรมของชุมชนที่ซ่อนอยู่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีการจัดรูปแบบพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารที่ตอบโจทย์กับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดส่วนใหญ่สนใจเข้าใช้บริการธุรกิจโรงแรมที่มีความแตกต่างไปจากโรงแรมหรูหรารูปแบบดั้งเดิม จึงมีการพัฒนารูปแบบภายในอาคารที่มีความสะดวกสบายและมีความยืดหยุ่นต่อการติดต่อขอรับบริการ อีกทั้งที่ธุรกิจโรงแรมที่อยู่เป็นศูนย์กลางของสถานที่สำคัญไม่จำเป็นต้องกำหนดราคาสูงเสมอไป เมื่อเทียบกับโรงแรมขนาดใหญ่ที่ก่อตั้งมาก่อนหลายปี

### 2.2) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน

ผลการศึกษาพบว่า การประเมินการใช้พื้นที่ภายในโรงแรมต้องประเมินถึงการจัดสรรพื้นที่ 2 ส่วนหลัก ได้แก่ พื้นที่ในส่วนของห้องพัก และพื้นที่สาธารณะ เช่น ห้องประชุมสัมมนา สระวน้ำ สถานที่จอดรถ หรือแม้กระทั่งการใช้พื้นที่สาธารณะให้กลายเป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นการบริการคาเฟ่ และร้านอาหาร ยิ่งไปกว่านั้น แนวคิดของผู้ประกอบการบางรายที่มีอาคารลักษณะเป็นตึกแถว จะเลือกใช้วิธีการจัดสรรพื้นที่แบ่งตามลำดับชั้น อาทิ ชั้นล่างเป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์ และชั้นบนเป็นห้องพัก เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการบริหารพื้นที่สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดที่มีโอกาสเข้ารับบริการจากพื้นที่เชิงพาณิชย์ของโรงแรม

### 2.3) ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้

ผลการศึกษาพบว่า การนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมบริเวณย่านเมืองเก่า หรืออาจเรียกว่าเป็นความวิจิตรจากสถาปัตยกรรมของต่างชาติ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการตกแต่งให้เกิดความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น มีส่วนช่วยสร้างบรรยากาศภายในโรงแรมให้มีความน่าสนใจตั้งแต่ครั้งแรกที่พบเห็น อีกทั้งการตกแต่งภูมิทัศน์บริเวณล็อบบี้ของโรงแรมให้มีความร่มรื่นแวดล้อมไปด้วยพื้นที่สีเขียวในลักษณะของสวนแนวตั้ง หรือการเพิ่มพื้นที่ที่มีระบบนิเวศทางธรรมชาติ อาทิ ปลูกต้นไม้ รวมทั้งยังมีการเลือกใช้โชนสีที่ไม่จัดจ้านเกินไป ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดรู้สึกสบายใจและผ่อนคลายไม่อึดอัด

#### 2.4) ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง

ผลการศึกษาพบว่า การเลือกใช้รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง ควรคำนึงถึงความสอดคล้องกับลักษณะอาคารและสภาพแวดล้อมในทำเลที่ตั้งเป็นหลัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผสมผสานระหว่างประเด็นทางสถาปัตยกรรมที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของที่ตั้งกับความร่วมสมัยควบคู่กันไป โดยการนำเอาเฟอร์นิเจอร์เก่าสไตล์วินเทจของชาวจีน เช่น โคมตั้งลิ้นหิ้นขัด ไม้ เป็นต้น เพื่อนำเข้ามาเพิ่มการตกแต่ง ร่วมกับการออกแบบสร้างเฟอร์นิเจอร์ใหม่ให้สอดคล้องไปกับบรรยากาศภายในโรงแรมเพิ่มเติม รวมทั้งการเลือกใช้โทนสีทั้งภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางที่สอดคล้องไปกับสภาพแวดล้อมของวิถีชุมชนเพิ่มความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต

#### 2.5) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร

ผลการศึกษาพบว่า การปฏิบัติตามหลักด้านวิศวกรรมอาคารตามข้อบังคับของกฎหมายการก่อสร้าง รวมทั้งการกำหนดให้มีวิศวกรเข้ามาควบคุมกำกับดูแลการก่อสร้างภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย การตรวจสอบอาคารประจำปีโดยกรมโยธา การตรวจสอบคุณภาพน้ำตามข้อกำหนด หรือแม้กระทั่งการกำหนดให้มีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานเกี่ยวกับการป้องกันเหตุอัคคีภัยการสาธิตการอพยพ การอบรมความปลอดภัยในสถานที่ทำงานที่เป็นสำนักงานของโรงแรม การปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน โดยทางผู้ประกอบการควรมีมาตรการดูแลรักษาอาคารโดยรอบให้มีความคงทนและอยู่สภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

#### 2.6) ด้านประโยชน์ใช้สอย

ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญกับการบริหารพื้นที่ที่ผู้ประกอบการได้เริ่มประเมินอรรถประโยชน์ของขนาดความจุของพื้นที่ต่างๆ สำหรับรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตต้องเพียงพอต่อการทำกิจกรรมในลักษณะของบริการเสริม ไม่ว่าจะเป็นห้องประชุม ศูนย์บริการธุรกิจ ตลอดจนการกำหนดพื้นที่พานิชย์อื่นๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและยังเป็นการประเมินความเหมาะสมในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลาย และยังเป็นแนวทางที่ก่อให้เกิดรายรับให้เพิ่มขึ้นแก่ธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้น ซึ่งจะมีผลสืบเนื่องกับการจัดสรรอัตรากำลังคนของพนักงานบริการที่คอยทำหน้าที่ดูแลช่วยเหลือในแผนกต่างๆ

#### 2.7) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ

ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบที่ตระหนักถึงการสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต ผ่านเงื่อนไขของการเลือกใช้โทนสี ที่ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเลือกสีโทนอบอุ่นถูกนำมาใช้มากกว่าสีโทนร้อน เพื่อการเสริมสร้างความรู้สึกเชิงสงบและไม่พลุกพล่าน หรือหลีกเลี่ยงการใช้สีที่สว่างจนเกินไป ซึ่งเป็นการส่งเสริมสร้างบรรยากาศที่มีความคล้ายคลึงกับการพักอาศัยที่บ้าน พร้อมกับการตกแต่งองค์ประกอบสนับสนุนภายในห้องพักที่มีความเรียบง่ายและความสะดวกสบายมีสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชันแซตเป็นหลัก

#### 2.8) ด้านการสื่อถึงอัตลักษณ์

ผลการศึกษาพบว่า การอ้างอิงจากสภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้งโรงแรมที่เชื่อมโยงเข้ากับศิลปะและวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่า เช่น สถาปัตยกรรม ปะติมากรรม จิตรกรรม เป็นต้นซึ่งสามารถนำมาผสมผสานเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการตกแต่งให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตที่เดินทาง

มาเข้าพักรักษาได้สัมผัสถึงอารยธรรมและอัตลักษณ์ อาทิ การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมของชาวไทยและจีน อีกทั้งยังสามารถนำอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นเพื่อไปพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้าสำหรับธุรกิจโรงแรมให้เป็นที่จดจำมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ไปสู่เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่นเพื่อกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่นต่อไป

#### 2.9) ด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม

ผลการศึกษาพบว่า การนำเอาปัจจัยด้านเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญกับมนุษย์ และเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ โดยทางผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้มีการนำเสนอภาพถ่าย วิดีโอ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยส่วนใหญ่กลุ่มเจเนอเรชันแซดนำภาพไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นิยมการถ่ายภาพบริเวณโรงแรมหรือในบริเวณที่มีความสวยงาม และเป็นທີ່ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว นับว่าเป็นกระบวนการที่ก่อเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปากเกี่ยวกับความประทับใจจากสถานที่ของโรงแรมผ่านบัญชีผู้ใช้งานตามประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถเผยแพร่เข้าไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นส่วนสนับสนุนรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว

#### 2.10) ด้านความอนุรักษ์นิยม

ผลการศึกษาพบว่า การนำเอาเฟอร์นิเจอร์เก่าเข้ามาตกแต่งภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนต่างๆ ของธุรกิจโรงแรม เพื่อเป็นการคงรูปลักษณะของอาคารที่ตั้งคงเดิมไว้ ผสมผสานกับการนำเอารูปแบบการบริการด้วยความเป็นไทย ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมและการแสดงถึงความเอาใจใส่จากพนักงานบริการชาวไทย รวมทั้งการนำเอาเครื่องต่างกายหรือเครื่องแบบพนักงานให้เป็นรูปแบบหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกับธีมของโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการซึมซับการให้บริการที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมความเป็นไทยอย่างแท้จริง

#### 2.11) ด้านความสะอาดและสุขอนามัย

ผลการศึกษาพบว่า การเฝ้าระวังความปลอดภัยด้านสุขอนามัยภายใต้แนวทางการปฏิบัติตามมาตรการที่ทางรัฐบาลประกาศออกมาอย่างเคร่งครัด มีการตรวจสอบประวัตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าพัก การคัดกรองด้วยการตรวจวัดอุณหภูมิ การเว้นระยะห่าง การจัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ การทำความสะอาดในพื้นที่ที่เป็นจุดเสี่ยง หรือจุดสัมผัส ตามมาตรฐาน SHA และ SHA PLUS เป็นส่วนสำคัญในการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวตามวิถีปกติใหม่ ทั้งนี้ ทางผู้ประกอบการยังคงมีแนวทางการเรียกความเชื่อมั่นจากการที่โรงแรมกำหนดให้พนักงานได้รับวัคซีน รวมทั้งธุรกิจโรงแรมยังมีการใช้ชุดทดสอบเชื้อไวรัสโควิด-19 (Rapid Antigen Test) แก่พนักงาน ตลอดจนการให้พนักงานได้มีการรายงานสุขภาพในทุกๆ สัปดาห์ ซึ่งกลายเป็นแนวทางการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่ควรมีเพิ่มเติม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ได้อธิบายแนวทางการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซด ที่ควรนำเสนอเอกลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นการสร้างจุดแข็งที่น่าจดจำให้นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการผสมผสานเรื่องราวในอดีตให้เข้ากับความเป็นยุคปัจจุบันด้วยการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์เก่าที่จำเป็น

เพียงไม่กี่รายการ และจะต้องมีความใกล้เคียงกับชื่อของโรงแรม มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของคนยุคใหม่ที่ชื่นชอบในการถ่ายรูปลงเพื่อเผยแพร่ผ่านบัญชีผู้ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งมีการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนเป็นหมู่คณะ อาทิ สระว่ายน้ำ ลานกิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้ง ยิ่งไปกว่านั้นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบในทิศทางเดียวกันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เสนอแนวทางการพัฒนาเป็นองค์ประกอบด้านที่ 12 นั่นก็คือ “การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย” ทางธุรกิจโรงแรมมีบริการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก มีความยืดหยุ่นในการให้บริการที่สามารถปรับเปลี่ยนช่วงเวลาการเข้าพักได้ตามความเหมาะสม และมีอัตราค่าบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกปรับลดราคาได้ตามคุณลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมของประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันแซด ทั้งนี้ การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมทั้ง 12 องค์ประกอบจึงถูกนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเป็นแบบสอบถามปลายปิด เพื่อนำไปใช้กับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ต่อไป

5.2 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 77.7 อายุในช่วง 24-26 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 98.4 นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 83.7 ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 83.7 ภูมิลำเนาภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 62.0 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.4 มีวัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 87.5 มีจำนวนวันเข้าพัก 1- 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 76.1 มีบุคคลที่ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีเข้าถึงแหล่งข้อมูลการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 53.8 ใช้วิธีการสำรองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์คนกลางออนไลน์ อาทิ Agoda Booking.com Traveloka คิดเป็นร้อยละ 48.4 สำหรับระดับองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด โดยผู้วิจัยให้ค่าจำกัดความของแต่ละตัวแปร มีรายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าระดับองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน			
ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม (X1)	4.34	0.54	มากที่สุด
ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน (X2)	4.27	0.63	มากที่สุด
ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ (X3)	4.30	0.64	มากที่สุด
ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง (X4)	4.45	0.60	มากที่สุด
ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (X5)	4.47	0.60	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
<b>องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน</b>			
ด้านประโยชน์ใช้สอย (X6)	4.38	0.62	มากที่สุด
ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ (X7)	4.43	0.57	มากที่สุด
ด้านการสื่อถึงอัตลักษณ์ (X8)	4.23	0.63	มากที่สุด
ด้านจุดถ่ายภาพและส่งเสริมการตลาด (X9)	4.21	0.67	มากที่สุด
ด้านคงความอนุรักษ์เดิม (X10)	4.05	0.79	มาก
ด้านความสะอาดและสุขอนามัย (X11)	4.41	0.60	มากที่สุด
ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย (X12)	4.42	0.60	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.33</b>	<b>0.62</b>	<b>มากที่สุด</b>
การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มเจนเนอเรชันแซต (Y)	4.37	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงระดับองค์ประกอบการตกแต่งภายใน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้านและเรียงลำดับจากน้อยไปมากที่สุดว่า ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (X5) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง (X4) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ (X7) ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย (X12) ด้านความสะอาดและสุขอนามัย (X11) ด้านประโยชน์ใช้สอย (X6) ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม (X1) ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ (X3) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน (X2) ด้านการสื่อถึงอัตลักษณ์ (X8) ด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม (X9) และ ด้านคงความอนุรักษ์เดิม (X10) ตามลำดับ และระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (Y1) จากนั้นผู้วิจัยได้เข้าสู่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระขององค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในรายตัวแปร จำนวนทั้ง 12 ด้าน ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมด้วยค่าสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สันมีรายละเอียดตามตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สันจำแนกตามตัวแปร

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y	VIF
X1	1	0.60**	0.62**	0.54**	0.55**	0.57**	0.54**	0.59**	0.49**	0.45**	0.48**	0.56**	0.56**	2.25
X2		1	0.56**	0.62**	0.61**	0.59**	0.50**	0.55**	0.50**	0.38**	0.56**	0.50**	0.58**	2.21
X3			1	0.64**	0.53**	0.52**	0.48**	0.60**	0.52**	0.44**	0.39**	0.46**	0.46**	2.37
X4				1	0.74**	0.69**	0.61**	0.62**	0.53**	0.43**	0.59**	0.67**	0.60**	3.36
X5					1	0.67**	0.65**	0.55**	0.48**	0.32**	0.70**	0.65**	0.65**	3.49

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

ตารางที่ 2 (ต่อ)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y	VIF
X6						1	0.61**	0.62**	0.55**	0.48**	0.61**	0.75**	0.66**	3.07
X7							1	0.68**	0.40**	0.33**	0.65**	0.67**	0.67**	2.93
X8								1	0.64**	0.60**	0.57**	0.64**	0.60**	3.25
X9									1	0.74**	0.53**	0.54**	0.52**	3.02
X10										1	0.41**	0.46**	0.42**	2.58
X11											1	0.62**	0.58**	2.69
X12												1	0.68**	3.25

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

จากตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปรด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย (X12) มีค่าสหสัมพันธ์สูงสุด ( $r=0.68$ ,  $sign=0.01$ ) รองลงมา คือ ด้านด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ (X7) ( $r=0.67$ ,  $sign=0.01$ ) ด้านประโยชน์ใช้สอย (X6) ( $r=0.66$ ,  $sign=0.01$ ) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (X5) ( $r=0.65$ ,  $sign=0.01$ ) ตามลำดับ โดยตัวแปรด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง (X4) และ ด้านสื่อถึงอัตลักษณ์ (X8) มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากัน ( $r=0.60$ ,  $sign=0.01$ ) เช่นเดียวกับ ด้านความสะอาดและสุขอนามัย (X11) และ ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน (X2) มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากัน ( $r=0.58$ ,  $sign=0.01$ ) แต่ในทางตรงกันข้ามพบว่า ด้านคงความอนุรักษ์เดิม (X10) มีค่าสหสัมพันธ์ต่ำสุด ( $r=0.42$ ,  $sign=0.05$ ) รองลงมา คือ ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ (X3) ( $r=0.46$ ,  $sign=0.05$ ) ด้านจุดถ่ายภาพและส่งเสริมการตลาด (X9) ( $r=0.52$ ,  $sign=0.01$ ) และด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม (X1) ( $r=0.56$ ,  $sign=0.05$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้ การตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ไม่เกิดปัญหาสหพันธ์ระหว่างทุกตัวแปร มีค่าสะท้อนการมีอิทธิพลร่วมของตัวแปรทำนาย (VIF: Variance Infarction Factor) น้อยกว่า 10 โดยค่าความสอดคล้องกับการตรวจสอบเงื่อนไขทางสถิติของค่า VIF ที่น้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัว สามารถนำไปสู่การทดสอบความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลได้ตามเงื่อนไขของสมการพหุเชิงถดถอย (Multiple Regression Analysis) จากนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปรองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน ทั้งหมด 12 ด้าน เพื่อมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลกับตัวแปรการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของนักท่องเที่ยว ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้เทคนิควิธีการคัดเลือกตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise) สามารถนำเสนอแยกตัวแปรมีรายละเอียดตามตารางที่ 3 ดังต่อไปนี้



**ตารางที่ 3** การทดสอบองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
ธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบ  
ศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน	b	SD	Beta	T	Sig
(Constant)	0.27	0.24		1.09	0.27
X7	0.27	0.07	0.26	3.86	0.00
X12	0.24	0.07	0.25	3.50	0.00
X2	0.14	0.05	0.16	2.55	0.01
X5	0.15	0.07	0.16	2.22	0.02
X9	0.10	0.05	0.12	2.12	0.03

Adjusted R<sup>2</sup> = 0.60; Durbin-Watson = 1.74; สมการถดถอยพหุคูณ:  $\hat{Y} = 0.27 + 0.26 + 0.25 + 0.16 + 0.16 + 0.12$   
[Y = สมมติฐานตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรม,  $\hat{Y}$  = ตัวทำนาย]

จากตารางที่ 3 แสดงการทดสอบพบว่า องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน ด้านจิตวิทยา  
ในงานออกแบบ (X7) ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย (X12) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน (X2) ด้านระบบ  
สาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (X5) และด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม  
(X9) สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 60 (Adjusted R<sup>2</sup> = 0.60)  
โดยมีตัวพยากรณ์ที่สำคัญที่สุด คือ ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ รองลงมา คือ ด้านความสะดวกสบายและการ  
ใช้งานง่าย ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน และด้านจุด  
ถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม มีค่าเบต้าเท่ากับ 0.26, 0.25, 0.16, 0.16 และ 0.12  
ตามลำดับ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลยังสามารถแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในทั้ง 5 ด้าน  
จากทั้งหมดตัวแปรอิสระ 12 ด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว  
เจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

## 6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

6.1 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน  
แซตสามารถสรุปออกเป็น 3 ประเด็นสำคัญย่อต่อไปนี้

1) จุดเริ่มต้นและแรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม ผลการศึกษา  
พบว่า มุมมองที่ผู้ประกอบการโรงแรมทุกรายได้มีการนำเอาความรู้จากประสบการณ์การทำงาน มาใช้เป็น  
แรงผลักดันในการสร้างธุรกิจโรงแรม โดยมีขั้นตอนการวางแผน การปรับปรุงแก้ไข การออกแบบตกแต่ง  
ภายในธุรกิจโรงแรมให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่เฉพาะตัว สะท้อนตัวตนการออกแบบผ่านโครงสร้างอาคาร  
และพื้นที่ต่างๆ ย่อมทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตที่เป็นคนรุ่นใหม่นิยมสัมผัสกับประสบการณ์  
จากการเข้าพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวรรณ พานทอง และ กวีวรรณ อินทรชาธร (2563)

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเออร์แซนแซดมักมีการรวมกลุ่มกัน โดยใช้พื้นที่กึ่งเปิดโล่งสำหรับการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิก ที่ครอบคลุมพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจและพื้นที่ส่วนกลางการออกแบบตกแต่งลักษณะสภาพแวดล้อมของอาคารควรเหมาะสมกับสภาพอากาศ ตลอดจนการปรารถนาเดินทางไปที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนในสภาพแวดล้อมหรือสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ เพื่อเติมเต็มประสบการณ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ร่วมกับการใช้โทรศัพท์มือถือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและเผยแพร่เรื่องราว

## 2) มุมมองด้านองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในแบ่งออกเป็น 11 ด้านดังต่อไปนี้

2.1) ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้มีการคัดเลือกทำเลที่ตั้งในย่านกลางเมือง หรือใกล้กับแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวอดนียม สามารถเดินทางได้สะดวกสบาย ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะและสถานที่สำคัญของเมือง รวมทั้งการกำหนดรูปแบบของโรงแรมมีการอ้างอิงตามประวัติความเป็นมาของทำเลที่ตั้ง โดยตัวโครงสร้างอาคารที่มีการออกแบบให้สอดคล้องไปกับลักษณะทางกายภาพ และการประเมินทำเลที่ตั้งจะต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกพงษ์ ตรีตรง (2559) ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการออกแบบธุรกิจโรงแรมนั้นควรคำนึงถึงทำเลที่อยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญของเมือง มีทำเลที่ตั้งติดกับถนนหลัก หรือเป็นที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย รวมทั้งการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมโดยรอบของธุรกิจโรงแรม และการนำมาใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงกับโครงสร้างของอาคารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างสวยงาม

2.2) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในโรงแรมตามวัตถุประสงค์การใช้งานแต่ละแผนกบริการ เช่น ห้องพัก ห้องอาหาร เป็นต้น รวมทั้งการออกแบบพื้นที่สาธารณะหรือปรับให้เป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์อื่นๆ ที่สามารถรองรับสิ่งอำนวยความสะดวกและจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ห้องประชุม สระว่ายน้ำ ลานจอดรถ เป็นต้น โดยการจัดสรรพื้นที่ที่เป็นสัดส่วนช่วยลดปัญหาความแออัด และยังเป็นการสร้างความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติศักดิ์ เตชะกาญจนกิจ (มปป.) อธิบายว่า การออกแบบตกแต่งภายในควรมองตามวัตถุประสงค์ของการใช้สอยพื้นที่และกลุ่มผู้ใช้งาน ตลอดจนความสะดวกสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน ซึ่งกระบวนการออกแบบให้เป็นสัดส่วนของที่พักอาศัยและพื้นที่ใช้สอยอื่นๆ ให้สอดคล้องกับกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

2.3) ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสร้างธีมหรือแนวคิดเพื่อส่งเสริมให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศของสถานที่ ตั้งแต่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาถึงโรงแรม สำหรับพื้นที่ของล็อบบี้ควรอ้างอิงจากสภาพแวดล้อมที่ตั้งของธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งและการผสมผสานสถาปัตยกรรมของชนชาติอื่นๆ เพิ่มเติมเข้ามาในรายละเอียด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Achala and Shantha (2019) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการออกแบบทางเข้าหลัก การตกแต่งภูมิทัศน์และบริเวณล็อบบี้ สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จ่ายเงินที่จะเลือกเข้าพักในโรงแรมในมูลค่าสูงก็ตาม

2.4) ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงแรมเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่สอดคล้องไปกับธีมและโครงสร้างอาคารของโรงแรม เพื่อการเสริมสร้างบรรยากาศและประสบการณ์การเข้าพัก ซึ่งจุดเด่นของการนำเฟอร์นิเจอร์เก่า หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีธีมจากวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตได้รับรู้แนวคิดการก่อตั้งของท้องถิ่นได้อีกด้วย อาทิ ธีมโรงแรมจีนที่นิยมนำเอาโคมเต็งลิ้ง แจกันลายมังกร รูปปั้นลวดลายต่างๆ เพื่อสร้างเรื่องราวการตกแต่งได้อย่างน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มความสวยงามและสามารถใช้ประโยชน์จากวัสดุสิ่งของนั้นๆ ได้ตามชีวิตประจำวันได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fahmawee (2018) ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในอาคาร เป็นการบูรณาการขององค์ประกอบต่างๆ ในแง่ของความสอดคล้องของวัสดุ สีสันทันและเฟอร์นิเจอร์ ที่สอดคล้องไปกับพื้นที่โดยรอบ รวมทั้งรองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวได้อย่างกลมกลืน โดยที่นักท่องเที่ยวนั้นสามารถสัมผัสความหลากหลายในเวลาเดียวกัน

2.5) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการคำนึงถึงข้อกำหนดและความปลอดภัยตามกฎหมายในการก่อสร้างอาคาร รวมทั้งการอาศัยองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการออกแบบร่วมกับวิศวกร การตรวจสอบอาคารประจำปีตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาคารที่รัฐได้กำหนดไว้ พร้อมกับการดูแลความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคให้มีความพร้อมต่อการใช้งานอยู่เสมอ ในขณะที่เดียวกันทางผู้ประกอบการยังคงกำหนดรูปแบบการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงานบริการ เพื่อเฝ้าระวังความปลอดภัยแก่สมาชิกในองค์กรและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าพักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ ฤกษ์สวัสดิ์ถาวร (2563) ผลการศึกษาพบว่า การปรับปรุงอาคารให้เป็นโรงแรมต้องจำแนกข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริหารพื้นที่บริการ ควบคู่กับการควบคุมความชัดเจนในพื้นที่สำหรับการบริการในโรงแรม โดยแนวทางการปรับปรุงโครงการที่ใช้การอ้างอิงจากข้อกำหนดและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับทางโรงแรมเข้ามาใช้

2.6) ด้านประโยชน์ใช้สอย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการพยายามที่จะสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้ระดับบริการในระดับมวลชนและครอบครัวทุกๆ กิจกรรม หรือแม้กระทั่งการวิเคราะห์โอกาสการใช้พื้นที่ภายในธุรกิจโรงแรมที่ว่าง เพื่อการสร้างรายได้ นอกจากการให้บริการเพียงห้องพักอย่างเดียว อาทิ การเปิดพื้นที่ว่างให้กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนให้เข้ามาเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Primadewi et al., (2021) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการออกแบบแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบริบท และประเภทของธุรกิจโรงแรม จำนวนห้องพัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อีกทั้งการพัฒนาการออกแบบที่มีประโยชน์นั้นต้องมีประโยชน์ต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กที่มีสัดส่วนที่พื้นที่ใช้สอยไม่มาก โดยเฉพาะพื้นที่สาธารณะการออกแบบควรเอาใจใส่ในทุกสัดส่วน แต่ไม่ควรจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกแน่นหนาเกินไป เนื่องจากเป็นการทำลายทัศนียภาพและขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย

2.7) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้โทนสีเข้ามาออกแบบตกแต่ง โดยการเลือกสีโทนอบอุ่นและไม่ฉูดฉาดจนเกินไปเพื่อเสริมสร้างความรู้สึกของ

นักท่องเที่ยวให้สัมผัสถึงบรรยากาศที่สงบเหมาะแก่การพักผ่อน พร้อมกับการนำเสนอสภาพแวดล้อมโดยรอบโรงแรมให้มีความร่มรื่น หรือการเพิ่มเติมพื้นที่สีเขียวจากต้นไม้มาจัดวางพื้นที่ต่างๆ ภายในอาคาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จง บุญประชา (2557) พบว่า จิตวิทยาในงานออกแบบตกแต่งภายใน โดยผู้ออกแบบควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ ระดับการศึกษา รสนิยม และความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้งาน เพื่อให้งานออกแบบตกแต่งภายในเกิดประโยชน์สูงสุดไม่จะเป็นการเลือกใช้สีและการจัดแสง อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบในการสร้างบรรยากาศให้มีความน่าอยู่ เปรียบเสมือนการเข้าพักอาศัยภายในบ้านของตนเอง

2.8) ด้านการสื่อถึงอัตลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการนำเอาศิลปะวัฒนธรรม และความเชื่อของพื้นที่ เข้ามาเป็นรายละเอียดของเรื่องราวและการออกแบบตกแต่งโรงแรมให้มีความน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งชื่อของห้องพักแต่ละประเภทให้เป็นชื่อสถานที่ หรือย่านการค้า หรือแม้กระทั่งการนำองค์ประกอบด้านอัตลักษณ์เหล่านี้ไปส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม เช่น แพนผัง อาคาร การตกแต่งเสริม เป็นต้น นับว่าเป็นการสร้างความแตกต่างจากโรงแรมในยุคก่อน ที่มีนำเสนอความหรูหราและความครบครันของสิ่งอำนวยความสะดวกเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xingyi (2020) ผลการศึกษาพบว่า การปรับปรุงโกดังเก่าให้เป็นธุรกิจโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงการเป็นอาคารที่เก่าแก่ โดยการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของโครงสร้าง รวมถึงงานก่อสร้างด้วยอิฐรูปทรงแปลกประหลาดตามผนังยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ เพื่อใช้เป็นการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ของอาคาร ช่วยเพิ่มมูลค่าของที่พักแห่งนั้นจากรีวิวที่ถูกเรียบเรียงเอาไว้ที่น่าสนใจ

2.9) ด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้มีการออกแบบตึกอาคารและพื้นที่ภายนอกอาคารต่างๆ ตารางเมตร ให้มีความสวยงามในลักษณะพื้นที่ที่แปลกคลุมไปด้วยสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือการเพิ่มเติมสิ่งปลูกสร้างที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมมีพื้นที่สำหรับใช้เป็นจุดถ่ายภาพสามารถกลายเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชันแซตแวมมาถ่ายรูปและเผยแพร่ผ่านบัญชีของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมทำระหว่างเดินทางไปท่องเที่ยวและพักผ่อน อีกทั้งพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าวอาจเรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อร่วมสมัย ตลอดจนยังสามารถส่งผ่านข้อมูลของธุรกิจโรงแรมไปยังกลุ่มตลาดมวลชนได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่จำเป็น ต้องพึ่งพาต้นทุนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรสวรรค์ บุญสถิต และคณะ (2563) ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจ โรงแรมมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาต่อยอดทางการสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการขยายขีดความสามารถทางการแข่งขัน พร้อมทั้งการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ที่นิยมสืบค้นข้อมูลจากกลุ่มคนดังที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการชกุงตลาด

2.10) ด้านความอนุรักษ์เดิม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการบางรายเลือกนำเอาสิ่งของเครื่องใช้หรือของสะสมของตนเอง ซึ่งเป็นกลุ่มผลงานศิลปะและหัตถกรรมของไทยที่ชาวต่างชาติทั่วโลกให้ความสนใจ เช่น เครื่องเบญจรงค์ ภาพแกะสลักไม้ ภาพวาด เป็นต้น เพื่อนำไปจัดแสดงภายใน พื้นที่ต่างๆ ของธุรกิจโรงแรม รวมทั้งการปลูกฝังประเด็นการให้บริการแบบฉบับของประเทศไทยแก่พนักงาน

บริการให้มีความอ่อนน้อม ความเป็นมิตรไมตรี และรอยยิ้มที่ยังคงสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เปรียบเสมือนสัญลักษณ์และความเป็นตัวแทนของประเทศไทยที่ถูกกล่าวถึงในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Utari and Utami (2020) ผลการศึกษาพบว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมใหม่ของโรงแรม ที่เลือกผสมผสานกับสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม โดยการนำสิ่งของตกแต่งจากค่านิยมและความเชื่อทางศาสนาเข้ามามีส่วนร่วมทำให้ธุรกิจโรงแรมมีการออกแบบตกแต่งที่ทันสมัยใหม่แต่ก็ยังคงอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่น และการถ่ายทอดจิตวิญญาณแห่งการบริการที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากแรงงานท้องถิ่นช่วยเพิ่มเสน่ห์ของทักษะแรงงานให้เป็นที่ยอมรับในกระบวนการให้บริการอย่างลงตัว

2.11) ด้านความสะอาดและสุขอนามัย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการกำกวดูแลรักษาความสะอาดและความปลอดภัย เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เป็นภาวะวิกฤตที่ประชาคมโลกต้องเผชิญร่วมกันมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 โดยอ้างอิงหลักข้อบังคับของรัฐบาลที่กำหนดเอาไว้อย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังคงได้รับมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างมาตรฐาน SHA และ SHA PLUS ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้เพิ่มเติมขั้นตอนการปฏิบัติงานและการบริการเพื่อการคัดกรองประวัติการเข้าพัก การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว การให้พนักงานได้รับวัคซีนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน การทำความสะอาดห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางของโรงแรมซึ่งทั้งหมดกลายเป็นแนวทางการให้บริการแบบวิถีปกติใหม่และเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรบริการช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rawal et al. (2020) ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมมีการสร้างเพิ่มเติมมาตรฐานใหม่เพื่อเป็นโรงแรมที่มีความน่าเชื่อถือภายในโรงแรมที่ครอบคลุมทั้งนักท่องเที่ยวและพนักงานบริการ ตลอดจนยังมีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาสนับสนุนกระบวนการภายในแผนกบริการต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยและหลีกเลี่ยงการสัมผัสสิ่งของเครื่องใช้

3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชันแซตที่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชันแซต เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและความคิด ซึ่งให้ความสำคัญกับการเข้าถึงมากกว่าประชากรกลุ่มช่วงอายุอื่นๆ นิยมใช้งานเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เพื่อการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆ ได้ ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมต้องมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชันแซต ยิ่งไปกว่านั้นการเตรียมความพร้อมกับการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การเปิดช่องทางสำหรับการสำรองห้องพักผ่านระบบออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการให้ข้อมูลป้อนกลับแบบเรียลไทม์และรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ดนุลดา จามจรี (2563) อธิบายว่า กลุ่มเจนเอเรชันแซตเป็นเด็กและเยาวชนยุคดิจิทัล การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้เกิดการเชื่อมต่อกันได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งยังเป็นเกิดการเรียนรู้และการยอมรับวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งในเรื่องของความคิดและความต้องการ อีกทั้งยังมีพฤติกรรมการเรียนรู้เรื่องราวผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่าการพูดคุยสื่อสารกับคนรอบข้าง

นอกจากนี้ การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม ควรเพิ่มเติมองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน ด้านที่ 12 “ด้านความสะอาดสบายและการใช้งานง่าย” ที่กลุ่มผู้ประกอบการได้นำเสนอ

ภาพรวมของการออกแบบ ไม่ควรมีความซ้ำซ้อนหรือขั้นตอนที่ยุ่งยาก รวมทั้งคำนึงถึงการรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มช่วงอายุในสังคม รวมทั้งการหลีกเลี่ยงข้อจำกัดด้านเพศทุกวัยและสภาพร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2558) ที่อธิบายว่า องค์ประกอบของการออกแบบเพื่อมวลชนเป็นการบ่งบอกถึงความเท่าเทียมในการใช้สอยของผู้ใช้งาน สามารถรองรับความต้องการและขีดความสามารถของกลุ่มผู้ใช้งานอย่างกว้างขวาง ทางผู้ประกอบการต้องจัดเตรียมขนาดพื้นที่ ที่เหมาะสมกับกิจกรรมต่างๆ โดยไม่มีข้อจำกัดด้านรูปร่างหรือสรีระของผู้ใช้งาน

6.2 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า สมมติฐานพยากรณ์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่

1) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต เกิดจากความรู้สึกที่ของนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศของการตกแต่งของธุรกิจโรงแรม ที่มีความแปลกใหม่และไม่เคยพบมาก่อนจากโรงแรมแห่งอื่น ซึ่งองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งโรงแรม ที่มีการใช้แสง โทนสี การคัดเลือกเฟอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งกระตุ้นต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์สุคนธ์ อิทธิประทีป (2560) ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งโรงแรมด้วยศิลปะสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้เข้าพัก อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้เกิดสุนทรียภาพแก่ผู้พบเห็นอีกด้วย รวมไปถึงรูปแบบของการตกแต่งที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งงานวิจัยของ Wittmann-Wurzer and Zech (2019) อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ จิตวิทยาในงานออกแบบธุรกิจโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า การปรับแต่งบรรยากาศให้สื่อถึงความสบายทางจิตใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้สึกสงบไม่ทุ้อทุตีระหว่างการเข้าพักที่ในโรงแรม

2) ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต โดยเงื่อนไขสำคัญของการออกแบบที่ผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความหลากหลายทางสังคมและโครงสร้างประชากร ตลอดจนคุณลักษณะหรือบุคลิกภาพภายนอกไม่เพียงแต่การออกแบบที่ตอบโจทย์ต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มใดเฉพาะเป็นพิเศษ แต่ควรพิจารณาถึงองค์ประกอบโดยรวมเพื่อให้ทุกคนในสังคม สามารถใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้อย่างไม่ยุ่งยากในทุกโอกาส ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Truter (2022) อธิบายว่า การออกแบบเพื่อมวลชนเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้พื้นที่ที่รองรับการเพิ่มขึ้นของประชากรที่มีความหลากหลายของช่วงอายุ ภายใต้แนวคิดมนุษย์มีความเท่าเทียมกันทางสังคม การออกแบบถิ่นที่อยู่อาศัย พื้นที่สาธารณะส่วนกลาง ย่านการค้า และสถานบริการ ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดในทุกช่วงประชากรที่จะเข้าถึงได้ด้วยการพึ่งพาตนเอง ไม่ได้รับอันตราย หรือความไม่สะดวกจากพื้นที่เหล่านั้น

3) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ส่งผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชันแซตที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน ซึ่งเกิดมาพร้อมกับการรับรู้ข่าวสารการเปลี่ยนแปลงของโลกจากปัจจัยระดับมหภาค เช่น ภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ อัคคีภัย การก่อการร้าย เป็นต้น ผู้ประกอบการต้องสร้างความมั่นใจต่อการเข้าพักของนักท่องเที่ยว สำหรับการจัดการทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคของธุรกิจโรงแรมต้องมีมาตรฐาน ได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานในกำกับของรัฐที่เชื่อถือได้ รวมทั้งการแสดงสัญลักษณ์ แผ่นผังเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณีภูษิตชยกร ภัทธาศิริธนิศร (2562) ผลการศึกษาพบว่าการตัดแปลงตึกแถวหรืออาคารเพื่อเป็นที่พักแรมควรดำเนินการตามข้อกำหนดเป็นอย่างแรก เนื่องจากเป็นการคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงพิจารณาการปรับเปลี่ยนพื้นที่การใช้งานให้เหมาะสมกับจำนวนผู้มาเยือน ผู้ประกอบการควรดำเนินการตามอย่างเคร่งครัด หากไม่ปฏิบัติตามอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของทั้งในส่วนผู้ประกอบการเอง และกลุ่มนักท่องเที่ยว

4) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต โรงแรมแต่ละแห่งมีพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป โดยมีเงื่อนไขความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงไปยังอาคารและประเภทของโรงแรมที่ได้รับการจดทะเบียนที่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ที่การออกแบบต้องระบุถึงขนาดพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรม เนื่องจากต้องมีการแบ่งจัดสรรพื้นที่ภายในโรงแรมที่เพียงพอต่อการจำนวนของนักท่องเที่ยว ทั้งขนาดพื้นที่ห้องพักและพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรม เช่น ห้องอาหาร ห้องประชุม และพื้นที่บริการอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hwang and Ryu (2022) ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบบริเวณพื้นที่ว่าง (Spatial Design) ภายในและภายนอกอาคาร รวมทั้งการกำหนดโครงสร้างในแต่ละบริเวณต่างๆ เหล่านั้น เช่น ห้องจัดนิทรรศการ ห้องประชุม ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว การจัดสวน เป็นต้น ซึ่งความจุหรือขนาดที่เหมาะสมของพื้นที่ อาจขึ้นอยู่กับการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรมและช่วงเวลาที่แตกต่างกันไป

5) ด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต สังเกตได้จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปนิยมใช้ในการสืบค้นค้นหาข้อมูล และการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการยุคใหม่เลือกนำเสนอข้อมูลของสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นได้ทั้งภาพถ่าย วิดีโอ อีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นแปลกเปลี่ยนในลักษณะเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมที่ต้องการเข้าพัก นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมที่ได้รับความนิยมจะถูกค้นหาเข้าเป็นลำดับต้น ๆ ในระบบเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรสวรรค์ ชัยมีแรง, อุมารวรรณ วาทกิจ (2563) ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอด้านภาพลักษณ์ (Image) ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า (Product) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) ของธุรกิจโรงแรมที่ปรากฏผ่านทางเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์สร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจโรงแรมได้ เมื่อข้อมูลเหล่านั้นเผยแพร่ให้เห็นถึง

รายละเอียดที่ชัดเจน และยังเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกจองห้องพักหรือใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น

## 7. ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากการศึกษาพบว่า การออกแบบโรงแรมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ทางผู้ประกอบการให้ความสนใจกับการทำการตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และตัวแทนคนกลางออนไลน์ รวมทั้งยังเป็นการกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมการส่งเสริมการขายสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่กระบวนการดังกล่าว ยังไม่ได้ครอบคลุมถึงการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด ที่สามารถดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตต์ได้โดยตรง ดังนั้นทางผู้ประกอบการสามารถนำจุดแข็งของการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมของตนมาสร้างเนื้อหาส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ด้วยกลุ่มนักสร้างคอนเทนต์ (Content Creator) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตต์ เกิดความเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารผ่านการออกแบบตกแต่งของตนเอง ช่วยเพิ่มการเข้าถึงข้อมูล (Reach and Engagement) ของโรงแรมและบริการต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น

2) จากการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งโรงแรมเป็นการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการที่มีความสัมพันธ์ตามลักษณะทางกายภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของฝั่งอุปสงค์เพียงอย่างเดียว ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการพัฒนาธุรกิจควรเชื่อมโยงกับแนวคิดความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและพลังงาน การเฝ้าระวังการสร้างปัญหาผลกระทบของธุรกิจโรงแรมที่จะเกิดขึ้นกับระบบนิเวศของชุมชน สามารถนำไปใช้เป็นส่วนสนับสนุนขององค์ประกอบด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม เพื่อให้เกิดการวางแผนงานและพัฒนาธุรกิจโรงแรมนั้นทั้งกลุ่มผู้ประกอบการรายเก่าและรายใหม่ เกิดแนวทางการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการแม่บทโลกศตวรรษที่ 21 (Agenda 21) ซึ่งมีส่วนช่วยลดต้นทุนการของกิจการควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานประกอบการบนพื้นฐานของความยั่งยืนทางธุรกิจ

### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่มีการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมที่มีความโดดเด่น จึงทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นอาจไม่ได้ครอบคลุมธุรกิจโรงแรมประเภทอื่นๆ ดังนั้นการทำวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยสามารถศึกษาการออกแบบตกแต่งภายในของธุรกิจโรงแรมประเภทอื่นๆ ที่มีการออกแบบตกแต่งที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ เช่น รีสอร์ท โฮสเทล โฮมสเตย์ เป็นต้น หรือเลือกศึกษาไปยังกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทเครือข่ายที่มีตราสินค้าระดับสากลและที่ได้รับการยอมรับด้านการออกแบบอย่างดับเบิลยูโฮเทล (W Hotel) อมารี (Amari) ครอส (Cross) เป็นต้น รวมถึงขยายขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาจากย่านกลางเมืองที่เป็นแหล่งธุรกิจการค้าของกรุงเทพมหานคร อาทิ เขตสีลม หรือสุขุมวิท ตลอดจนจนเขตพื้นที่นาร่องทางเศรษฐกิจตามนโยบายของรัฐในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางการศึกษากระบวนการตัดสินใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการธุรกิจที่พักเพิ่มเติม



2) จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการรวบรวมข้อมูลจากฝั่งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เห็นถึงกรณีศึกษาตามขอบเขตการวิจัยที่ได้ระบุไว้ เพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย หากผู้วิจัยที่สนใจต้องการพัฒนาทิศทางกรวิจัยไปสู่แนวทางการพัฒนาการออกแบบตกแต่งภายใน โรงแรม สามารถเพิ่มเติมวิธีวิทยาในลักษณะการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ เช่น นักออกแบบหรือสถาปนิก กรรมการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม วิศวกร นักวิชาการด้านสถาปัตยกรรม เป็นต้น ตลอดจนการปรับเปลี่ยนสถิติการวิจัยในขั้นตอนการเชิงปริมาณที่แตกต่างจากการวิจัยในครั้งนี้ เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling Analysis) เป็นต้น

3) จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับรู้ถึงพฤติกรรมและความต้องการที่เกิดจากองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว เจเนอเรชันแซด หากผู้วิจัยที่สนใจขยายผลลัพธ์ทางการศึกษาไปยังประชากรและกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ อาทิ กลุ่มเจนเนอเรชันวาย กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ สามารถค้นพบปรากฏการณ์ที่มีระดับความต้องการที่แตกต่างออกไปตามช่วงวัย หรือแม้กระทั่งเลือกที่จะการศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นในประเทศไทย เพื่อการเตรียมความพร้อมสำหรับการวางแผนและพัฒนาการออกแบบตกแต่งของธุรกิจโรงแรมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในอนาคตต่อไป

## 8. เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2563). *คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2564, จาก [https://www.thailandsha.com/file/COVID-19\\_th.pdf](https://www.thailandsha.com/file/COVID-19_th.pdf).
- กรมสุขภาพจิต. (2564). *Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก*. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>.
- กรวรรณ นามวรรณ และลลิตา นุ่มไทย. (2563). ถอดรหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยเพื่อสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมบูติก. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์*, 7(1), 149-170.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย*. บริษัท เอ็กเซลเลนท์บิสเนสแมนเนจเมนท์ จำกัด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *แผนการดำเนินโครงการแนวทางการพัฒนาความปลอดภัยด้านสุขอนามัย*. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- กิตติศักดิ์ เตชะกาญจนกิจ. (ม.ป.ป.). *หลักการออกแบบตกแต่งภายในพื้นที่พักอาศัย*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- จง บุญประชา. (2557). *การออกแบบตกแต่งภายใน*. กรุงเทพมหานคร: คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์. (2564). “โรงแรม” หลังโควิด 19 ต้อง “ดีไซน์” อย่างไร?. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2564, จาก <https://www.terrabbk.com/articles/199544/-“โรงแรม”-หลังโควิด-19-ต้อง-“ดีไซน์”-อย่างไร->.
- ณัฐชยกร ภัทราศิริธินิสร. (2562). การดัดแปลงอาคารประเภทตึกแถวเก่าตามข้อกำหนดเพื่อใช้ประโยชน์เป็นโฮสเทล กรณีศึกษา โฮสเทลในเขตบางรัก. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 7(2), 61-75.
- ดนุลดา จามจุรี. (2563). *การออกแบบการเรียนรู้สำหรับผู้เรียน Gen Z*. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2558). *คู่มือการออกแบบเพื่อทุกคน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เทพปัญญาวิสัย.
- ทศพร บุญวัชรากัย, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, และขวัญฤดี ต้นตระกูลบัณฑิตย์. (2559). ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทย. *วารสารวิชาการสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(3), 1242-1259.
- ทวีศักดิ์ ฤกษ์สวัสดิ์ถาวร. (2563). แนวทางการปรับปรุงทางกายภาพโครงการอาคารชุดให้เป็นโรงแรมกรณีศึกษาโครงการโรงแรมระดับ 4 ดาว ในพื้นที่พัทยา. *สารศาสตร์*, 64(1), 88-100.
- ทิพย์สุนันท์ อธิธิประทีป. (2560). ศิลปะป๊อปในงานตกแต่งภายในโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมมิสติกเพลส รุมส์ฮอน บางกอก. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(2), 2895-2908.
- นุชนารถ ฤกษ์นรมย์ และปรีดา นัคร. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีอำเภอหนองบัวลำภู จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 13(1), 129-140.
- พรสวรรค์ ชัยมีแรง, อุมารวรรณ วาทกิจ. (2563). กลยุทธ์การจัดการด้านการตลาด โดยใช้การพาณิชย์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(9), 411-424.
- พรสวรรค์ บุญสถิตย์, อรจิรา สันติวารคม และ สุทธิชัย ทองเขาอ่อน. (2563). โพสต์เทล: เทรนด์ใหม่ของธุรกิจโรงแรมในยุคไทยแลนด์ 4.0. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 7(1), 300-317.
- ระชานนท์ ทวีผล และ ณัฐพล เขียวงาม. (2563). การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแบบแรงดึงดูดเพื่อการดำเนินธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์อินสตาแกรมของกลุ่มผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษากรณีศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 3(1), 62-74.

- วิไลวรรณ พานทอง, กวีวรรณ อินทรชาธร. (2563). สภาพแวดล้อมของอาคารเรียนสถาปัตยกรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ด้วยตนเองกรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 19(2), 118-128.
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2561). *เจาะเทรนด์โลก 2019*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบสังกัดสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน).
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2563). *โค้งสุดท้ายปี 63 คนไทยอยากเที่ยวไทย แต่กังวลโควิด เศรษฐกิจ การเมือง*. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Thai-Travel-Thai-FB-061120.aspx>.
- สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย. (2563). *แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ.2563*. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก <http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000083/General/DownloadPDF/2463.pdf>.
- สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร. (2556). *แผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ20ปี (พ.ศ. 2556-2575)*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2565, จาก <http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000073/web/ita/O4.pdf>
- เอกพงษ์ ตีร์ตรง. (2559). *การเสนอแนะแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในโรงแรมขนาดเล็กในต่างจังหวัดเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวไทย*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- Achala, W. S., and Shantha A. (2019). The Impact of Interior and Exterior Designs on Demand for Hotels. *A Paradigm Shift of Thoughts and Policies: The Need of the Hour for Developing Economies*, (2019), 244-247.
- Adem, S. (2020). A systematic literature review on hotel design. *Tourism Academic Journal*, 20(2), 297-310.
- Archer, L. B. (1965). *Systematic Method for Designers*. London : Council for Industrial Design.
- Baek, J., and Ok, C. M. (2017). The power of design:How does design affect consumers' online hotel booking?. *International Journal of Hospitality Management*, 65(2017), 1-10.
- Barnard, C. T. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper Collins.
- Denzin, N.K. (1970). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Chicago: Aldine.
- Dunne, P. M., Lusch., R.F. (2008). *Retailing*. Mason DH: South-Western College Pub.

- Fahmawee, A. (2018). Architectural functional design for hotels extension in Amman: A Days Inn Hotel case study. *Journal of Engg. Research*, 6(4), 1-23.
- Faul, F., Erdfelder, E., and Buchner, A. (2017). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191.
- Hwang, S., and Ryu, G. (2022). A study on the interior design of a Dog-Friendly Hotel using deepfake DID for alleviation of pet loss syndrome. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 10(1), 248-252.
- Mannheim, K. (1952). *The problem of generation*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Primadewi, N. P. S., Sueca, P. N., Dwijendra Acwin, K. N., and Siwalatri Ayu, K. N. (2021). Emerging Architect's Design Method in Designing Tourist Accommodation Case Study: Tourist Accommodation in Ubud, Bali. *Civil Engineering and Architecture*, 9(2), 271-280.
- Rovinelli, R. J., and Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialist in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Simon, H. A. (1960). *The New Science of Management Decision*. New York: Harper and Row.
- Sriprom, C., Rungswang, A., Sukwitthayakul, C., & Chansri, N. (2019). Personality Traits of Thai Gen Z Undergraduates: Challenges in the EFL Classroom?. *PASAA: Journal of Language Teaching and Learning in Thailand*, 57, 165-190.
- Truter, L. (2022). Universal Design and the Access Rights of Persons with Disabilities. *TFM Magazine*, 2022(24), 44-46.
- Utari, U., and Utami, W. (2020). Hotel Resort Paropo With Neo Vernacular Approach. *International Journal of Architecture and Urbanism*, 4(1), 23-29.
- Wittmann-Wurzer, A. J., and Zech, N. (2019). What are the determinants of European hotel room design 2030?. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(2), 155-165.
- Xingyi, H. (2020). An old warehouse—A modern hotel: Design techniques in renovation design (using the example of OVOLO 1888 hotel in Sydney). Kharkiv State Academy of Design and Arts: Ukraine.
- Rawal, Y. S., Pal, S., Bagchi, P., & Dani, R. (2020). Hygiene and Safety: A Review of the Hotel Industry in the Era of COVID-19 Pandemic. *Bioscience Biotechnology Research Communications*, 13(10), 79-83.

## อิทธิพลของภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

### ของลูกค้าร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

## INFLUENCE OF SERVICESCAPE ON THE RECURRENCE OF CAFÉ CUSTOMERS IN MUEANG DISTRICT, NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

ภาณุมาศ จงจัดกลาง<sup>1</sup> ภิสรา อ้อพิมาย<sup>1</sup> ฉัตรชัย อินทสังข์<sup>2\*</sup>

และ พงษ์นรินทร์ ปิตจัตูรัส<sup>2</sup>

Phanumat Jongjadklang<sup>1</sup> Phisara Aopimai<sup>1</sup> Chatchai Inthasang<sup>2\*</sup>  
and Pongnarin Pitjatturat<sup>2</sup>

(Received: August 2, 2022; Revised: November 22, 2022; Accepted: December 9, 2022)

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจอิทธิพลของภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจจากลูกค้าที่ใช้บริการในร้านกาแฟ จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยผู้เชี่ยวชาญและเชื่อมั่นด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าระหว่าง 0.844 - 0.945 การศึกษานี้ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า องค์ประกอบของภูมิทัศน์บริการ (ด้านการตกแต่งและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) มีความสำคัญและส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า นอกจากนี้ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารร้านกาแฟควรเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งว่าสภาพแวดล้อมที่สะดวกสบาย ช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งนำไปสู่ความความสัมพันธ์ระยะยาวในการรักษาลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้า

**คำสำคัญ:** ภูมิทัศน์บริการ การกลับมาใช้บริการซ้ำ ร้านกาแฟ

<sup>1</sup> นักศึกษาสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

\* Corresponding author, E-mail: chatchai.in@rmuti.ac.th

## Abstract

The objectives of this research were to explore the influence of servicescape on the repurchase service of cafe customers in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province. The data were collected by surveying 385 customers using the service in a café in Nakhon Ratchasima Province. The questionnaire was used as a research instrument. The content validity was determined by an expert, and Cronbach's Alpha Coefficient test was used to determine the reliability. The values were between 0.844 - 0.945. In this study, multiple regression analysis was employed to analyze the relationships between servicescape and customer recurrence. Hypothetical test results showed that elements of the service landscape (decorative and amenity aspects) were found to have a significant and positive effect on the recurrence of café customers. In addition, the study suggests that cafe executives should fully understand that an accommodating environment and instilling feelings of satisfaction of their customers will more likely lead to a long-term relationship to retain customers and meet customer needs.

**Keywords:** servicescape, customer recurrence, cafe

## 1. บทนำ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมชนิดหนึ่งในสังคมไทย ดังจะเห็นได้จากการเป็นเครื่องดื่มพื้นฐานที่มีติดไว้ประจำบ้านและสำนักงาน รวมทั้งร้านกาแฟที่มีอยู่จำนวนมากในปัจจุบัน ซึ่งคนรุ่นใหม่นิยมใช้เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ ในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา ตลาดกาแฟนอกบ้านหรือธุรกิจร้านกาแฟเติบโตอย่างโดดเด่นจากการขยายตัวของร้านกาแฟ ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการอิสระ ผู้ประกอบการเครือข่าย (chain café) รวมถึงร้านสะดวกซื้อ สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวไทยที่ใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น ประกอบกับต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย ร้านกาแฟจึงตอบโจทย์ได้เป็นอย่างดี และยังคงสร้างพฤติกรรมการดื่มกาแฟสดในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย (สมสกุล นิรันดร์ไชย, 2554) เมื่อต้นปีที่ผ่านมาได้เกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้เกิดมาตรการปิดเมือง (lock down) ได้กลายเป็นปัจจัยบวกให้กับตลาดกาแฟในบ้านให้เติบโตสวนกระแสธุรกิจอื่นที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น กล่าวคือการ lock down ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยเปลี่ยนแปลงไปสู่การใช้เวลาอยู่ในบ้านมากขึ้นส่งผลให้การบริโภคกาแฟในบ้าน ยังคงเติบโตท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจซบเซา กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ทำให้มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น มองหาความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์โดยเลือกดื่มกาแฟในบ้านเนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า (แบรนด์บุฟเฟต์, 2565) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการเองมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคด้วย การพัฒนาสูตรให้ดีขึ้น ออกรสชาติใหม่ การสื่อสาร การนำกาแฟผงสำเร็จรูปมารังสรรค์เป็นเมนูเครื่องดื่มกาแฟแบบเดียวกับที่ร้านกาแฟขายกัน รวมถึงการนำนวัตกรรม

มาใช้เพื่อคงความสดใหม่และสามารถขงตีเองได้ต่างๆ ในรูปแบบกาแพคปซูล ปี 2563 ตลาดกาแพมีมูลค่า 42,537 ล้านบาท แบ่งเป็นกาแพสด 4,119 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.7 อัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.8 ต่อปี กาแพสำเร็จรูป 38,418 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90.3 อัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.8 ต่อปี (ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2565)

สำหรับร้านกาแพ ในศตวรรษที่ 21 นี้ ลูกค้าไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น แต่ยังต้องการคุณภาพการบริการที่ดี สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และการออกแบบที่สร้างสรรค์ของร้านกาแพอีกด้วย ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริหารในการออกแบบร้านกาแพที่สามารถดึงดูดใจ พร้อมกับการให้บริการที่มีคุณภาพน่าประทับใจ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ การบริการอาหาร การจัดร้านให้น่านั่ง การออกแบบ การตกแต่งภายใน เสียงเพลงที่ทันสมัย แสงไฟที่เหมาะสม โทนสีที่เป็นเอกลักษณ์ บรรยากาศ กลิ่น การจัดวางที่กว้างขวาง การจัดโต๊ะที่นั่งดึงดูดใจ และพนักงานบริการที่เต็มใจให้บริการ สามารถสร้างความภักดีของลูกค้าได้ (Kim & Moon, 2009) ทั้งนี้ ภูมิทัศน์บริการกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ด้านบริการที่สามารถสื่อความหมายและช่วยแสดงตำแหน่งทางการตลาดให้กับผู้บริโภคได้ว่าบริการนั้นเป็นลักษณะแบบไหน รวมไปถึงช่วยสร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ให้ชัดเจนในสายตาของผู้บริโภค อนึ่งสภาพแวดล้อม ทางกายภาพหรือภูมิทัศน์การบริการนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้า

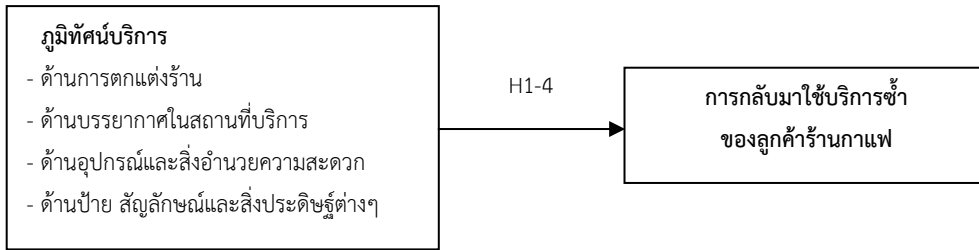
จากที่กล่าวมา แสดงให้เห็นถึงความนิยมรับประทานกาแพที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการศึกษาด้านภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของร้านกาแพนี้ยังมีจำนวนจำกัด ด้วยเหตุที่กล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจศึกษาเรื่องภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของร้านกาแพ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อทราบถึงตัวชี้วัดภูมิทัศน์บริการในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ วัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการร้านกาแพ สามารถนำไปปรับใช้เป็นกลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ อีกทั้งสร้างแรงจูงใจในการเข้าใช้บริการของผู้บริโภคและสร้างรายได้ของกิจการได้ต่อไปในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบของภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านกาแพ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

### กรอบแนวคิดการวิจัย

จากองค์ประกอบหลักของแนวคิดภูมิทัศน์บริการ ผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิดภูมิทัศน์บริการมาจาก วรษา ธีญญวรรณ์ (2562) และ Bitner (1992) ประกอบด้วย ด้านการตกแต่งร้าน บรรยากาศในสถานที่บริการ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และ ป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ซึ่งจากองค์ประกอบทั้งหมดนี้จะส่งผลต่อการมาใช้บริการของลูกค้า และเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการให้กลับมาใช้บริการซ้ำ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์บริการ

ภูมิทัศน์บริการ (servicescape) หมายถึง สถานที่ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งใช้การออกแบบทางกายภาพ รวมเข้ากับการออกแบบการบริการ ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การรับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการ (customer) ได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการ (กลุซเซีย อุนะพานัก, 2559)

#### องค์ประกอบหลักของแนวคิดภูมิทัศน์บริการ (วราชา ธีญญวรรณ, 2562) ประกอบด้วย

1. ด้านการตกแต่งร้าน (decoration) เป็นการออกแบบห้อง การตกแต่งภายใน และสถาปัตยกรรมภายนอก ให้มีความน่าดึงดูด ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยเป็นปัจจัยที่สามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัส ให้ผู้เข้ามาใช้บริการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ รูปแบบ และคุณภาพของสถานที่นั้น เช่น การเลือกเฟอร์นิเจอร์ การวางตำแหน่งรูปภาพหรือการตกแต่งอื่นๆ ลักษณะภายในร้านกาแฟ

2. ด้านบรรยากาศในสถานที่บริการ (ambient condition) เป็นลักษณะพื้นฐานโดยทั่วไปของสภาพแวดล้อมในสถานที่พักที่จะมีอิทธิพลต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 อาทิ อุณหภูมิ แสงสว่าง เสียง กลิ่นดนตรี ทั้งนี้กลิ่นหรือคุณภาพของอากาศ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สามารถกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ หากมีกลิ่นหรือคุณภาพอากาศที่ดีก็จะส่งผลต่อการเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกัน หากมีกลิ่นหรือคุณภาพอากาศที่ไม่พึงประสงค์ อาทิ กลิ่นบูหรี ก็ส่งผลต่อการเข้ามาใช้บริการที่ลดลงหรือไม่ก่อให้เกิดการให้บริการ เป็นต้น

3. ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (facility) เป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานบริการที่ครบถ้วน ทันสมัย เนื่องจากผู้เข้ามาใช้บริการส่วนมากมีความคาดหวังต่ออุปกรณ์ที่ใช้เหล่านั้น อาทิ อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) เป็นต้น

4. ด้านป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ (signs/symbols/artifacts) สัญลักษณ์เป็นสิ่งที่ใช้สื่อความหมายให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการรับรู้ถึงความแตกต่างให้กับบริการ โดยเป็นสิ่งแรกที่ผู้เข้ามาใช้บริการจะสังเกตเห็น โดยผู้เข้ามาใช้บริการจะประเมินคุณภาพบริการจากสิ่งที่เห็นก่อนเป็นอันดับแรก โดยสัญลักษณ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะที่เป็นรูปธรรม และลักษณะที่ต้องใช้



การตีความ ซึ่งแบบที่เป็นรูปธรรม อาทิ ป้ายชื่อ ป้ายบอกทาง เป็นต้น ส่วนลักษณะที่ต้องใช้การตีความ เช่น งานศิลปะ สิ่งของระดับต่างๆ การแต่งตัวของพนักงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ ภูมิทัศน์บริการหรือสภาพแวดล้อมทางกายภาพของการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความประทับใจแรกของลูกค้า ซึ่งสามารถกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้าได้ (Dong & Siu, 2013) นอกจากนี้ Bitner (1992) นิยามคำจำกัดความของภูมิทัศน์บริการ (servicescape) ว่าเป็นสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้น ซึ่งมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งรวมถึงโครงสร้างโดยรวม เช่น การสร้างบรรยากาศ การออกแบบ และการตกแต่งภายในธุรกิจ (Namasivayam & Lin, 2008)

กฤษชียา อุนะพันธ์ (2559) ได้อธิบายว่า บรรยากาศในสถานที่บริการ (ambient condition) เป็นลักษณะพื้นฐานโดยทั่วไปของสิ่งแวดล้อมของสถานบริการ ได้แก่ คุณภาพของอากาศภายในสถานบริการ รวมถึงสภาพของแสง เสียงดนตรี กลิ่น และอุณหภูมิ โดยทั่วไปสภาพบรรยากาศของสถานบริการจะมีผลกระทบต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล อันได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส อิทธิพลของการสร้างบรรยากาศการบริการยังส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ขององค์กรเป็นอย่างมาก ทำให้แต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในสถานที่บริการ ประกอบไปด้วย ลูกค้า พนักงาน และบุคคลที่มาติดต่อ จะทราบได้ว่าจะต้องปฏิบัติตนอย่างไรจึงจะเหมาะสมกับสถานที่ให้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ชาลวยชัย พรหมมี (2563) พบว่า ภูมิทัศน์การบริการมีผลต่ออิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นอกจากนี้ วิชาธัญญวรรณ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องภูมิทัศน์บริการและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่พักแบบครบวงจรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภูมิทัศน์บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่พักแบบครบวงจรในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านความสะอาดซึ่งถือเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเครื่องหมายและสัญลักษณ์ที่ต้องให้ความสำคัญรองลงมาตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งหมด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Inthasang, Pimpan and Khamphroh (2019) พบว่า ภูมิทัศน์บริการมีบทบาทสำคัญต่อความผูกพันกับสถานที่ ในทำนองเดียวกันความผูกพันกับสถานที่ที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้งานวิจัยของ ภคินี วัชรปรีดา และคณะ (2556) ศึกษาพบว่า 1) ภูมิทัศน์การบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการตอบสนองทางอารมณ์ และ 2) ภูมิทัศน์การบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพการบริการ ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการของโรงแรม เพื่อใช้ในการบริหารจัดการภูมิทัศน์การบริการควบคู่ไปกับการให้บริการของทางโรงแรม

#### การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า (Repurchase Service of Customers)

Lin, Huang, and Lin (2015) อธิบายว่า การตัดสินใจกลับมาซื้อซ้ำเป็นการสะท้อนพฤติกรรม การซื้อซ้ำของผู้บริโภครายบุคคล โดยตัวแปรหลักที่สำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อใช้บริการซ้ำคือ ความพึงพอใจ ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ รวมไปถึงการแนะนำสินค้าและบริการนั้นๆ ให้ผู้บริโภคคนอื่นต่อไป

Kitapci, Akdogan, and Dorytol (2014) กล่าวว่า ความตั้งใจหรือเจตนาในการกลับมาใช้ซ้ำนั้น มักจะมีการยึดติดกับความมุ่งมั่นของแบรนด์แต่มีความแตกต่างกันที่การให้ความสำคัญ ความมุ่งมั่นในแบรนด์ หมายถึง ความสัมพันธ์ หรือความรู้สึกที่ดีคล้ายคลึงกับการเป็นมิตรภาพกันระหว่างตัวสินค้าหรือบริการกับตัวของผู้บริโภคเอง โดยที่การซื้อซ้ำนั้นอาจจะสามารถอธิบายการซื้อของแบรนด์นั้นได้ว่าเป็นสินค้าหรือบริการที่ดี มีราคาถูก หรือไม่สามารถมีสินค้าหรือบริการอื่นทดแทนได้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ก่อให้เกิดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภูมิทัศน์บริการด้านการตกแต่งร้านมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านกาแฟ

สมมติฐานที่ 2 ภูมิทัศน์บริการด้านบรรยากาศในสถานที่บริการมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านกาแฟ

สมมติฐานที่ 3 ภูมิทัศน์บริการด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านกาแฟ

สมมติฐานที่ 4 ภูมิทัศน์บริการด้านป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านกาแฟ

#### 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran ในกรณีที่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความจำเป็นจำนวนมากและต้องการการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร (Cochran, 1977) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้มีจำนวน 385 ชุด เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด เมื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับกลับคืนมา เหลือจำนวน 385 ชุด การรวบรวมข้อมูลทำโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป เป็นผู้ที่เคยใช้บริการร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวนอย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไป

##### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีงานและวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษามี 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตกแต่งร้าน ด้านบรรยากาศในสถานบริการ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (close-ended questions) จำนวน 18 ข้อ สุดท้าย ส่วนที่ 3

แบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟเกี่ยวกับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (close-ended questions) จำนวน 4 ข้อ

#### การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงและถูกต้อง (index of item objective congruence: IOC) ของแบบสอบถาม ซึ่งพบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าความเที่ยงตรงมากกว่า 0.50 โดยถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ นอกจากนี้ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามเพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสม ผู้วิจัยดำเนินการวัดความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียง จำนวน 30 ชุด ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องที่ได้ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล (สุวิมล ติรกานันท์, 2555) ได้ค่าระหว่าง 0.844 - 0.945 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ 0.7 (Hair et al., 2010) จึงถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ดังแสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวัดค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร (variables)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient)
ด้านการตกแต่งร้าน (Dec)	0.916
ด้านบรรยากาศในสถานที่บริการ (Amb)	0.884
ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Fac)	0.844
ด้านป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ (Sig)	0.945
การกลับมาใช้บริการซ้ำ (RSC)	0.945

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยค่า สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ค่าสถิติอ้างอิง ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

#### 5. ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 385 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดได้แก่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดและการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้าน  
ภูมิทัศน์บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า แสดงดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 แสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร (variables)	Dec	Amb	Fac	Sig	Mean	S.D.	VIF
ด้านการตกแต่งร้าน (Dec)	1				4.17	0.543	1.617
ด้านบรรยากาศในสถานที่บริการ (Amb)	0.586**	1			4.20	0.513	1.612
ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Fac)	0.470**	0.441**	1		4.08	0.537	1.531
ด้านป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ (Sig)	0.288**	0.266**	0.436**	1	4.16	0.606	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการ  
ตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) พบว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่  
ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.266-0.586 โดยค่า  
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระควรมีค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper & Schindler, 2006) รวมถึง  
การทดสอบ multicollinearity โดยใช้ค่า variance inflation factor (VIF) ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัว  
แปรอิสระ มีค่าอยู่ระหว่าง 1.531-1.617 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3.3 แสดงว่าไม่พบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ  
(Hair et al., 2010)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ของภูมิทัศน์บริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

ตัวแปร (Variables)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย มาตรฐาน (Beta)	t	p-value
ด้านการตกแต่งร้าน	0.306	5.488	0.001**
ด้านบรรยากาศในสถานที่บริการ	0.021	0.380	0.704
ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	0.333	6.188	0.000**
ด้านป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ	0.051	0.274	0.748

$R^2 = 0.281$ ,  $Adj R^2 = 0.274$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า ภูมิทัศน์บริการด้านการ  
ตกแต่งร้านมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
นัยสำคัญ 0.01 ( $\beta = 0.306$ ,  $p < 0.01$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 1 และภูมิทัศน์บริการด้านอุปกรณ์

และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta = 0.333$ ,  $p < 0.01$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 3

อย่างไรก็ตาม พบว่า ภูมิทัศน์บริการด้านบรรยากาศในสถานที่บริการ และด้านป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ( $\beta = 0.021$  และ  $\beta = 0.051$ ,  $p > 0.05$ ) ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 และ 4

จากผลการวิเคราะห์ สามารถนำมาเขียนสมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$RSC = 0.306(Dec) + 0.333(Fac)$  อธิบายได้ว่า ปัจจัยภูมิทัศน์บริการ ด้านการตกแต่งร้าน (Dec) และด้านอุปกรณ์-สิ่งอำนวยความสะดวก (Fac) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ 0.306 และ 0.333 โดยตัวแปรทั้ง 2 สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า (RC) ได้ร้อยละ 27.40

## 6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการตรวจสอบอิทธิพลของภูมิทัศน์บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า การศึกษาครั้งนี้พบว่า ภูมิทัศน์บริการด้านการจัดตกแต่งร้านส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในจังหวัดนครราชสีมา การจัดตกแต่งภายในร้านและภายนอกร้านมีความน่าดึงดูดทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจหรือพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการ จึงส่งผลให้ลูกค้าที่กลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วรษา ธีญวรรณ์ (2562) ที่กล่าวว่า การตกแต่งร้านเป็นการออกแบบห้อง การตกแต่งภายใน และสถาปัตยกรรมภายนอกให้มีความน่าดึงดูด ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยเป็นปัจจัยที่สามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัส ให้ผู้เข้ามาใช้บริการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ รูปแบบ และคุณภาพของสถานที่นั้น รวมถึงหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการส่งผลก่อให้เกิดการซื้อ การใช้บริการซ้ำ รวมไปถึงการแนะนำสินค้าและบริการนั้นๆ ให้ลูกค้ารายอื่นต่อไป (Lin, Huang, & Lin, 2015) นอกจากนี้ยังพบว่า ภูมิทัศน์บริการด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในจังหวัดนครราชสีมา อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ อุปกรณ์ที่ร้านกาแฟมีไว้รองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ อาทิ ห้องน้ำที่จอดรถ Internet wi-fi โต๊ะเก้าอี้ ที่เพียงพอต่อการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าพร้อมๆ กันในปริมาณที่มาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bitner (1992) กล่าวว่าอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการจัดวางตำแหน่งของอุปกรณ์เครื่องใช้ และการมีที่จอดรถเพียงพอ รวมไปถึงการจัดระยะห่างของสิ่งต่างๆ ซึ่งการเข้าใช้สิ่งของหรือเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ถือเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะตำแหน่งทางเข้าและทางออกอาจเป็นตัวช่วยสนับสนุนหรือไม่สนับสนุนให้ผู้เข้ามาใช้บริการนั้นเข้าถึงบริการได้

อย่างไรก็ตามการศึกษา พบว่า ภูมิทัศน์บริการด้านบรรยากาศในสถานบริการไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในจังหวัดนครราชสีมา อาจมีสาเหตุมาจากบรรยากาศในสถานบริการไม่สอดคล้องกับการจัดตกแต่งร้าน หรืออาจจะมีสภาพบรรยากาศที่ไม่เอื้ออำนวยในการนั่งรับประทานกาแฟจึงส่งผลให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกไม่ประทับใจและไม่อยากที่กลับเข้ามาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Demoulin and Willems (2019) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ภูมิทัศน์บริการในส่วน

ด้านบรรยากาศอาจส่งผลต่อความรู้สึกไม่พึงพอใจ หากมีการจัดตกแต่งสถานที่ที่ไม่เหมาะสมหรือน่าดูใจ ซึ่งสามารถส่งผลในทิศทางด้านลบต่อการออกแบบสถานที่ ดังนั้นการออกแบบร้านค้า ควรให้ความสำคัญต่อบุคคลลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน อีกทั้ง ภูมิทัศน์บริการด้านป้ายสัญลักษณ์และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในเขตจังหวัดนครราชสีมา อาจมีสาเหตุมาจากโครงสร้างของป้าย สีที่ใช้ ไม่เหมาะสม หรือการจัดวางป้ายต่างๆ อยู่ในตำแหน่งที่ไม่ชัดเจน อาจจะทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านค้าไม่เห็นป้าย และทำให้เกิดการไม่ประทับใจ และส่งผลให้ลูกค้าไม่กลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของ มนัสนันท์ จันทร์เพ็ง (2558) ที่พบว่า ปัจจัยที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ล้วนเป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไฟฟ้า ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ต่างๆ ถึงขยะ ความสะอาด ความสะดวกในการเข้าถึง รวมถึงภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้กิจการหากกิจการไม่สามารถสร้างและควบคุมให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จะส่งผลในทิศทางด้านลบต่อความพึงพอใจและการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าได้

## 7. ข้อเสนอแนะ

ภูมิทัศน์บริการกลายเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทรงคุณค่าในการช่วยให้กิจการได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ภูมิทัศน์บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านค้าในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ภูมิทัศน์บริการด้านการตกแต่งร้าน และด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าร้านค้า จึงเสนอแนะแนวทางการจัดภูมิทัศน์บริการสำหรับร้านค้าที่จะนำไปสู่ความความสัมพันธ์ระยะยาวในการรักษาลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) ภูมิทัศน์บริการด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสำคัญต่อร้านค้า อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าจึงควรให้ความสำคัญกับความเพียงพอของสถานที่จอดรถ หนังสือ นิตยสาร wi-fi ต่างๆ ไว้เพื่อบริการลูกค้า โต๊ะเก้าอี้ ที่สามารถรองรับลูกค้าได้หลากหลายรูปแบบ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกตามจุดต่างๆ และควรมีกล้องวงจรปิดตามบริเวณภายในและภายนอกร้านเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า

2) การจัดตกแต่งร้านค้า เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าจดจำ หรือเกิดความประทับใจได้ในครั้งแรกที่เข้าใช้บริการ ถือเป็นโครงสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นสะดุดตาให้กับร้านค้าเป็นอย่างมาก การจัดตกแต่งต่างๆ ควรจัดสรรปันส่วนให้เหมาะสมกับพื้นที่ของร้าน ควรจะมีทั้งโซนภายใน และภายนอกของร้าน สร้างมุมจิบกาแฟที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกไม่แออัด หรือการจัดตกแต่งมุมโทนของร้านให้ไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสื่อให้ลูกค้าเข้าใจสไตล์ของร้านชัดเจนขึ้น

3) การปรับปรุงแก้ไขภูมิทัศน์บรรยากาศในสถานประกอบการควรปรับปรุงตกแต่งภูมิทัศน์ของร้าน ให้มีแสงสว่างที่เพียงพอ มีดนตรีบรรเลงเบาๆ ในร้าน มีสเปอร์ตบกลิ่นภายในร้านและห้องน้ำ หรือจะเป็นเครื่องปรับอากาศ เพื่อให้ลูกค้าไม่ร้อนจนเกินไป เพราะเนื่องด้วยประเทศไทยมีอากาศค่อนข้างร้อน อาจจะทำให้ลูกค้าคาดหวังในการเข้าใช้บริการร้านนั้นๆ และภายนอกร้านควรมีอากาศที่ถ่ายเทสะดวก หากลูกค้าได้รับการบริการเหล่านี้ก็จะเป็นที่พึงพอใจ และทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

4) การปรับปรุงแก้ไขป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกจุดบริการที่ชัดเจน เช่น เมนูเครื่องดื่มและอาหารที่ลดราคาพิเศษ ป้ายบอกทางไปเข้าห้องน้ำหรือที่จอดรถ โดยวางในตำแหน่งที่เหมาะสมพบเจอได้ง่าย เพราะลูกค้าไม่สามารถทราบเองได้ ตัวหนังสือต้องเขียนให้ชัดเจน สีที่ใช้ควรเป็นสีที่มองเห็นแล้วต้องสะดุดตาสบายตา การบริการเหล่านี้จะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำในปริมาณที่มากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้ จำกัดเฉพาะกิจการร้านกาแฟเพียงพื้นที่เดียวและลูกค้าที่เกี่ยวข้อง เพื่อสำรวจความสัมพันธ์จากมุมมองของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาวิจัยในอนาคตเพื่อยืนยันว่าผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้กับการกิจการที่มีรูปแบบการบริการอื่นๆ เช่น ธนาคาร ร้านอาหาร โรงแรม และโซฟารูมรถยนต์ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นว่ามีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างจากผลงานที่ผ่านมา เพื่อยืนยัน ขยายองค์ความรู้ สร้างความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการสรุปอ้างอิง (generalizability) ของการวิจัย

## 8. เอกสารอ้างอิง

- กฤษศิยา อุนะพานัก. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารลอยน้ำเรอริเวอร์ไซด์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชาญชัย พรหมมี. (2563). อิทธิพลของภูมิทัศน์การบริการและคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 9(4), 88-97.
- แบรนด์บุฟเฟ่ต์. (2565). 2020 ปีทองตลาดกาแฟในบ้าน. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2565, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2020/10/3-factors-boosts-at-home-coffee-market/>
- ภคินี วัชรปรีดา, จินดา งามสุทธิ, และจุลสุชดา ศิริสม. (2556). ผลกระทบของภูมิทัศน์การบริการที่มีต่อการตอบสนองทางอารมณ์และการรับรู้ คุณภาพการบริการ ของลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมประเภทบูทีค. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 3(2), 108-114.
- มนัสนันท์ จันท์เพ็ง. (2558). แนวทางการลดผลกระทบด้านลบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทย่านชุมชนเก่า กรณีศึกษา ชุมชนริมน้ำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *Veridian E-journal*, 8(2), 2932.

- วราชา ธัญญวรรณ. (2562). *ภูมิทัศน์บริการและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่พักแบบครบวงจรในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2565). *ธุรกิจกาแฟในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2565, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=319>
- สมสกุล นรินทร์ไชย. (2554). *พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดสดแตนต่อโลน (Stand-Alone) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่.
- สุวิมล ติรกันันท์. (2555). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3<sup>rd</sup> ed). New York: John Wilay & Sons.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business research methods* (9<sup>th</sup> ed). Boston, MA.: McGraw-Hill Irwin.
- Demoulin, N., & Willems, K. (2019). Servicescape irritants and customer satisfaction: The moderating role of shopping motives and involvement. *Journal of Business Research*, 104, 295-306.
- Dong, P., & Siu, N. Y. M. (2013). Servicescape elements, customer predispositions and service experience: The case of theme park visitors. *Tourism Management*, 36, 541-551.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice-Hall.
- Inthasang, C., Pimpan, S., & Khamphroh, A. (2019). *The effect of servicescape on customer satisfaction*. *Journal of Southern Technology*, 12(2), 193-204.
- Kim, W. G., & Moon, Y. J., (2009). Customers' cognitive, emotional, and actionable response to the servicescape: A test of the moderating effect of the restaurant type. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 144-156.
- Kitapci, O., Akdogan, C., & Dortyol, İ. T. (2014). The impact of service quality dimensions on patient satisfaction, repurchase intentions and word-of-mouth communication in the public healthcare industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 161-169
- Lin, A. Y.-S., Huang, Y.-T., & Lin, M.-K. (2015). Customer-Based Brand Equity: The Evidence from China. *Contemporary Management Research*, 11, 75-94.
- Namasivayam, K., & Lin, I. Y. (2008). *The servicescape*. In *Handbook of Hospitality Operations and IT*. New York: Elsevier Publishers.



การเปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี  
ของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่ถูกลงและไม่ถูกลงสำนักงาน ก.ล.ต. สั่งให้แก้ไข  
งบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ

A COMPARISON OF BEHAVIOURAL CHARACTERISTICS OF  
EXECUTIVES IN ACCOUNTING DISINFORMATION OF REGISTERED  
FIRMS WITH OR WITHOUT SEC'S REQUIREMENTS OF AMENDING  
FINANCIAL STATEMENTS AND SPECIAL AUDITING

ปิยาภิศศักดิ์ เจียรสุคนธ์<sup>1\*</sup>

Piyaphisak Jaeresukon<sup>1\*</sup>

(Received: September 27, 2022; Revised: November 23, 2022; Accepted: December 9, 2022)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง และศึกษารูปแบบพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่ถูกลงและไม่ถูกลงสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 68 ตัวอย่าง โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปีพ.ศ. 2554 ถึง พ.ศ. 2563 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริหารกลุ่มบริษัทที่ถูกลงสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษมีการฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงินมากกว่าและแตกต่างกันกับผู้บริหารกลุ่มบริษัทที่ไม่ถูกลงสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99.9 และ 95 2) ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทที่ถูกลงสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษมีพฤติกรรมการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีไม่แตกต่างกัน เมื่อทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพร้อมกับประเด็นข่าวของสำนักงาน ก.ล.ต. พบว่า ผู้บริหารส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีเป็นไปในทิศทางเดียวกัน 3) ลักษณะพฤติกรรมของการบิดเบือนข้อมูล ทางบัญชี ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ เจตนาของผู้บริหาร การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน และผลประโยชน์ของผู้บริหาร ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ คือ การนำเสนอลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี

**คำสำคัญ:** การตกแต่งกำไร การบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี การตรวจสอบกรณีพิเศษ

<sup>1</sup> อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

\* Corresponding author, E-mail: rsu\_18@hotmail.com

## Abstract

This study aims to analyze, compare and investigate executives' behavioral patterns in accounting disinformation of the listed companies that are required or not required to amend the financial statements and be under special auditing by the Securities and Exchange Commission. A total of 68 cases were included with the data from 2011 to 2020 and used in statistical analysis. The results are as follows: 1) the executives of the listed companies ordered by the Securities and Exchange Commission to amend the financial statements and to be examined as a special case were found to violate more financial terms and had statistically significant difference from the group management who were not required to do so at confidence levels of 99.9 percent and 95 percent; 2) there is no difference in accounting disinformation behavior among the executives of the companies required to amend the financial statements and investigated as a special case of financial misstatement. When conducting a content-based analysis in conjunction with the SEC's news issues, it was found that most executives behaved in the same direction as accounting disinformation; and 3) The behavioral characteristics of accounting disinformation consists of 3 components: executive intent, breach of financial conditions, and executive interests. The benefits obtained from this research the presentation of executive behavior in accounting disinformation.

**Keywords:** earning management, financial misstatements, special audit

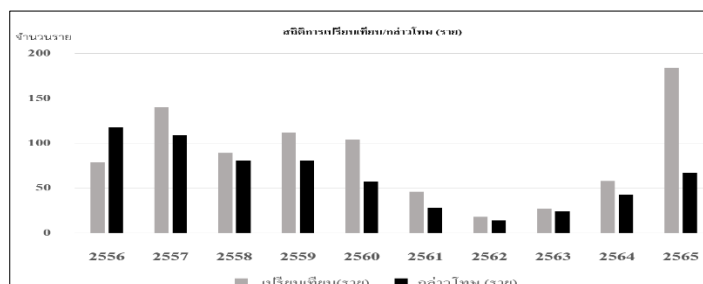
## 1. บทนำ

ความเจริญเติบโตของตลาดทุนมักจะเกิดขึ้นพร้อมกับการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี โดยจะเห็นได้จากการล้มละลายของบริษัทปิคนิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัทเอนรอน บริษัทเวิลด์คอม และบริษัทไทโก้ ล้วนเกิดจากพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี<sup>1</sup> (ศรายุทธ เรื่องสุวรรณ, 2565) แม้ว่าเหตุการณ์ดังกล่าวจะผ่านมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้วก็ตาม แต่ปัญหาการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีก็ยังคงปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่องในตลาดทุน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565ก)

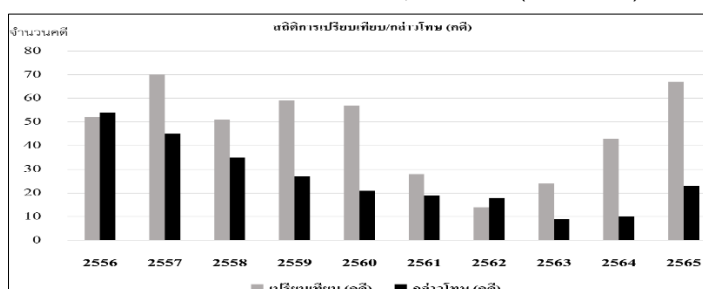
---

<sup>1</sup> การบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี (financial misstatements) อาจมีชื่อเรียกที่แตกต่างออกไปตามทัศนคติของนักวิจัย เช่น การแก้ไขงบการเงิน การตกแต่งกำไร การบริหารกำไร หรือการตกแต่งบัญชี แม้ว่าจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันแต่ก็ล้วนเป็นไปในทางเดียวกัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรายุทธ เรื่องสุวรรณ อธิบายถึงลักษณะของการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีในหนังสือ “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตกแต่งกำไร” คือ “การรายงานข้อมูลทางบัญชีที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง (financial misstatements) หรือการทุจริต (accounting fraud) เป็นพฤติกรรมที่บริษัทได้จัดทำและเปิดเผยข้อมูลทางบัญชีหรือรายงานทางการเงิน โดยผิดไปจากความเป็นจริงและไม่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี ข้อมูลทางบัญชี หรือรายงานทางการเงิน” (ศรายุทธ เรื่องสุวรรณ, 2565) ดังนั้นการศึกษานี้จึงเลือกใช้คำว่า “การบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี” (financial misstatements) มีความหมายในงานวิจัยนี้ว่า พฤติกรรมการปกปิดสถานะทางการเงินที่แท้จริงของบริษัทเพื่อมีเจตนาให้ผู้ใช้ข้อมูลเกิดความเข้าใจหลงผิดว่า ผลประกอบการหรือผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดเพื่อดึงดูดความสนใจของนักลงทุนให้เข้ามาร่วมลงทุนกับบริษัท

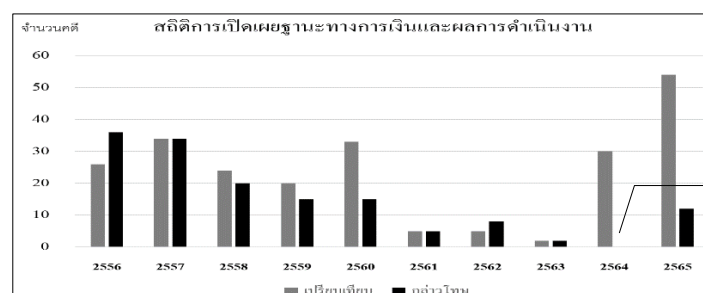
สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) มีอำนาจในการเปรียบเทียบและกล่าวโทษกับผู้บริหารที่กระทำความผิดเกี่ยวกับการเปิดเผยฐานะทางการเงินในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาสำนักงาน ก.ล.ต. ดำเนินการกล่าวโทษและเปรียบเทียบกับผู้กระทำความผิดเป็นจำนวนมาก (ภาพที่ 1 และภาพที่ 2) และเหตุการณ์ที่ถูกเปรียบเทียบและกล่าวโทษมากที่สุด คือ การเปิดเผยฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทที่ไม่ตรงตามสภาพความเป็นจริง (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 1 จำนวนการเปรียบเทียบ/กล่าวโทษ (จำนวนราย)



ภาพที่ 2 จำนวนการเปรียบเทียบ/กล่าวโทษ (จำนวนคดี)



ภาพที่ 3 สถิติการเปิดเผยฐานะทางการเงินไม่ตรงตามสภาพความเป็นจริง (จำนวนคดี)

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2565ข)

■ แทน การเปรียบเทียบ      ■ แทน การกล่าวโทษ

หมายเหตุ: ในปี พ.ศ. 2565 เป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2565

จึงนำมาสู่คำถามงานวิจัยว่า ปัจจัยใดที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารมีพฤติกรรมบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี Watts and Zimmerman (1986) ได้ศึกษาและอธิบายพฤติกรรมดังกล่าวด้วยทฤษฎีการบัญชีเชิง

ผลประโยชน์ (positive accounting theory) โดยอธิบายว่า ผู้บริหารมีแรงจูงใจในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีภายใต้ 3 สมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่หนึ่ง “ผลประโยชน์ของผู้บริหาร” ตามหลักฐานในอดีตชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารที่ได้รับผลตอบแทนจากการจ่ายเงินโบนัสที่สูงจะมีแนวโน้มในการใช้ดุลพินิจในการจัดทำรายงานทางการเงินโดยการเพิ่มรายได้ที่สูงขึ้น (Carter, 2015; Sirait & Sireger, 2014) เนื่องจากการวัดผลการดำเนินงานของผู้บริหารจะถูกอ้างอิงกับผลประกอบการของบริษัท (กำไร) ผู้บริหารสร้างผลกำไรได้มากเท่าไรยิ่งทำให้ผู้บริหารได้รับค่าตอบแทนสูงเท่านั้น สมมติฐานที่สอง “การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน” โดยทั่วไปเจ้าหน้าที่ต้องการความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงโอกาสที่จะไม่ได้รับชำระเงินเดือนและดอกเบี้ยครบจำนวนตามระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้นเจ้าหน้าที่จะกำหนดเงื่อนไขทางการเงินไว้ในสัญญาการกู้ยืมเงินเพื่อให้แน่ใจว่ากิจการจะรักษาตัวชี้วัดทางการเงินได้อย่างต่อเนื่อง เช่น ระดับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น สินทรัพย์ต่อหนี้สิน ผลตอบแทนต่อกำไร ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และกำไรสุทธิ ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ตามที่เจ้าหน้าที่กำหนด ด้วยข้อกำหนดเงื่อนไขดังกล่าวอาจทำให้ผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะทำการเพิ่มหรือลดกำไร และสัดส่วนหนี้สินของกิจการให้เป็นไปตามที่เจ้าหน้าที่กำหนด เพื่อให้ผ่านเกณฑ์เงื่อนไขที่ดีสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่า ผู้บริหารอาจใช้ดุลพินิจที่ไม่เหมาะสมในการประมาณการลูกหนี้ที่ไม่สามารถเรียกเก็บเงินได้เพื่อกำหนดนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (ศรายุทธ เรืองสุวรรณ และสุภาวิณี จีระสุวรรณ, 2564) และผู้บริหารอาจมีแนวโน้มที่จะทำการตกแต่งกำไรเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่กิจการในช่วงที่ระบบเศรษฐกิจตกต่ำที่ (Cormier et al., 2013; Costello & Wittenberg-Moerman, 2011; Trombetta & Imperatore, 2014) และสมมติฐานที่สาม “เรื่องต้นทุนทางการเงิน” ภาษีถือเป็นต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่ผู้บริหารส่วนใหญ่จะพยายามลดหรือหลีกเลี่ยงต้นทุนนี้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมไม่ให้เป็นการจ่ายมากเกินไป แต่การลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะต้องไม่มีผลกระทบต่อกำไรทางบัญชี หากกิจการควบคุมค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้อย่างเหมาะสมจะทำให้บริษัทมีผลประกอบการที่สูงขึ้นและเมื่อผลประกอบการของบริษัทเพิ่มขึ้นค่าตอบแทนของผู้บริหารก็จะเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน (Atwood, Drake, & Myers, 2010; Goncharow & Zimmermann, 2006; Sari, Utama & Rossietta, 2017) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสมมติฐานทั้ง 3 ประการ เป็นแรงจูงใจนี้อาจทำให้ผู้บริหารแสดงพฤติกรรมบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี

งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนมากเลือกศึกษากับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีผลการดำเนินงานปกติ และงานวิจัยส่วนน้อยเลือกศึกษากับกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินหรือกลุ่มบริษัทที่มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งกลุ่มบริษัทเหล่านี้อาจเป็นตัวแทนที่ดีในการสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีตามคำทำนายของทฤษฎีการบัญชีเชิงผลประโยชน์ ในงานวิจัยนี้จึงมีความสนใจเปรียบเทียบและทดสอบความแม่นยำของคำทำนายตามทฤษฎีการบัญชีเชิงผลประโยชน์ภายใต้สมมติฐาน 3 ข้อ คือ ผลประโยชน์ของผู้บริหาร การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน และต้นทุนทางการเงิน โดยศึกษากับกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่ถูกและไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. สั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบกรณีพิเศษ ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และสมมติฐานใดที่สะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีมากที่สุด โดยมีคำถามการวิจัยดังนี้ 1) ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีจากการตรวจสอบของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์บออะไรบ้าง และสอดคล้อง

กับผลการวิเคราะห์ข้อมูลหรือไม่ 2) ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษจะมีแรงจูงใจในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีมากกว่าผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษหรือไม่ 3) พฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี มีลักษณะเป็นอย่างไร ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อหน่วยงานกำกับดูแลที่จะนำผลการวิจัยไปกำหนดแนวทางในการป้องกันดูแลผลประโยชน์ของนักลงทุน และสร้างความเชื่อมั่นในตลาดทุน และจะเป็นประโยชน์ทางอ้อมต่อคุณค่าทางวิชาการในการศึกษาในอนาคตต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

1. วิเคราะห์เนื้อหาที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กล่าวโทษบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษจากการเผยแพร่ข่าว

2. เปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีระหว่างบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ

3. ศึกษาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี

## 3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี

การรายงานผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินที่ผิดไปจากสภาพแวดล้อมความเป็นจริง คือ พฤติกรรมการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี การกระทำในลักษณะนี้ได้ส่งผลทำให้ระบบความเชื่อถือนั้นและประสิทธิภาพของการกำกับดูแลกิจการที่ลดลงในสายตาของนักลงทุนทั่วโลก จากการล้มละลายของบริษัทปิคนิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัทเอนรอน บริษัทเวลดคอม และบริษัทไทโก้ ได้สร้างบทเรียนราคาแพงถึงการไม่ให้ความสำคัญของการจัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี จนทำให้ผู้บริหารมีเจตนาที่ทำการบิดเบือนฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) มีมาตรการการกล่าวโทษผู้บริหารที่รายงานผลการดำเนินงานที่ไม่ตรงตามสภาพความเป็นจริงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทุกเหตุการณ์สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีในลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาข่าว ก.ล.ต. กรณีความผิดที่เกี่ยวกับการบิดเบือนข้อมูลบัญชีของบริษัทจดทะเบียนที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. สั่งให้แก้ไขงบการเงิน

กรณีศึกษา	ช่วงระยะเวลา	ประเด็นความผิดทางด้านบัญชี
กรณีที่ 1 บริษัท กกก	2559	<p><u>ข้อมูลเบื้องต้น</u></p> <p>“สำนักงาน ก.ล.ต. สั่งให้บริษัท กกก จัดให้มีผู้สอบบัญชีตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษเกี่ยวกับที่มา ความมีอยู่จริง ความครบถ้วนในการบันทึกบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินของหนี้สิน”</p> <p><u>ความผิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</u></p> <p>“บริษัท กกก ได้ยื่นคำร้องขอฟื้นฟูกิจการต่อศาลล้มละลายกลางว่า กิจการมีหนี้ที่กำหนดจำนวนได้แน่นอนแล้ว จำนวน 5,718 ซึ่งมากกว่าหรือแตกต่างกับสินทรัพย์ที่มีอยู่ แต่ข้อมูลหนี้ที่เปิดเผยแตกต่างจากมูลหนี้ในคำร้องขอฟื้นฟูกิจการอย่างมีนัยสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ สำนักงาน ก.ล.ต. จึงสั่งให้ บริษัท กกก จัดทำการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ (Special Audit) เกี่ยวกับที่มาความมีอยู่จริง ความครบถ้วนในการบันทึกบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลหนี้สิน ”</p>
กรณีที่ 2 บริษัท ขขข	2558	<p><u>ข้อมูลเบื้องต้น</u></p> <p>“สำนักงาน ก.ล.ต. สั่งให้บริษัท ขขข แก้ไขงบการเงินงวดปี 2558 ซึ่งไม่ได้บันทึกหนี้สินจากการออกตั๋วแลกเงินให้ถูกต้อง และให้บริษัท ขขข จัดให้มีผู้สอบบัญชีตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ (Special Audit) เกี่ยวกับการออกตั๋วแลกเงิน การรับและจ่ายที่เกี่ยวข้องและการบันทึกบัญชี”</p> <p><u>ความผิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</u></p> <p>“บริษัท ขขข มีหนี้สินจากการออกตั๋วแลกเงินตั้งแต่วัดไตรมาส 4 ปี 2558 แต่หนี้สินดังกล่าวไม่ปรากฏอยู่ในงบการเงินซึ่งส่งผลกระทบต่อ งบการเงินของบริษัท ขขข ไม่ถูกต้องอย่างมีนัยสำคัญ และยังทำให้ มีข้อสงสัยเกี่ยวกับระบบการดำเนินภายในการนำเงินจากการออกตั๋วแลกเงินไปใช้ และระบบการบันทึกบัญชีของบริษัท”</p>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กรณีศึกษา	ช่วงระยะเวลา	ประเด็นความผิดทางด้านบัญชี
กรณีที่ 3 บริษัท คคค	2557	ข้อมูลเบื้องต้น “สำนักงาน ก.ล.ต.” สั่งให้บริษัท คคค แก้ไขงบการเงินงวดปี 2557 ของบริษัท คคค เสนอรายงานการตรวจสอบงบการเงินงวดปี 2557 โดยผู้สอบบัญชีแสดงความเห็นอย่างมีเงื่อนไข <u>ความผิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</u> “บริษัท คคค จัดทำรายงานต้นทุนการก่อสร้างตามสัญญาก่อสร้าง ไม่สอดคล้องกับนโยบายบัญชีและไม่ปฏิบัติตามระบบบัญชีและระบบ การควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับรายงานต้นทุนการก่อสร้างให้ครบถ้วนซึ่ง อาจกระทบต่อความถูกต้องของงบการเงิน”

ที่มา: ฐานข้อมูลงบการเงินที่อยู่ระหว่างการแก้ไข (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565ค)<sup>1</sup>

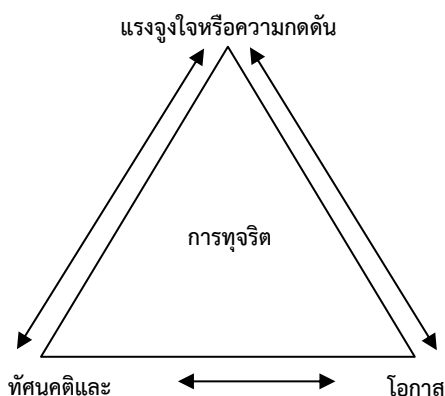
จากเหตุการณ์ข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิด Graham, Harvey, and Rajgopal (2005) ที่กล่าวว่า การบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีมีจุดเริ่มต้นมาจากการเกลี้ยกำไร (Income Smoothing) คือการลดความผันผวนของระดับกำไรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมโดยใช้วิธีการโยกย้ายกำไรในปีที่สูงไปยังปีที่มีระดับกำไรต่ำตามมาด้วยการบริหารกำไร (Earnings Management) คือเจตนาของผู้บริหารที่ต้องการแสดงผลกำไรให้เป็นไปทิศทางตามที่ต้องการ โดยใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีที่ไม่เหมาะสม (Roychowdhury, 2006) และสุดท้ายคือการตกแต่งบัญชี (Creative Accounting) คือเจตนาของผู้บริหารที่จะทำการปกปิด ซ่อนเร้น หรือบิดเบือนฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ตรงตามสภาพความเป็นจริง เป็นเหตุให้บุคคลทั่วไปเข้าใจผิดในฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ อันอาจนำไปสู่ผลประโยชน์ให้กับกิจการและผู้บริหาร เช่น ราคาหุ้นที่สูงขึ้นเมื่อนักลงทุนตัดสินใจลงทุนจากข้อมูลที่ผู้บริหารได้ทำการตกแต่งบัญชี

“คุณภาพกำไร” (Earnings Quality) จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ผู้ใช้งบการเงินควรนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ แม้ว่างบการเงินจะสะท้อนให้เห็นระบบการบริหารงานและผลการดำเนินงานของกิจการได้อย่างแท้จริง แต่ข้อมูลงบการเงินเหล่านั้นจะต้องปราศจากการบิดเบือนข้อมูลจึงจะถือได้ว่าข้อมูลงบการเงินเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้มากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินตามกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (Conceptual Framework for Financial Reporting) หากผู้บริหารมีแรงจูงใจในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี นอกจากข้อมูลทางการเงินจะไม่เป็น

<sup>1</sup> ฐานข้อมูลงบการเงินที่อยู่ระหว่างการแก้ไข เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ก.ล.ต. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้กับนักลงทุนหรือผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัทต่างๆ รวมถึงการกล่าวโทษ/เปรียบเทียบกับบริษัทที่มีการฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. พ.ศ. 2535

ประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินแล้ว งบการเงินของกิจการยังมีโอกาสถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินหรือสั่งให้มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ

จากปัญหาเหล่านี้จึงมีการศึกษาและพัฒนาทฤษฎีสามเหลี่ยมการทุจริต (Fraud Triangle) เพื่อเปิดเผยองค์ประกอบที่สำคัญที่นำไปสู่การตกแต่งกำไร/การทุจริต (Cressey, 1970) โดยอธิบายว่าการทุจริตจะเกิดขึ้นจากองค์ประกอบทั้งสามประการ ซึ่งจะขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งไม่ได้และจะต้องเกิดขึ้นพร้อมกันทั้งหมดภายใต้ฐานสามเหลี่ยม ประกอบด้วย ทศนคติและเหตุผล (Attitude/Rationalization) โอกาส (Opportunity) และแรงจูงใจหรือภาวะกดดัน (Incentive /Pressure) ตามภาพที่ 3



ภาพที่ 3 สามเหลี่ยมการทุจริต (Fraud Triangle)  
ที่มา: Singleton and Singleton (2010)

## 2. ทฤษฎีที่ใช้อธิบายพฤติกรรมกรรมการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี

### 2.1 ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ตามลำดับขั้น (Need Theories)

มนุษย์ทุกคนต่างพยายามดิ้นรนต่อสู้เพื่อจุดหมายของตนเองที่แตกต่างกันออกไป การที่จะตอบสนองความต้องการของตนเองได้นั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ซึ่ง Maslow (1970) ได้กำหนดลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ประการดังนี้ 1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) 3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs) 4) ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs) และ 5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs) ลำดับขั้นความต้องการเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงแรงผลักดันให้มนุษย์มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จในชีวิตหรือวัตถุประสงค์บางประการ นฤตมกุล พรชัย และพรรณนิภา รอดวรรณะ (2554) กล่าวว่า “สาเหตุของการทุจริตประเด็นหนึ่งมาจากพฤติกรรมที่ล้วนมาจากความต้องการของคนทั้งสิ้น トラบไตที่คนยังยึดติดและใฝ่หาวัตถุนิยมความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการของมนุษย์จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่น่ามาสู่พฤติกรรมกรรมการทุจริตหรือการบิดเบือนข้อมูลได้



## 2.2 ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory)

Jensen and Meckling (1976) อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองฝ่าย ซึ่งฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “ตัวการ” (Principle) ผู้ที่มอบอำนาจในการบริหารกิจการให้กับอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “ตัวแทน” (Agent) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวการกับตัวแทนขึ้นอยู่กับ “ผลประโยชน์” ซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ตัวการย่อมต้องการผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่การลงทุน ในขณะที่ตัวแทนย่อมคาดหวังค่าตอบแทนที่สูงขึ้น แต่หากเมื่อไรก็ตามที่ผลประโยชน์ของตัวการกับตัวแทนไม่สอดคล้องกันก็จะทำให้เกิดปัญหาการเป็นตัวแทน (Agency Problem) ขึ้น ปัญหาการเป็นตัวแทนส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากข้อตกลง ของทั้งสองฝ่ายที่ถูกระบุไว้ในสัญญาการว่าจ้างงาน ตามแนวคิดของทฤษฎีสัญญา (Contract Theory) (Hart, 1998) ที่อธิบายว่าหาก “ตัวแทน” สามารถทำงานให้ “ตัวการ” ประกอบไปด้วย เจ้าของกิจการ กรรมการ หรือผู้ถือหุ้นเกิดความพึงพอใจต่อผลประโยชน์ได้มาก นอกจากที่ผู้บริหารจะได้รับค่าตอบแทนตามที่ระบุไว้ในสัญญาแล้ว ก็จะได้รับพิจารณาจ้างงานหรือปรับขึ้นเงินเดือน ดังนั้น ข้อมูลงบการเงินถือเป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการพิจารณาการจ่ายค่าตอบแทนหรือแผนการจ่ายโบนัสพิเศษให้กับผู้บริหารตามข้อตกลงในสัญญา (Fama & Jensen, 1983) ทั้งสองทฤษฎีนี้จึงอธิบายลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีที่เกิดขึ้นเพื่อให้ตนเองได้รับผลประโยชน์เช่นเดียวกัน

## 2.3 ทฤษฎีการบัญชีเชิงผลประโยชน์ (Positive Accounting Theory)

ทฤษฎีนี้กล่าวถึงมูลเหตุที่ทำให้ผู้บริหารมีพฤติกรรมบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี ภายใต้ทฤษฎีนี้ Watts and Zimmerman (1986) ได้ทำนายว่าแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริหารมีพฤติกรรมบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี อาจเกิดขึ้นจาก 3 ประการดังต่อไปนี้

ประการที่ 1 “ผลประโยชน์ของผู้บริหาร” มีความเชื่อว่าการวัดผลการดำเนินงานของผู้บริหารจะถูกยึดติดกับผลประโยชน์ของบริษัท หากผู้บริหารสร้างผลประโยชน์ให้แก่บริษัทได้มาก จะทำให้ผู้บริหารได้รับค่าตอบแทนสูงขึ้น ผู้บริหารจึงอาจมีแนวโน้มที่จะรับเอานโยบายทางบัญชีที่ไม่เหมาะสมเพื่อจัดทำรายงานข้อมูลทางการเงินให้เป็นไปในทิศทางที่ผู้บริหารต้องการ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในช่วงนั้น งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ค่าตอบแทนเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะทำการบิดเบือนผลกำไรให้สูงขึ้น เพราะหากผลกำไรสูงขึ้น ผู้บริหารก็จะได้รับค่าตอบแทนสูงขึ้นเช่นกัน (Duong & Evans, 2015; Frydman & Saks, 2010) เช่นเดียวกับการให้สิทธิเลือกซื้อหุ้น (Employee Stock Option Plan) เพราะจะทำให้ผู้บริหารเกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ยิ่งถ้าตนเองสามารถสร้างผลประโยชน์สูงเท่าไรยิ่งทำให้ราคาหุ้นที่ตนเองครอบครองมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น (Shuto, 2007; Meek, Rao & Skousen, 2007) เพื่อเป็นการทดสอบความแม่นยำของคำทำนายตามทฤษฎีนี้ นำมาซึ่งการกำหนดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1:** ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จะมีแรงจูงใจทางผลประโยชน์มากกว่าหรือแตกต่างกับผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ

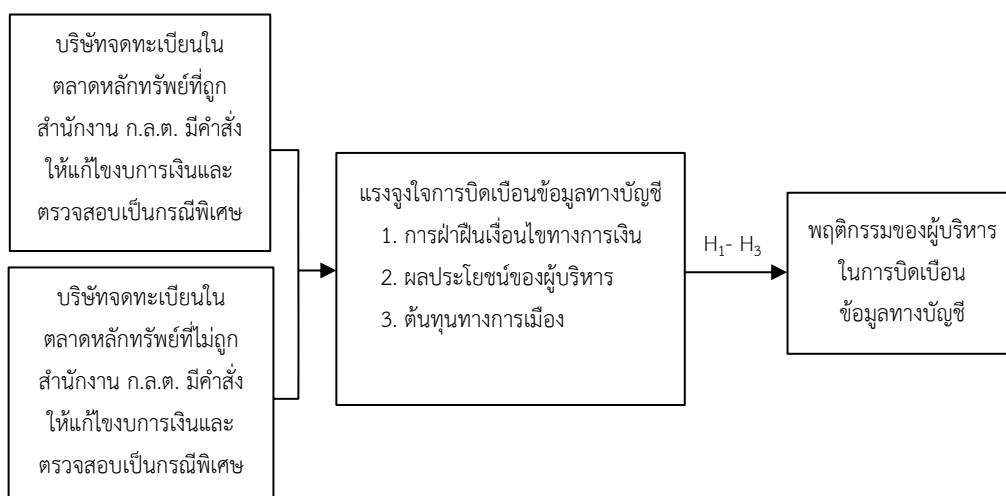
ประการที่ 2 “การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน” ภายใต้เงื่อนไขในสัญญาเงินกู้ ผู้ให้กู้ต้องการสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเองว่าผู้กู้ย่อมจะต้องมีความสามารถในการชำระหนี้ได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด จึงทำการกำหนดเงื่อนไขทางการเงินขึ้น เช่น ระดับหนี้สินของผู้กู้ ต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จากเงื่อนไขทางการเงินดังกล่าว ผู้บริหารอาจมีแนวโน้มในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีเพื่อหลีกเลี่ยงการรายงานข้อมูลทางการเงินที่ต่ำกว่าเกณฑ์ และได้รับเงื่อนไขทางการเงินที่ดี งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ภาระหนี้สินเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งในการตกแต่งกำไรเพื่อให้บริษัทมีกระแสเงินสดที่ดี (ศรายุทธ เรืองสุวรรณ, 2565; Alissa et al., 2013) นอกจากนี้ บริษัทที่มีความเสี่ยงทางการเงินสูงผู้บริหารจะมีแนวโน้มที่จะทำการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีเพื่อหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ขาดทุนที่เป็นข้อตกลงในสัญญาเงินกู้ (Baccouche, Hadriche & Omri, 2013; Cohen & Zarowin, 2010; Nalarreason, Sutrisno, & Mardiati, 2019; Nam et al., 2012) เพื่อเป็นการทดสอบความแม่นยำของคำทำนายตามทฤษฎีนี้ จึงนำมาซึ่งการกำหนดสมมติฐานที่ 2 ไว้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 2:** ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จะมีแรงจูงใจในการฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงินมากกว่าหรือแตกต่างกับผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ

ประการที่ 3 “ต้นทุนทางการเงิน” ภาษีถือเป็นต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่ผู้บริหารส่วนใหญ่จะพยายามลดหรือหลีกเลี่ยงต้นทุนนี้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อที่บริษัทจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับหน่วยงานภาครัฐในระดับสูง แต่การลดค่าใช้จ่ายนี้จะต้องไม่มีผลกระทบต่อกำไรทางบัญชี (Almashaqbeh, Abdul & Shaari, 2018; Sari, Utama & Rossietta, 2017) หากกิจการควบคุมค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้เหมาะสมจะทำให้บริษัทมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น เมื่อผลกำไรเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของกรรมการผู้ถือหุ้น และผู้บริหารสูงก็จะขึ้นในทิศทางเดียวกัน (Atwood, Drake, & Myers, 2010; Coppens & Peek, 2005; Goncharow & Zimmermann, 2006; Graham, Harvey, & Rajgopal, 2005) เพื่อเป็นการทดสอบความแม่นยำของคำทำนายตามทฤษฎีนี้ นำมาซึ่งการกำหนดสมมติฐานที่ 3 ไว้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 3:** ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จะมีแรงจูงใจในการจัดการต้นทุนทางการเงินมากกว่าหรือแตกต่างกันกับผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสู่การกำหนดกรอบการวิจัย ตามภาพที่ 4



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 842 บริษัท กลุ่มตัวอย่าง เลือกโดยวิธีเจาะจง คือ กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินจำนวน 28 บริษัท และบริษัทที่จัดให้มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 6 บริษัท รวมทั้งสิ้นจำนวน 34 บริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลย้อนหลังเพียง 10 ปีเท่านั้น (พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2565) และกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 34 บริษัท โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. เลือกข้อมูลบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีผลการดำเนินงานปกติในปีเดียวกันกับกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ
2. ต้องอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจเดียวกัน
3. ต้องมีขนาดกิจการที่ใกล้เคียงกัน โดยพิจารณาจากสินทรัพย์รวม (Nursetya & Hidayati, 2020)
4. จำนวนตัวเลขที่นำมาใช้วัดตัวแปร ได้แก่ การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน ผลประโยชน์ของผู้บริหาร และต้นทุนทางการเงิน ต้องอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันพอสมควรเพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (Kuč & Kaličanin, 2021)
5. ไม่เป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน กองทุนรวม กองทรัสต์
6. เป็นบริษัทที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบทุกตัวแปรที่ศึกษา
7. ไม่เป็นบริษัทที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอนกิจการ (ธเรศ สันตติวงศ์ไชย, 2565)

### ตัวแปรและการวัดค่าของตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 1) ผลประโยชน์ของผู้บริหาร วัดจากการเปลี่ยนแปลงของตัวเลขการจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหารในปีที่ถูกลบก่อนปีที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินหรือตรวจสอบกรณีพิเศษกับปีก่อนถูก 2) การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน วัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในปีที่ถูกลบก่อน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินหรือตรวจสอบกรณีพิเศษ 3) ต้นทุนทางการเงิน วัดจากอัตราภาษีที่แท้จริงเพื่อทำการเปรียบเทียบอัตราภาษีที่คำนวณได้จากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่บริษัทใช้คำนวณภาษีเงินได้ใน การส่งต่อกรมสรรพากร โดยคำนวณจากอัตราส่วนของการจ่ายภาษีเงินได้หักด้วยภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีต่อกำไรทางบัญชีก่อนหักภาษี โดยค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ของงวดปัจจุบัน เก็บรวบรวมข้อมูลจากหมายเหตุประกอบงบการเงิน

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาษีเงินได้ที่} \\ \text{แท้จริง (ETR) =} & \frac{(\text{คชจ. ภาษีเงินได้} - \text{ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี})}{\text{กำไรทางบัญชีก่อนหักภาษี}} \\ & = \text{คชจ. ภาษีเงินได้ของงวดปัจจุบัน} \end{aligned}$$

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางการเงินบัญชี ผู้วิจัยได้นิยามไว้ตอนต้นว่าเป็นพฤติกรรมการปกปิดสถานะทางการเงินที่แท้จริงของบริษัท เพื่อมีเจตนาให้ผู้ใช้ข้อมูลเกิดความเข้าใจผิดว่าผลประโยชน์หรือผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด โดยการวัดพฤติกรรมการบิดเบือนข้อมูลทางการเงินบัญชีจากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาส่วนใหญ่เลือกใช้แบบจำลองของ Modified Jones ของ Jones (1991) ในการจับพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางการเงินบัญชีเพราะให้ผลการพยากรณ์ที่มีความแม่นยำ (Ngamchom, 2018) โดยมีรายละเอียดการคำนวณตามภาคผนวกแนบท้ายบทความ

### การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกลบก่อน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษแม้จะมีการเปิดเผยบนเว็บไซต์ ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสื่อมเสียชื่อเสียงและความเชื่อมั่นขององค์กรต่อนักลงทุนหากได้รับการเผยแพร่บทความวิจัยนี้สู่สาธารณชน และจะทำลายเอกสารทั้งสิ้นเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย

### การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 บริษัทที่ถูกลบก่อน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินหรือจัดให้มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข่าว ก.ล.ต. ซึ่งมีการเปิดเผยข้อมูลย้อนหลังเพียง 10 ปีเท่านั้น (พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2565) จำนวน 1,496 รายการ และทำการคัดเลือกบริษัทที่ถูกลบก่อน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินเท่านั้น มีจำนวนทั้งสิ้น 32 รายการ โดยมีเงื่อนไขในการคัดเลือก ดังนี้ 1) ต้องเป็นข้อมูลงบการเงิน “งวดปี” เท่านั้นเพราะหากเป็นงบรายไตรมาสอาจได้รับการแก้ไขให้ถูกต้องในตอนสิ้นงวดบัญชี 2) ต้องไม่เป็นบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน กองทุนรวม กองทรัสต์ 3) ต้องเป็น

บริษัทที่เปิดเผยหรือสามารถให้ข้อมูลได้ครบทุกตัวแปรที่ศึกษา และ 4) ต้องไม่เป็นบริษัทที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอนกิจการ คงเหลือบริษัทที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 34 บริษัท คงเหลือจำนวน 28 รายการ และบริษัทที่มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 6 บริษัท รวมจำนวนบริษัทที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 34 บริษัท

กลุ่มที่ 2 บริษัทที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและจัดให้มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงิน รายงานข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และฐานข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ออนไลน์ (SETSMART) จำนวน 34 บริษัท (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565ง)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุดเพื่ออธิบายชุดข้อมูลของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรสองกลุ่มอิสระกัน คือ กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีและไม่มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test (Independent sample t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของชุดข้อมูล โดยใช้สถิติกลุ่ม F-test (One-Way ANOVA)

ข้อมูลเชิงคุณภาพ กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษบางกรณีศึกษาที่มียุทธศาสตร์จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะนำไปเปรียบเทียบกับประเด็นสาระสำคัญที่ทำให้สำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงิน/ตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษเพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้

## 5. ผลการวิจัย

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระจากกัน (t-test)

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า สูงสุด	ค่า ต่ำสุด	t	ความ แตกต่าง (p-value)
<b>ผลประโยชน์ของผู้บริหาร</b>							
- กลุ่ม 1 มีคำสั่งแก้ไข	34	20.352	15.362	0.00	61.00	2.546	(แตกต่าง)
- กลุ่ม 2 ไม่มีคำสั่งแก้ไข	34	11.156	14.411	0.00	29.42		0.013*
<b>การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน</b>							
- กลุ่ม 1 มีคำสั่งแก้ไข	34	36.090	26.549	10.00	94.00	3.444	(แตกต่าง)
- กลุ่ม 2 ไม่มีคำสั่งแก้ไข	34	19.642	8.397	9.13	33.10		0.000***
<b>ต้นทุนทางการเงิน</b>							
- กลุ่ม 1 มีคำสั่งแก้ไข	34	30.057	28.286	0.00	95.20	1.882	(ไม่แตกต่าง)
- กลุ่ม 2 ไม่มีคำสั่งแก้ไข	34	42.840	27.718	4.26	94.10		0.064

\*, \*\*\* หมายถึง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ 99.9%

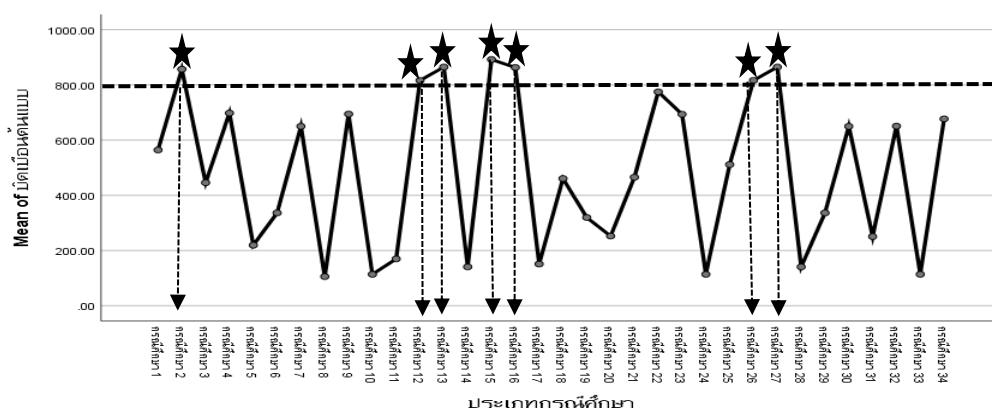
จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหารกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษมีแนวโน้มที่จะฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าและแตกต่างกันกับผู้บริหารกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ 99% ( $p > 0.05, 0.01$ ) ในส่วนของต้นทุนทางการเงินไม่แตกต่างกัน ( $p < 0.05$ )

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีกับกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ (ANOVA)

พฤติกรรม	แหล่งของความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	p-value
การบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	34	2910228.752	85594.963	.972	.533
	ภายในกลุ่ม	33	2905906.903	88057.785		
	รวม	67	5816135.655			

\*, \*\*\* หมายถึง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ 99.9%

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริหารกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี ไม่แตกต่างกัน ( $p > 0.05$ ) เพื่อแสดงค่าเฉลี่ยแต่ละกรณีศึกษา ผู้วิจัยขอเสนอข้อมูลกราฟดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5 แสดงกราฟค่าเฉลี่ยของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและจัดให้มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ

จากข้อมูลกราฟจะแสดงให้เห็นได้ว่า กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 34 บริษัทมีจำนวน 7 บริษัท ที่มีค่าเฉลี่ยการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีตั้งแต่ 800 ขึ้นไป ประกอบด้วยกรณีศึกษาที่ 2 กรณีศึกษาที่ 12 กรณีศึกษาที่ 13 กรณีศึกษาที่ 15 กรณีศึกษาที่ 16 กรณีศึกษาที่ 26 และกรณีศึกษาที่ 27 เมื่อนำกรณีศึกษาทั้ง 7 บริษัทนี้ไปวิเคราะห์เนื้อหาข่าวที่สำนักงาน ก.ล.ต. ดำเนินการกล่าวโทษ พบประเด็นที่น่าสนใจและเชื่อมโยงไปสู่พฤติกรรมในการบิดเบือนข้อมูลทางการบัญชี ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหาจากแหล่งข่าวสำนักงาน ก.ล.ต.

กรณีศึกษา	ช่วงระยะเวลา	ประเด็นความผิดทางด้านบัญชี
กรณีศึกษาที่ 2	2549-2552	<p><b>ข้อมูลเบื้องต้น</b></p> <p>“สำนักงาน ก.ล.ต. ดำเนินกล่าวโทษอดีตกรรมการและผู้บริหารต่อกรมสอบสวนคดีพิเศษ กรณีร่วมกันจัดทำเอกสารเท็จ ลงบัญชีไม่ถูกต้องและไม่ตรงสภาพความเป็นจริง เพื่อลวงบุคคลทั่วไปให้เข้าใจผิดกับฐานะทางการเงินและผลประกอบการ”</p> <p><b>ความคิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</b></p> <p>“ร่วมกันจัดทำเอกสารทางบัญชีที่เป็นเท็จ ลงบัญชีไม่ถูกต้องไม่ตรงตามความเป็นจริงเกี่ยวกับรายการเงินให้กู้ยืมแก่บุคคลภายนอก เงินลงทุนในโครงการแปรรูปลูมิเนียม และการซื้อเครื่องจักรใช้ในโครงการกลั่นน้ำมันจากขยะพลาสติก”</p>
กรณีศึกษาที่ 12	2558-2560	<p><b>ข้อมูลเบื้องต้น</b></p> <p>“สำนักงาน ก.ล.ต. ดำเนินกล่าวโทษอดีตกรรมการและผู้บริหารต่อกรมสอบสวนคดีพิเศษกรณีร่วมกันกระทำผิดหน้าที่โดยทุจริต ไม่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ รั่วรั่ว และชื่อเสียงสุจริต ทำให้บริษัทได้รับความเสียหาย และได้ร่วมกันกระทำหรือยินยอมให้กระทำการลงข้อความเท็จหรือไม่ลงข้อความสำคัญในบัญชีหรือเอกสารต่างๆ เพื่อลวงบุคคลใดๆ”</p> <p><b>ความคิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</b></p> <p>“จากพยานหลักฐานพบการตกแต่งรายได้และรายได้ค้างรับค่าโฆษณา ซึ่งเป็นรายได้ที่ไม่มีอยู่จริงและเรียกเก็บเงินจากลูกค้าไม่ได้จริง โดยอดีตกรรมการและผู้บริหารร่วมกันสั่งการให้มีการบันทึกรายได้ที่ไม่มีอยู่จริงอีกทั้งมีการแก้ไขระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการขายโฆษณาเพื่อเอื้อให้ฝ่ายขายบันทึกใบจองโฆษณาปลอมเข้าไปในระบบการขายโฆษณา และให้ฝ่ายบัญชีนำใบจองโฆษณาปลอมมาบันทึกเป็นรายได้และรายได้ค้างรับเพื่อให้รายได้ของกิจการเพิ่มสูงขึ้น”</p>
กรณีศึกษาที่ 13	2559	<p><b>ข้อมูลเบื้องต้น</b></p> <p>“สำนักงาน ก.ล.ต. ดำเนินกล่าวโทษอดีตกรรมการและผู้บริหารต่อกรมสอบสวนคดีพิเศษ กรณีทุจริต เบียดบังทรัพย์สินของบริษัท และทำบัญชีไม่ถูกต้อง โดยทำธุรกรรมอำพราง ผ่านบริษัทที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศหลายแห่ง เพื่อให้ผลประกอบการสูงเกินความเป็นจริง”</p> <p><b>ความคิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</b></p> <p>“ผู้สอบบัญชีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับธุรกรรมการให้กู้ยืมแก่ลูกหนี้ในต่างประเทศ 5 แห่ง เมื่อบริษัททั้ง 5 แห่ง ได้รับเงินผู้ไปแล้วได้นำไปหมุนเวียนในกลุ่มบริษัทผู้กู้เพื่อชำระค่าดอกเบี้ยและเงินต้นคืนแก่ผู้ให้กู้เป็นงวด ซึ่งยอดดอกเบี้ยถูกนำไปรวมเป็นรายได้ในงบการเงินอันเป็นการตกแต่งบัญชีและสร้างผลประกอบการให้ผู้ให้กู้ยืมเพิ่มสูงขึ้น”</p>

ตารางที่ 4 (ต่อ)

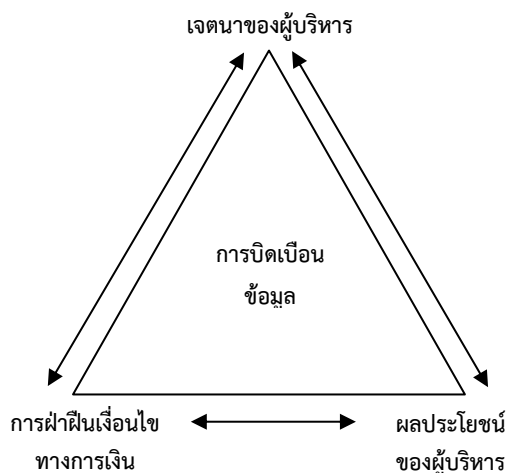
กรณีศึกษา	ช่วง ระยะเวลา	ประเด็นความผิดพลาดด้านบัญชี
กรณีศึกษาที่ 14, 16	2557	<p><b>ข้อมูลเบื้องต้น</b></p> <p>“สำนักงาน ก.ล.ต. ดำเนินกล่าวโทษอดีตรกรรมการและผู้บริหารต่อกรมสอบสวนคดีพิเศษกรณีจัดทำบัญชีและงบการเงินไม่ถูกต้อง เพื่อลงบุคคลทั่วไปให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและผลประกอบการ”</p> <p><b>ความผิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</b></p> <p>“กรณีผู้สอบบัญชีทั้ง 2 ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่และบริษัทย่อยไม่แสดงความเห็นและแสดงความเห็นอย่างมีเงื่อนไขต่องบการเงิน เนื่องจากถูกจำกัดขอบเขตการตรวจสอบโดยผู้บริหาร” สำนักงาน ก.ล.ต. ตรวจสอบงบการเงินในช่วงปี 2557 พบว่า กรรมการและผู้บริหารร่วมกันไม่จัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องในธุรกรรมการขายน้ำมันและรับจ้างกลั่นน้ำมันให้ครบถ้วน และไม่ได้บันทึกบัญชีรายได้และบัญชีอื่นที่เกี่ยวข้องในระบบบัญชีจนเป็นเหตุให้งบการเงินแสดงรายได้ต่ำกว่าความเป็นจริง ซึ่งถือเป็นสาระสำคัญต่อผู้ใช้งบการเงิน”</p>
กรณีศึกษาที่ 26	2553	<p><b>ข้อมูลเบื้องต้น</b></p> <p>“สำนักงาน ก.ล.ต. ดำเนินกล่าวโทษอดีตรกรรมการและผู้บริหารต่อกรมสอบสวนคดีพิเศษกรณีจัดทำบัญชีและงบการเงินไม่ถูกต้อง เพื่อลงบุคคลทั่วไปให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและผลประกอบการ”</p> <p><b>ความผิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ร่วมกันเปลี่ยนวิธีการทำสัญญาที่เป็นบริษัทในเครือญาติเพื่อตกแต่งบัญชี อันเป็นเท็จเพื่อลงบุคคลใดๆ โดยสั่งให้บันทึกที่รายได้ในบัญชีแยกประเภทเป็นเท็จ</li> <li>2. ร่วมกันจัดทำบัญชี งบการเงิน และรายงานการประชุมคณะกรรมการบริษัทอันเป็นเท็จเพื่อลงบุคคลใดๆ ว่ามีการอนุมัติให้หักหุ้นส่วนจำกัด ก กับ ข กู้ยืมเงินรวมจำนวน 85,000,000 บาท</li> </ol>
กรณีศึกษาที่ 27	2560	<p><b>ข้อมูลเบื้องต้น</b></p> <p>“สำนักงาน ก.ล.ต. ดำเนินกล่าวโทษอดีตรกรรมการและผู้บริหารต่อกรมสอบสวนคดีพิเศษกรณียินยอมให้ลงข้อความเท็จหรือไม่ลงข้อความสำคัญในรายละเอียดเกี่ยวกับหนี้สินที่เพิ่มขึ้น เพื่อลงไม่ให้นักลงทุนและเจ้าหน้าที่รับรู้รายละเอียดที่แท้จริงของหนี้สิน”</p> <p><b>ความผิดเกี่ยวกับบัญชีตามที่ปรากฏในข่าว ก.ล.ต.</b></p> <p>อดีตรกรรมการและผู้บริหารกล่าวให้กิจการเป็นหนี้ เพื่อให้สามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการ โดยอาศัยมูลหนี้ซึ่งไม่เป็นความจริง จากการที่เจ้าหน้าที่ค่าหลายรายเรียกร้องค่าเสียหายและค่าเสียหายโอกาส รวมทั้งฟ้องร้องดำเนินคดีทางแพ่งกับกิจการในมูลหนี้ที่สูงเกินกว่าความเป็นจริงมากโดยไม่สมเหตุสมผล เพื่อให้กิจการอยู่ในภาวะที่มีหนี้สินมากกว่าทรัพย์สินทั้งที่บุคคลเหล่านั้นหลายรายมีความเห็นหรืออยู่ในวิสัยที่ทราบดังกล่าวไม่สามารถบันทึกบัญชีเป็นหนี้สินในงบการเงินตามมาตรฐานการบัญชีได้</p>

หมายเหตุ ---- คือ การเน้นประเด็นสาระสำคัญที่สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 2

ที่มา : ฐานข้อมูลงบการเงินที่อยู่ระหว่างการแก้ไข, (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565ค)



จากการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาข่าวของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ แสดงให้เห็นได้ว่าผู้บริหารส่วนใหญ่มี “เจตนา” ที่จะทำการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีในลักษณะของ “การจัดทำเอกสารเท็จ มีการจัดทำบัญชีไม่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีหรือหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป และมีการรายงานข้อมูลทางการเงินที่ไม่ตรงตามสภาพความเป็นจริงเพื่อลวงบุคคลทั่วไปให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและผลประกอบการ” เมื่อนำเหตุการณ์เหล่านี้ไปเชื่อมโยงเข้ากับผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ (ตารางที่ 2) ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ (Body of Knowledge) ของลักษณะพฤติกรรมของการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี ประกอบด้วย 3 ปัจจัยที่รวมตัวเข้าด้วยกันจนครบและยึดเหนี่ยวกันเป็นฐานสามเหลี่ยมที่จะขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งไม่ได้ ผู้วิจัยจึงเรียกองค์ประกอบเหล่านี้ว่า “ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี” แสดงในภาพที่ 6 ซึ่งประยุกต์จาก สามเหลี่ยมการทุจริต (Fraud Triangle) ของ Crassey (1970)



ภาพที่ 6 แสดงลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี  
ที่มา: ผลการวิจัย

## 6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชียังเป็นประเด็นสำคัญที่นักวิชาการหลายท่านให้ความสนใจและพยายามศึกษาเพื่อข้อสรุปอย่างสมเหตุและสมผล ซึ่งผลการวิจัยผู้วิจัยขอสรุปตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1** พบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 34 บริษัท มีจำนวน 7 บริษัทที่แสดงค่าเฉลี่ยการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีสูงสุด และเมื่อทำการวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่สำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและจัดให้มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ ชี้ให้เห็นได้ว่า

ผู้บริหารทั้ง 7 บริษัทมีลักษณะพฤติกรรมการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ด้านใดด้านหนึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานผลประโยชน์ของผู้บริหาร (The Bonus Plan Hypothesis) ตามทฤษฎีการบัญชีเชิงผลประโยชน์ของ Watts and Zimmerman (1986) กล่าวว่า ผู้บริหารจะมีแรงจูงใจบางประการที่จะทำงานเพื่อให้ตนเองและองค์กรได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การให้สิทธิผู้บริหารในการซื้อหุ้นสามัญล่วงหน้า แผนการจ่ายโบนัสแก่ผู้บริหารที่ผูกติดกับผลกำไรของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Duong and Evans (2015) และ Balsam, Irani, & Yin (2012) พบว่า “การกำหนดจำนวนเงินค่าตอบแทนของผู้บริหารสามารถอธิบายได้ด้วยผลการดำเนินงานของบริษัทที่ยังผู้บริหารสร้างผลกำไรได้มากเท่าไรยิ่งทำให้ได้รับค่าตอบแทนสูงเช่นเดียวกัน”

**วัตถุประสงค์ที่ 2** ผู้บริหารจะมีเป้าหมายที่จะรายงานผลประกอบการและฐานะทางการเงินของบริษัทให้แตกต่างไปจากสภาพความเป็นจริงก็เพราะผู้บริหารมีแรงจูงใจหรือความกดดันบางประการที่ทำให้ผู้บริหารมีแนวโน้มในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี ผลการวิจัยนี้พบหลักฐานที่บ่งบอกได้ว่าผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขทางการเงินหรือจัดให้มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษมีแนวโน้มในการฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงินมากกว่าหรือแตกต่างกับผู้บริหารกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขทางการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงผลกระทบที่เกิดจากการฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงินได้กลายเป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี โดยผลการวิจัยที่ผ่านมาสนับสนุนว่าผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะทำการตกแต่งกำไรให้เพิ่มขึ้นเพื่อรักษาเงื่อนไขทางการเงิน หรืออาจกล่าวได้ว่า หากบริษัทมีกระแสเงินสดที่ไม่ดีผู้บริหารจะมีพยายามคลี่คลายปัญหานี้ด้วยการตกแต่งกำไรเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Baccouche, Hadriche and Omri (2013) พบว่า “บริษัทที่มีความเสี่ยงทางการเงินผู้บริหารจะมีแนวโน้มที่จะทำการเพิ่มระดับของกำไรให้สูงขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ติดลบหรือต่ำกว่าเกณฑ์เงื่อนไขทางการเงิน” และตามทฤษฎีสัญญาที่ว่า “เงื่อนไขในสัญญาเงินกู้จะเป็นข้อกำหนดที่ทำให้ผู้บริหารต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับบริษัทว่าจะมีความสามารถในการชำระหนี้และดอกเบี้ยได้ตามที่ระบุไว้ในสัญญา” จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้บริหารมีแรงจูงใจที่จะรักษาเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ไว้ด้วยการตกแต่งกำไรให้เพิ่มขึ้น (Panda & Leepsa, 2017)

นอกเหนือจากการฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงินแล้ว ผลประโยชน์ตอบแทนก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สนับสนุนการทำงานของผู้บริหาร โดยผู้บริหารจะตระหนักไว้เสมอว่า “กำไร” เป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินผลการดำเนินงานของบริษัท (Dichev et al., 2013) ยิ่งถ้าผู้บริหารสร้างผลกำไรให้บริษัทได้มากเท่าไรยิ่งทำให้ผู้บริหารได้รับการสรรเสริญและมีผลประโยชน์ตอบแทนพิเศษเป็นของขวัญ อีกทั้งการให้สิทธิผู้บริหารเลือกซื้อหุ้น (Employee Stock Option Plan) ก็เป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจที่ผู้บริหารจะทำงานเพื่อสร้างผลกำไรให้สูงขึ้นเพราะการให้สิทธิดังกล่าวๆ จะทำให้ผู้บริหารเกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ยิ่งบริษัทมีผลกำไรสูงมากเท่าไรยิ่งทำให้ราคาหุ้นที่ผู้บริหารครอบครองมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ผู้บริหารที่ได้รับผลตอบแทนในรูปของหุ้นจะมีแรงจูงใจในการตกแต่งกำไรเพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นมูลค่าราคาหุ้นในอนาคต (Zang, 2012; Turner & Guilding, 2011; Cheng & Warfield, 2005)

กล่าวโดยสรุป กำไรจึงกลายมาเป็นเครื่องมือที่เกิดขึ้นตามสัญญา (Contact) ที่มีประสิทธิภาพระหว่างตัวการ (Principal) กับตัวแทน (Agent) เช่น สัญญาการจ่ายเงินโบนัส (Bonus Contracts) สัญญาเกี่ยวกับภาระผูกพัน (Debt Contracts) ซึ่งภายใต้ข้อกำหนดเงื่อนไขในสัญญาอาจมีลายอักษรที่ระบุไว้ว่า “บริษัทจะไม่จ่ายเงินโบนัสให้กับผู้บริหารหากบริษัทมีผลกำไรที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายตามที่ระบุไว้ในสัญญานี้หรือไม่จ่ายเงินโบนัสกรณีที่บริษัทไม่สามารถชำระหนี้สินหรือดอกเบี้ยได้ตามกำหนด (ศรายุทธ เรื่องสุวรรณ, 2565) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะทำการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีเพื่อความอยู่รอดทั้งในตัวของบริษัทและตัวของผู้บริหาร จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 และ 3

ในขณะที่ต้นทุนทางการเมืองของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษกับกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษแสดงผลไม่แตกต่างกัน โดยให้เหตุผลได้ว่า บริษัทส่วนใหญ่มีการใช้กลยุทธ์และสิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างเต็มที่เพื่อการควบคุมค่าใช้จ่ายทางภาษีและวางแผนภาษีได้อย่างถูกต้องตามที่กฎหมายภาษีกำหนด ดังนั้นบริษัทส่วนใหญ่จะเลือกใช้กลยุทธ์และสิทธิประโยชน์ทางภาษีมากกว่าที่จะเลือกการหลีกเลี่ยงภาษี (Tax Avoidance) หรือการหนีภาษี (Tax Evasion) เพราะหากเกิดความผิดพลาด นอกจากบริษัทจะมีต้นทุนค่าเบี้ยปรับทางกฎหมายแล้วอาจทำให้บริษัทเสียชื่อเสียงและความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนเมื่อมีการกระทำความผิดเผยแพร่ในสังคม (Ifada & Wulandari, 2015; Almashaqbeh, Abdul, & Shaari, 2018) นอกจากนี้ค่าเฉลี่ยของต้นทุนทางสังคมของทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างให้ผลที่ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด (ร้อยละ 20) จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3

**วัตถุประสงค์ที่ 3** ผลการวิจัยพบว่าลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ “การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน” ภายใต้เงื่อนไขสัญญาทางการเงินเป็นข้อกำหนดที่ทางเจ้าหนี้หรือสถาบันการเงินได้กำหนดขึ้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงในการผิดชำระหนี้ โดยทั่วไปเงื่อนไขเหล่านี้จะระบุเจาะจงในรูปแบบของจำนวนเงินหรืออัตราส่วนทางการเงินที่ลูกหนี้ต้องดำรงรักษาไว้ เช่น อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หากกิจการมีสัดส่วนหนี้สินที่มากจนเกินไป อาจทำให้กิจการมีความเสี่ยงสูงที่จะเผชิญกับการล้มละลาย (Bankruptcy Risk) ดังนั้นแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริหารที่จะทำการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีเพื่อรักษาระดับกำไรให้มีความเหมาะสมและไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ตามที่เจ้าหนี้หรือสถาบันการเงินกำหนดนั้นย่อมมีโอกาสที่จะเกิดขึ้น การที่ผู้บริหารสามารถแก้ไขหรือจัดการกับปัญหาภายในองค์กรจนเกิดความพึงพอใจต่อผู้ถือหุ้นไม่เพียงแต่ถูกการพิจารณาต่อสัญญาการทำงานของผู้บริหารเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการพิจารณา “ผลตอบแทนแก่ผู้บริหาร” ที่เพิ่มมากขึ้น จึงเชื่อได้ว่าผู้บริหารจะมี “เจตนา” ที่จะพยายามหลีกเลี่ยงการรายงานผลประกอบการที่ขาดทุน โดยทั้ง 3 องค์ประกอบได้รวมตัวเข้าด้วยกันจนครบและยึดเหนี่ยวกันเป็นฐานสามเหลี่ยมที่จะขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งไม่ได้ ผู้วิจัยจึงเรียกองค์ประกอบเหล่านี้ว่า “ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี”

กล่าวโดยสรุป ผู้บริหารอาจใช้ช่องโหว่ทางบัญชีในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีจากปัจจัยที่มีผลต่อการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีในการศึกษาครั้งนี้

ยืนยันตามทฤษฎีตัวแทนที่อธิบายว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองฝ่ายในการแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดจากการลงทุน มนุษย์ย่อมมีแรงผลักดันที่จะแสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเองจึงอาจนำไปสู่ปัญหา agency problems (Jensen & Meckling, 1976) และทฤษฎีสัญญาที่ว่าด้วยเรื่องสัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างตัวการกับตัวแทนในการจ่ายค่าตอบแทนให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรมกับทั้งสองฝ่าย (Hart, 1988) โดยผลตอบแทนจะผูกติดกับผลการดำเนินงาน ข้อตกลงตามสัญญาอาจเป็นแรงจูงใจที่ผู้บริหารจะทำการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีโดยการเพิ่มกำไรให้เป็นไปในทิศทางที่ตนเองต้องการ เพื่อที่ตนเองจะได้รับผลประโยชน์ และปัจจัยที่มีผลต่อการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชียังยืนยันตามคำทำนายของ Watts and Zimmerman (1986) ภายใต้ทฤษฎีการบัญชีเชิงผลประโยชน์ ที่ระบุว่าผู้บริหารมีแรงจูงใจบางประการที่ทำให้เลือกใช้นโยบายทางบัญชีที่ไม่เหมาะสมเพื่อจัดทำรายงานทางการเงินให้เป็นไปทิศทางตามที่ต้องการภายใต้การอธิบาย 3 สมมติฐานดังนี้ 1) สมมติฐานผลประโยชน์ของผู้บริหาร (The bonus plan hypothesis) 2) สมมติฐานการฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน (The debt covenant hypothesis) 3) สมมติฐานต้นทุนทางการเมือง (The political cost hypothesis)

## 7. ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์โดยตรงต่อหน่วยงานกำกับดูแลในการเพิ่มมาตรการหรือแนวทางปฏิบัติต่างๆ เพื่อเป็นการป้องกันและดูแลผลประโยชน์ของนักลงทุน โดยเฉพาะในเรื่องของผลประโยชน์ผู้บริหาร และการฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน ควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์ให้มีความเหมาะสมหรือเพิ่มมาตรการ แนวทางการตรวจสอบในประเด็นเหล่านี้ให้มากขึ้นเพราะผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มบริษัทที่มีผลการดำเนินงานผิดปกติมีความแตกต่างใน 2 ประเด็นนี้อย่างมีนัยสำคัญและเมื่อวิเคราะห์จากเนื้อหา ก็แสดงผลไปในทิศทางเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีในผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นถึง “เจตนาของผู้บริหาร” เป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ผู้บริหารแสดงพฤติกรรมไปในทางที่ไม่เหมาะสม สอดคล้องตามทฤษฎีสามเหลี่ยมการทุจริต (The fraud triangle) ดังนั้นหากมีมาตรการการควบคุมประเด็นเหล่านี้ก็จะเป็นการยกระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินไทยให้มีความเชื่อมั่นในตลาดทุน

### ข้อเสนอแนะเชิงผู้ใช้ข้อมูล

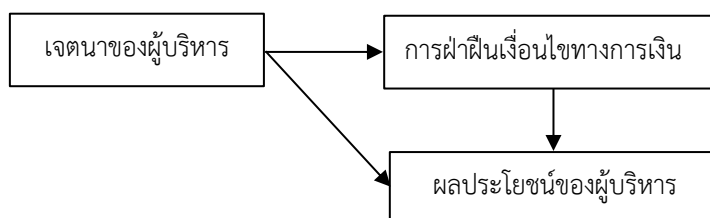
ผลการวิจัยน่าจะเป็นประโยชน์ทางอ้อมต่อผู้ใช้รายงานทางการเงิน (stakeholder) นักวิเคราะห์การลงทุน (investment analyst) หรือผู้แนะนำลูกค้าด้านการลงทุน (investment broker agent) ในการประเมินผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของกิจการก่อนการตัดสินใจลงทุนหรือเสนอให้กับลูกค้าเพื่อการตัดสินใจลงทุน ในขณะที่สถาบันการเงิน (financial institutions) ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน โดยเฉพาะโครงสร้างหนี้สินของกิจการเพื่อประเมินถึงความสามารถในการทำกำไรและความสามารถในการชำระดอกเบี้ยของกิจการก่อนการพิจารณาอนุมัติวงเงินการลงทุน

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังเป็นประโยชน์ในแง่ของนักวิชาการ เช่น นักวิจัย อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะสาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการเงินและการลงทุน สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

เป็นต้น ที่จะนำผลการวิจัยนี้ไปสอดแทรกเข้ากับเนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งของการจัดการเรียนการสอน เช่น เนื้อหาของกลยุทธ์ทางบัญชี การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน การวิเคราะห์การลงทุน เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) งานวิจัยนี้ยังได้ค้นพบแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริหารในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชีตามภาพที่ 7 ผู้ที่สนใจควรนำรูปแบบนี้ไปทำการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมว่ามีแนวคิด ทฤษฎี หรือมีการศึกษา งานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาเป็นไปในทิศทางอย่างไรเพื่อนำมาอธิบายความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร



ภาพที่ 7 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยในอนาคต

ที่มา: ผลการวิจัย

2) ผู้วิจัยศึกษาเพียงกลุ่มบริษัทที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและจัดให้มีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 34 ตัวอย่างเท่านั้น ดังนั้นเสนอแนะให้ผู้ที่สนใจควรขยายขอบเขตหรือเลือกกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมที่มีลักษณะเดียวกัน หรือเลือกเปรียบเทียบกับกลุ่มบริษัทที่มีลักษณะเดียวกันในต่างประเทศ เช่น กลุ่มบริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ กลุ่มบริษัทที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอน กลุ่มบริษัทที่อยู่ระหว่างการเจรจาปรับโครงสร้างหนี้ เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ครอบคลุมชัดเจนมากขึ้น

3) การวิจัยนี้ไม่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใดๆ กับการสั่งแก้ไขงบการเงินหรือมีการตรวจสอบกรณีพิเศษ ดังนั้น ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นร่วมด้วย เช่น บทบาทของคณะกรรมการตรวจสอบ กลไกการกำกับดูแลกิจการ ขนาดกิจการ การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี หรือเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ หรือมีการเพิ่มตัวแปรควบคุม เช่น ความเสี่ยงทางการเงิน ความสามารถในการทำกำไรของกิจการ เป็นต้น

#### ข้อจำกัดการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกศึกษากับกลุ่มบริษัทที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. มีคำสั่งให้แก้ไขงบการเงินและมีการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ โดยผู้วิจัยมีความคิดว่ากลุ่มเหล่านี้เป็นตัวแทนที่เหมาะสมที่สุดในการอธิบายพฤติกรรมในการบิดเบือนข้อมูลทางบัญชี โดยปราศจากจากอคติต่างๆ แต่เนื่องด้วยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษามีจำนวนไม่มากพอ ดังนั้น ผู้ที่จะใช้ข้อมูลควรคำนึงถึงประเด็นดังกล่าว

## 7. เอกสารอ้างอิง

- ธเรศ สันติวงศ์ไชย. (2565). *รายงานการเงินและการวิเคราะห์*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทแอดทีฟ พรินท์ จำกัด.
- นฤตมกุล พรชัย และพรรณนิภา รอดวรธนะ. (2554). การทุจริตของพนักงานในองค์กรธุรกิจ.  
*จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 30(130), 1-11.
- ศรายุทธ เรื่องสุวรรณ. (2565). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตกแต่งกำไร*. สมุทรสาคร: บริษัท แพลนพรินท์ที่ตั้ง  
จำกัด.
- ศรายุทธ เรื่องสุวรรณ และสุภาวีนี จีระสุวรรณ. (2564). สัญญาณเตือนภัยล่วงหน้ากับการตกแต่งกำไร:  
บทเรียนจากบริษัทที่ละเมิดหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 17(53), 7-20.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2565ก). *ข่าว ก.ล.ต..* สืบค้นเมื่อ 21  
พฤศจิกายน 2565, จาก [https://www.sec.or.th/TH/Pages/News\\_LISTVIEW.aspx](https://www.sec.or.th/TH/Pages/News_LISTVIEW.aspx)  
\_\_\_\_\_ (2565ข). *สถิติการกล่าวโทษและเปรียบเทียบ 2556-2565*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2565,  
จาก <http://kalasin.m-society.go.th>.
- \_\_\_\_\_ (2565ค). *งบการเงินที่อยู่ระหว่างการแก้ไข*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2565, จาก  
[https://www.sec.or.th/TH/Pages/News\\_LISTVIEW.aspx](https://www.sec.or.th/TH/Pages/News_LISTVIEW.aspx)
- \_\_\_\_\_ (2565ง). *ข้อมูลรายบริษัท/หลักทรัพย์*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2565, จาก  
<https://classic.set.or.th/set/commonslookup.do?language=th&country=TH>.
- Alissa, W., Bonsall Iv, S. B., Koharki, K., & Penn Jr, M. W. (2013). Firms' use of accounting  
discretion to influence their credit ratings. *Journal of Accounting and  
Economics*, 55(2-3), 129-147.
- Almashaqbeh, A. A., Abdul-Jabbar, H., & Shaari, H. (2018). Real earnings management and  
tax considerations: A conceptual analysis. *International Journal of Business  
Management and Commerce*, 3(2), 25-36.
- Atwood, T. J., Drake, M. S., & Myers, L. A. (2010). Book-tax conformity, earnings  
persistence and the association between earnings and future cash flows. *Journal  
of Accounting and Economics*, 50(1), 111-125.
- Baccouche, S., Hadriche, M., & Omri, A. (2013). The impact of audit committee multiple-  
directorships on earnings management: evidence from France. *Journal of  
Applied Business Research (JABR)*, 29(5), 1333-1342.
- Balsam, S., Irani, A. J., & Yin, Q. J. (2012). Impact of job complexity and performance on  
CFO compensation. *Accounting Horizons*, 26(3), 395-416.
- Carter, K. E. (2015). The joint effect of the sarbanes-oxley act and earnings management  
on credit ratings. *Journal of Accounting and Finance*, 15(4), 77.

- Cheng, Q., & Warfield, T. D. (2005). Equity incentives and earnings management. *The accounting review*, 80(2), 441-476.
- Cohen, D. A., & Zarowin, P. (2010). Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings. *Journal of accounting and Economics*, 50(1), 2-19.
- Coppens, L., & Peek, E. (2005). An analysis of earnings management by European private firms. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 14(1), 1-17.
- Cormier, D., Houle, S., & Ledoux, M. J. (2013). The incidence of earnings management on information asymmetry in an uncertain environment: Some Canadian evidence. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 22(1), 26-38.
- Costello, A. M. & Wittenberg-Moerman, R. (2011). The impact of financial reporting quality on debt contracting: Evidence from internal control weakness reports. *Journal of Accounting Research*, 49(1), 97-136.
- Dichev, I. D., Graham, J. R., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2013). Earnings quality: Evidence from the field. *Journal of accounting and economics*, 56(2-3), 1-33.
- Cressey, D. R. (1970). Organized crime and inner-city youth. *Crime & Delinquency*, 16(2), 129-138.
- Duong L., & Evans J. (2015). CFO Compensation: Evidence from Australia. *Pacific basin Finance Journal*, 35(PA), 425-443.
- Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *The journal of law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Frydman, C., & Saks, R. E. (2010). Executive compensation: A new view from a long-term perspective, 1936–2005. *The Review of Financial Studies*, 23(5), 2099-2138.
- Goncharow, I., & Zimmermann, J. (2006). Earnings management when incentives compete: the role of tax accounting in Russia. *Journal of International Accounting Research*, 5(1), 41-65.
- Graham, J. R., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of accounting and economics*, 40(1-3), 3-73.
- Ifada, L. M. & Wulandari, N. (2015). The effect of deferred tax and tax planning toward earnings management practice (empirical study on non-manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange in the period of 2008-2012. *International Journal of Organizational Innovation*, 8(1), 352-380.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(1976), 305-360.

- Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of accounting research*, 29(2), 193-228.
- Kuč, V., & Kaličanin, Đ. (2021). Determinants of the capital structure of large companies: Evidence from Serbia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 590-607. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1801484>
- Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Meek, G. K., Rao, R. P., & Skousen, C. J. (2007). Evidence on factors affecting the relationship between CEO stock option compensation and earnings management. *Review of accounting and finance*, 6(3), 304-323.
- Nalarreason, K. M., Sutrisno, T., & Mardiaty, E. (2019). Impact of leverage and firm size on earnings management in Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(1), 19-24.
- Nam, H. J., Choi, J. H., Comprix, J., & Kwon, H. H. (2012). Firm location and earnings management: Korean evidence. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 19(3), 292-317.
- Ngamchom, N. (2018). Opportunistic or beneficial earnings management of good corporate governance score enterprises in Thailand. *Thailand and The World Economy*, 36(2), 52-78.
- Nursetya, R. P., & Hidayati, L. N. (2020). How does firm size and capital structure affect firm value?. *Journal of Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 67-76.
- Hart, O. D. (1988). Incomplete Contracts and the Theory of the Firm. *Journal of Law, Economics and Organization*, 4(1), 119-139.
- Panda, B., & Leepsa, N. M. (2017). Agency theory: Review of theory and evidence on problems and perspectives. *Indian Journal of Corporate Governance*, 10(1), 74-95.
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335-370.
- Sari, D. K., Utama, S., & Rossieta, H. (2017). Tax avoidance, related party transactions, corporate governance and the corporate cash dividend policy. *Journal of Indonesian Economy and Business: JIEB.*, 32(3), 190-208.
- Shuto, A. (2007). Executive compensation and earnings management: Empirical evidence from Japan. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 16(1), 1-26.
- Singleton, T. W., & Singleton, A. J. (2010). *Fraud auditing and forensic accounting* (Vol. 11). New York: John Wiley & Sons.



- Sirait, F., & Siregar, S. V. (2014). Dividend payment and earnings quality: evidence from Indonesia. *International Journal of Accounting and Information Management*, 22(2), 103-117.
- Trombetta, M., & Imperatore, C. (2014). The dynamic of financial crises and its non-monotonic effects on earnings quality. *Journal of Accounting and Public Policy*, 33(3), 205-232.
- Turner, M. J., & Guilding, C. (2011). An investigation of the motivation of hotel owners and operators to engage in earnings management. *Qualitative Research in Accounting and Management*, 8(4), 358–381.
- Watts, R. & Zimmerman J. (1986). *Positive Accounting Theory*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ.
- Zang, A. Y. (2012). Evidence on the trade-off between real activities manipulation and accruals-based earnings management. *The Accounting Review*, 87(2), 675-703.

ภาคผนวก

**ขั้นตอนที่ 1** คำนวณรายการคงค้างรวม (TA) จากผลต่างของกำไรสุทธิ (Net Income) กับกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO) ที่แสดงในงบกระแสเงินสดตามแบบสมการนี้

$$TA_{jit} = \text{Net Income}_{jit} - \text{CFO}_{jit}$$

**ขั้นตอนที่ 2** นำ TA แทนค่าด้วยแบบจำลองของ The Modified Jones Model ของ Jones (1991) จะได้สมการถดถอยกำลังสองน้อยที่สุดของ TA ทั้งหมดเพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบตามสมการต่อไปนี้โดยการหาที่ละกลุ่มอุตสาหกรรมตามแบบสมการนี้

$$\frac{TA_{jit}}{A_{jit-1}} = \alpha_{1j} \left( \frac{1}{A_{jit-1}} \right) + \alpha_{2j} \left( \frac{\Delta REV_{jit}}{A_{jit-1}} \right) + \alpha_{3j} \left( \frac{PPE_{jit}}{A_{jit-1}} \right) + \epsilon_{jit}$$

หลังจากได้ค่าสัมประสิทธิ์  $\alpha_1$ ,  $\alpha_2$ ,  $\alpha_3$  แล้วจึงนำเข้าสู่ตัวแบบ Modified Jones เพื่อคำนวณรายการคงค้างที่ไม่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (NDA) ตามแบบสมการนี้

$$NDA_{jit} = \hat{\alpha}_{1j} \left( \frac{1}{A_{jit-1}} \right) + \hat{\alpha}_{2j} \left( \frac{\Delta REV_{jit} - \Delta REC_{jit}}{A_{jit-1}} \right) + \hat{\alpha}_{3j} \left( \frac{PPE_{jit}}{A_{jit-1}} \right)$$

**ขั้นตอนที่ 3** เมื่อได้ NDA จึงนำไปหักออกจาก TA ส่วนที่เหลือเป็นผลต่างของรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (DCA) ตามแบบสมการนี้

$$DCA_{jit} = \left( \frac{TA_{jit}}{REV_{jit}} \right) - NDA_{jt}$$

โดยที่

$TA_{jit}$	แทน	รายการคงค้างทั้งหมดของบริษัท i ณ ปีที่ t
$\text{Net Income}_{jit}$	แทน	กำไรสุทธิก่อนภาษี i ณ ปีที่ t
$\text{CFO}_{jit}$	แทน	กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานของบริษัท i ณ ปีที่ t
$A_{jit-1}$	แทน	สินทรัพย์รวม (Assets) ณ สิ้นเวลา t-1
$\Delta REV_{jit}$	แทน	การเปลี่ยนแปลงของรายได้ ณ เวลา t หักด้วยรายได้ ณ เวลา t-1
$PPE_{jit}$	แทน	ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ (Property Plant and Equipment) ณ สิ้นเวลา t
$NDA_{jit}$	แทน	รายการคงค้างที่ไม่ขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (Non-discretionary Accruals) ณ เวลาของ กลุ่ม อุตสาหกรรมส่วนด้วยสินทรัพย์รวม ณ เวลา t-1
$\Delta REC_{jit}$	แทน	การเปลี่ยนแปลงของลูกหนี้ ณ สิ้นเวลา t-1
$DCA_{jit}$	แทน	รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร
J	แทน	กลุ่มอุตสาหกรรม 1,2,3....,n
i	แทน	บริษัทที่ 1,2,3....,n
t	แทน	ณ สิ้นปี
$\alpha_1 \alpha_2 \alpha_3$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบจำลอง
$\epsilon_{jit}$	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนจากการประมาณการรายการคงค้างทั้งหมดในการประมาณค่าแบ่งข้อมูลออกเป็น 7 กลุ่มอุตสาหกรรม

## การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและ ผลตอบแทนผลิตภัณฑ์พริกแกงในกิจการขนาดเล็ก

### A STUDY OF INVESTMENT FEASIBILITY, COST-RETURN MANAGEMENT EFFICIENCY FOR CURRY PASTE PRODUCTS IN SMALL BUSINESSES

ณัฐพัชร์ อภิวัดมนไพศาล<sup>1\*</sup>

Nathapat Aphiwatpisan<sup>1\*</sup>

(Received: September 12, 2022; Revised: November 23, 2022; Accepted: December 9, 2022)

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนผลิตพริกแกง ศึกษาการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตพริกแกงในกิจการขนาดเล็ก ผู้ให้ข้อมูลหลักคัดเลือกด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง จำนวน 10 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตและการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยใช้เทคนิคการตัดสินใจจ่ายลงทุน (Capital Budgeting Techniques) ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนที่รับจากโครงการ และวิเคราะห์ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนจากอัตรากำไรขั้นต้น ผลการวิจัยพบว่าการผลิตพริกแกงใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 90,000 บาท ระยะเวลาคืนทุน 3.28 ปี เมื่อครบระยะเวลา 5 ปี กระแสเงินสดสุทธิเท่ากับ 63,330 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 35,513.15 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน 18.87% ต้นทุนการผลิตประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง คิดเป็นร้อยละ 73.77 ค่าแรงงานทางตรง คิดเป็นร้อยละ 24.59 และค่าใช้จ่ายการผลิต คิดเป็นร้อยละ 1.64 อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 23.75 เป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน การบริหารต้นทุนมีประสิทธิภาพ ผลตอบแทนสูงกว่าต้นทุน ดังนั้นควรตัดสินใจลงทุนผลิตพริกแกงเนื่องจากมีความคุ้มค่าในการลงทุน

**คำสำคัญ:** การศึกษาความเป็นไปได้ การบริหารต้นทุน ผลตอบแทน พริกแกง

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

\* Corresponding author, E-mail: nathapat.a@vru.ac.th

## Abstract

The objectives of this research were to investigate the feasibility of investing in curry paste production and to study the management of costs and returns from curry paste production in small business. 10 key informants were selected through purposive sampling. The data was collected by observation and interviews and analyzed for investment feasibility using Capital Budgeting Techniques, including payback period, net present value, and internal rate of return and for cost management efficiency and return from gross profit margin. The results showed that the production of curry paste requires an initial investment of 90,000 baht, a payback period of 3.28 years, at the end of the 5-year period, net cash flow is 63,330 baht, net present value of 35,513.15 baht, and internal return rate of 18.87%. Production cost consisted of direct raw material accounting for 73.77 percent, direct labor costs accounting for 24.59 percent, production expenses accounting for 1.64 percent, and gross margins of 23.75 percent. This is a project with investment feasibility. Cost management is efficient, and the returns outweigh costs. Therefore, it is better to decide to invest in the production of curry peppers, as they are worth the investment.

**Keywords:** feasibility study, cost management, return, curry paste

## 1. บทนำ

พริกแกง เป็นอาหารไทยที่มีชื่อเสียง รู้จักกันทั่วโลก เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม อาหารประจำชาติไทย (Original Thai Cuisine) คืออาหารประเภทน้ำพริกและเครื่องจิ้มที่คนไทยรับประทานมาตั้งแต่โบราณ มีความเรียบง่าย สอดคล้องกับวิถีชีวิต (ฐานข้อมูลส่งเสริมและยกระดับคุณภาพสินค้า OTOP, 2565) พริกแกง หรือน้ำพริกแกง หรือเครื่องแกง หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเครื่องเทศและสมุนไพรต่างๆ อาจมีการเผา คั่ว หรือทอดเครื่องเทศบางชนิด โขลกหรือบดผสมให้เข้ากัน หรืออาจนำไปผัดกับน้ำมันจนสุก (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2556) น้ำพริกแกงมีพริกและพืชสมุนไพรเป็นส่วนประกอบสำคัญ นำมาบดผสมกัน มีลักษณะเปียกชื้น อาจผสมกะทิหรือน้ำมันปาล์มบริโภคสามารถนำไปใช้ได้ทันทีเพื่อทำเป็นแกงชนิดใดชนิดหนึ่ง (ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม, 2549)

นอกจากพริกแกงจะเป็นที่นิยมของคนไทยแล้ว ยังพบว่าประเทศจีนนิยมเครื่องปรุงรสและอาหารรสชาติเผ็ด รายงานตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสประเทศจีน พ.ศ. 2561 พบว่า เครื่องปรุงรสที่มีรสชาติเผ็ดครองส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 30.88 ของเครื่องปรุงรสทั้งหมด กลุ่มผู้บริโภคชาวจีนที่นิยมอาหารรสเผ็ดเป็นผู้บริโภคที่เกิด พ.ศ. 2523-2542 โดยกลุ่มผู้หญิงชาวจีนเป็นกลุ่มหลัก และมีการยืนยันทางวิทยาศาสตร์ว่า อาหารรสเผ็ดทำให้คนรับประทานรู้สึกมีความสุข ทำให้ผู้บริโภคที่มีความเครียดในการทำงานนิยมรสเผ็ด สถานการณ์ผลิตภัณฑ์พริกในตลาดจีนพบว่า เครื่องปรุงรสที่มีรสชาติเผ็ดที่ทุก

ครัวเรือนในประเทศจีนเลือกใช้คือ ลำเจียกเจียง ลักษณะเป็นพริกแห้งในน้ำมันคล้ายน้ำพริกเผาของไทย ในปี พ.ศ. 2564 มูลค่าการขายในตลาดประมาณ 40,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงสุดในตลาด (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2562)

การทำน้ำพริก พริกแกง มักจะเป็นการรวมกลุ่มของคนในแต่ละชุมชน เป็นรายได้เสริมของชุมชน สาเหตุที่ต้องรวมกลุ่มอาจเกิดจากปัญหาเศรษฐกิจ ทำให้รายได้หลักของแต่ละครัวเรือนตกต่ำ ส่งผลให้รายได้ไม่พอกับรายจ่าย เกิดปัญหาเศรษฐกิจในชุมชน จึงเกิดแนวคิดการสร้างอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน, 2562) นอกจากนี้ยังอาจเป็นเพราะเกษตรกรเสร็จจากการทำนา เกิดการว่างงาน มีรายได้น้อยไม่พอเพียงต่อการยังชีพ จึงต้องรวมกลุ่มกันทำอาชีพเสริมเพื่อยกระดับรายได้ให้เพียงพอต่อการยังชีพ (เทคโนโลยีชาวบ้าน, 2565) ดังนั้นจึงเกิดการรวมตัวกันนำวัตถุดิบการเกษตรที่มีในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อบริโภคในครัวเรือนหรือในเชิงการค้า ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดรายได้แล้ว ยังเป็นการรักษาสุขภาพของคนในชุมชนให้บริโภคอาหารปลอดภัย สารเคมี รวมถึงทำให้เกิดความรัก ความสามัคคีของคนในชุมชน

ผลการวิจัยในอดีตพบว่า การทำน้ำพริกในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่คือกลุ่มแม่บ้านและผู้สูงอายุ ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้เสริม มีชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัวดีขึ้น เป็นการนำทรัพยากรในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชผักสวนครัว อย่างไรก็ตาม แม้มุมแม่บ้านจะมีฝีมือในการทำน้ำพริก แต่ยังขาดความรู้ในทางบัญชี การคำนวณต้นทุนการผลิต และขาดความรู้ ทักษะในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (รุ่งโรจน์ ฝ่ายเยื่อ และศิริรักษ์ สันติชัย, 2563) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับน้ำพริกพบว่าในการผลิตพริกแกงสำเร็จรูป ได้แก่ พริกแกงเผ็ด พริกแกงเขียวหวาน และพริกแกงส้ม มีระยะเวลาคืนทุน 0.51 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3,614,460.25 บาท อัตราการคิดลดเท่ากับร้อยละ 7 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ร้อยละ 223.96 ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ 76,850 บาท ปริมาณการผลิต 3,600 กิโลกรัมต่อปี ราคาขาย 70 บาทต่อกิโลกรัม อัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์เท่ากับ 28.58% (อนุธิดา คงสนุ่น, 2562) สำหรับการผลิตเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่มีค่าใช้จ่ายในการลงทุน 591,390 บาท จากผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด ได้แก่ แกงคั่ว แกงส้ม แกงเขียวหวาน ผลิตปีละ 18,000 กิโลกรัม ราคาขาย 120 บาทต่อกิโลกรัม อัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์เท่ากับ 21.71% (เดชธรรม สังข์คร, 2560)

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับผลิตผลทางการเกษตรที่พบว่า การแปรรูปมะขามของวิสาหกิจชุมชน โครงสร้างต้นทุนประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบร้อยละ 40.85 ค่าแรงงาน ร้อยละ 21.20 ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ ร้อยละ 2.49 ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร ร้อยละ 33.32 และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ร้อยละ 2.14 (อรุณี นุสิทธิ์ และคณะ, 2562) การลงทุนทำฟาร์มโคนม ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 9 เดือน 2 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,344,976.30 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) คือร้อยละ 7.5 (อุษณีย์ เส็งพานิช และคณะ, 2563) ต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกเมล็ดกาแฟ ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 8 เดือน 21 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 2,420,636.38 บาท อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน ร้อยละ 23.75 ต้นทุนการปลูกกาแฟต่อไร่ ประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ 1,200 บาทต่อไร่ ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง เท่ากับ 2,685 บาทต่อไร่ ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร 6,550 บาท ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ 66.13 บาทต่อไร่ (กรณิการ์ ใจมา

และคณะ, 2561) ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตจิ้งหรีด ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนจากการผลิตต่อรอบการผลิตประกอบด้วยวัตถุดิบทางตรง 970 บาทต่อกล่อง ค่าแรงงานทางตรง 600 บาทต่อกล่อง และค่าใช้จ่ายการผลิต 345.40 บาทต่อกล่อง มีกำไรขั้นต้น 204.60 บาทต่อกล่อง ระยะเวลาคืนทุน 7.71 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 24,861.92 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน 158.73% (ดาวเด่น สัญญ์โกชน์ และคณะ, 2565) และงานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและงบจ่ายลงทุนผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ขยะพลาสติก ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 3.38 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 393,109 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน 28% (กัญธนา ดิษฐ์แก้ว และคณะ, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้นถึงความนิยมในการบริโภคพริกแกงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจลงทุน รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตพบว่าการลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีระยะเวลาคืนทุนไม่เกิน 4 ปี กระแสเงินสดสุทธิเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการสูงกว่าต้นทุนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม อย่างไรก็ตามในการลงทุนผลิตพริกแกงจำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยเฉพาะการวิเคราะห์โครงการด้านการเงินมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความคุ้มค่าของโครงการที่ต้องการลงทุนโดยเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนกับผลตอบแทน โดยพิจารณาระยะเวลาในการคืนทุน แนวโน้มการทำกำไรในอนาคต นอกจากนี้การวิเคราะห์โครงการควรคำนึงถึงสถานะทางการเงินเพื่อช่วยในการตัดสินใจว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยมีแหล่งเงินทุนเพียงพอและมีสภาพคล่อง (รัชณี โตอาจ, 2558) จึงเป็นที่มาของการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์พริกแกงในกิจการขนาดเล็ก เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุน ทั้งนี้หากโครงการได้ผลตอบแทนสูงกว่ามูลค่าต้นทุนและมีความคุ้มค่าในการลงทุนระยะยาว จะเป็นโครงการที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้ โดยใช้วัตถุดิบภายในชุมชนซึ่งมีความสะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ปลอดภัยพิษ ผ่านกระบวนการผลิตด้วยฝีมือ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีสูตรเฉพาะ แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า และเป็นโครงการที่สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน เกิดประโยชน์และพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนผลิตพริกแกงในกิจการขนาดเล็ก
2. เพื่อศึกษาการบริหารต้นทุนจากการผลิตพริกแกงในกิจการขนาดเล็ก
3. เพื่อศึกษาผลตอบแทนในการลงทุนการผลิตพริกแกงในกิจการขนาดเล็ก

## 3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน คือกระบวนการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความคุ้มค่าก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยพิจารณาจากระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) หมายถึงระยะเวลา(จำนวนปี) ทั้งหมดที่คาดว่าจะต้องใช้เพื่อให้ได้กระแสเงินสดรบรวมจากการลงทุนเท่ากับเงินลงทุนที่จ่ายพอดี (พรรณญา

ฐานมิตรกุล, 2563) คำวนจาก เงินสดจ่ายลงทุนสุทธิเมื่อเริ่มโครงการหักกระแสเงินสดรับสุทธิรายปี  
สะสมไปเรื่อยๆ จนเงินจ่ายลงทุนสุทธิเมื่อเริ่มโครงการเท่ากับศูนย์ (อภิญา วนเศรษฐ, 2558) สำหรับ  
เกณฑ์ในการตัดสินใจว่าจะลงทุนหรือไม่ พิจารณาได้ 2 กรณีคือ กรณีที่ 1 ให้พิจารณา PB ที่มีค่าน้อย  
หมายความว่าใช้ระยะเวลาสั้นในการคืนทุน หรืออาจกล่าวได้ว่าการคืนทุนเร็วซึ่งทำให้โครงการมี  
สภาพคล่องสูงขึ้น กรณีที่ 2 พิจารณาโดยเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่ยอมรับได้ เช่น ระยะเวลาที่ต้องการ  
เงินต้นกลับคืนมาภายใน 5 ปี ดังนั้นหากคำนวณ PB ได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ก็จะตัดสินใจลงทุน  
อย่างไรก็ดี PB ไม่ได้ค่านิ่งค่าของเงินตามเวลา ดังนั้นควรใช้เทคนิคมูลค่าปัจจุบันสุทธิเพื่อประกอบการ  
ตัดสินใจร่วมด้วย

**2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)** เป็นเทคนิคที่ใช้ในการประเมิน  
โครงการลงทุนโดยใช้วิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow) มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ  
ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันรวมของกระแสเงินสดที่ได้รับจากการลงทุน (Present Value of Cash  
Inflows: PVCI) กับมูลค่าปัจจุบันรวมของกระแสเงินสดที่จ่ายลงทุน (Present Value of Cash  
Outflows: PVCO) เมื่อใช้อัตราผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุน (k) เป็นอัตราคิดลดค่าของเงิน  
(Discount Rate) (พรรณภา ฐานมิตรกุล, 2563) วิธีการคำนวณ NPV ทำได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - I$$

$$\text{หรือ } NPV = \frac{CF_1}{(1+k)^1} + \frac{CF_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n} - I$$

โดย

$CF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิ ปีที่ t

I = เงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ

k = ค่าของทุนหรืออัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

n = อายุของโครงการ

เมื่อคำนวณ NPV แล้ว ค่าที่ได้นำมาใช้ในการตัดสินใจ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาคือ ถ้า  
NPV ของโครงการมีค่ามากกว่า 0 สามารถตัดสินใจลงทุนในโครงการนั้นหรือยอมรับโครงการนั้น แต่หาก  
NPV มีค่าน้อยกว่า 0 จะไม่ลงทุนในโครงการนั้นเนื่องจากไม่คุ้มค่าการลงทุน

**3. อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)** คือ  
อัตราคิดลด (Discount Rate) ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันรวมของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ  
ลงทุน (PVCI) มีค่าเท่ากับมูลค่าปัจจุบันรวมของเงินลงทุนที่จ่ายไป (PVCO)พอดี

การคำนวณค่า IRR เป็นการคำนวณจากกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นในโครงการลงทุน คือ  
กระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับและกระแสเงินสดที่จ่ายออกไปเพื่อการลงทุนในโครงการเท่านั้น จึงเรียก  
Discount Rate ที่ทำให้ PVCI เท่ากับ PVCO ว่าอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ (IRR) สรุปได้ว่า

IRR เป็น Discount Rate ที่ทำให้  $PVCI = PVCO$  หรือ  $NPV = 0$  หรืออาจกล่าวได้ว่า IRR คือ อัตราคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์ วิธีการคำนวณ IRR ทำได้ดังนี้

$$I = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t}$$

$$\text{หรือ} \quad I = \frac{CF_1}{(1+k)^1} + \frac{CF_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n}$$

$CF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิ ปีที่  $t$

$I$  = เงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ

$k$  = อัตราผลตอบแทนคิดลด

$n$  = อายุของโครงการ

เกณฑ์ในการตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการหรือไม่ ให้พิจารณาค่า IRR หาก IRR มากกว่า  $k$  จะตัดสินใจลงทุน แต่หากค่า IRR น้อยกว่า  $k$  จะตัดสินใจไม่ลงทุน ( $k$  คือ ต้นทุนเงินทุน)

#### การบริหารต้นทุนและผลตอบแทน

กิจการผลิตสินค้าจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลต้นทุนเพื่อใช้ในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจ ดังนั้นความรู้เกี่ยวกับหลักการบัญชีต้นทุน (Cost Accounting) เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องศึกษา สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ได้ให้ความหมายของต้นทุน (Costs) หมายถึงทรัพยากรของกิจการที่สามารถกำหนดมูลค่าเป็นตัวเลขที่ต้องสูญเสียไปเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการที่จะได้รับมา ทั้งนี้การบัญชีต้นทุนมีวัตถุประสงค์เพื่อการคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้า การวางแผนและควบคุม เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ ช่วยกำหนดราคาขาย ใช้วัดผลกำไรขาดทุนประจำงวด และประเมินผลการดำเนินงาน (พรรณนิภา รอดวรรณะ, 2556)

การคำนวณต้นทุนในกิจการที่ผลิตสินค้า เรียกว่า ต้นทุนการผลิต (Manufacturing Costs) เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจากหน้าทำงานในการผลิตสินค้า ประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต (นวพร บุศยสุนทร และคณะ, 2555; สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557) ในการจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ จำแนกได้ 3 ส่วนประกอบดังนี้ วัตถุดิบทางตรง แรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต (เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ, 2555)

วัตถุดิบทางตรง (Direct Material) คือองค์ประกอบหลักของสินค้าที่ถูกนำมาใช้แปรสภาพเพื่อให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ตัวอย่างวัตถุดิบทางตรงในการผลิตพริกแกง เช่น พริก กระเทียม ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด เกลือ เป็นต้น ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) คือค่าจ้างที่จ่ายให้คนงานที่ทำการผลิตสินค้าโดยตรง ตัวอย่างค่าแรงงานทางตรงในการผลิตพริกแกง เช่น ค่าแรงที่จ่ายให้คนงานหั่นข่า ตะไคร้ ปั่นพริก คนที่ทำหน้าที่คุมเครื่องบดพริก เป็นต้น ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) คือค่าใช้จ่าย

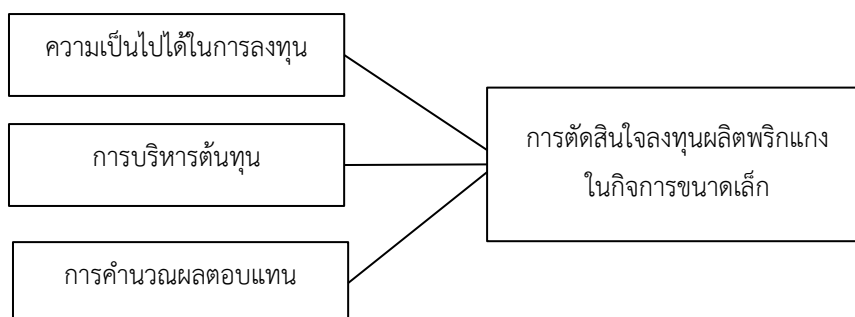


ที่นอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง และค่าแรงงานทางตรง จ่ายเพื่อสนับสนุนการดำเนินการผลิต เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าเสื่อมราคา ค่าน้ำมันหล่อลื่นหยอดเครื่องบดพริก เป็นต้น

ผลตอบแทน เป็นการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกิจการ โดยวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ของกิจการ มีประโยชน์ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการลงทุน วัดได้จากอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) คือสัดส่วนของยอดขายที่เหลือหักจากต้นทุนสินค้าที่ขาย (พรรณงูภา ชูมิตรกุล, 2563) ดังนี้

$$\text{อัตรากำไรขั้นต้น} = \frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{ยอดขาย}} \times 100$$

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ประกอบด้วย ระยะเวลาคืนทุน (PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ (IRR) การบริหารต้นทุน ประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลวัตถุดิบ แรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิตเพื่อใช้ในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจ การคำนวณผลตอบแทนคือ การวัดความสามารถในการทำกำไรจากอัตรากำไรขั้นต้น จึงนำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

##### 1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารถให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) โดยวิธีการเลือกอย่างเจาะจง (Purpose Sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก 3 ข้อ ได้แก่ 1) ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำพริกแกงมากกว่า 10 ปี 2) ยินดีเข้าร่วมให้การสัมภาษณ์ และ 3) เป็นผู้มีความสามารถเฉพาะทางคือ ผู้ควบคุมสูตรการผลิต โดยคัดเลือกจากหัวหน้ากลุ่ม จำนวน 1 คน ผู้ควบคุมเครื่องจักร สายพานการผลิต โดยคัดเลือกจากรองหัวหน้ากลุ่ม จำนวน 2 คน และแรงงานฝ่ายผลิต คือ สมาชิกในกลุ่ม จำนวน 7 คน รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 10 คน

เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาดำเนินการสอบทานแหล่งข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation of data source) (สุภางค์ จันทรวานิช, 2553) ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบจากหลายวิธีวิจัย (Methodological Triangulation) โดยใช้วิธีการสังเกต ร่วมกับวิธีการสัมภาษณ์ และศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อสอบถามเกี่ยวกับวัตถุดิบ อุปกรณ์ที่ใช้ สูตรการผลิต กระบวนการผลิต ผลผลิตที่ได้ การเก็บรักษา และการจัดจำหน่าย เป็นเกณฑ์ในการตั้งคำถาม หลังจากสัมภาษณ์เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยจะสรุปในแต่ละประเด็นเพื่อตรวจสอบความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นหัวหน้ากลุ่ม

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองด้วยวิธีการสัมภาษณ์โดยการจดบันทึกลงในสมุดระหว่างสนทนา จดข้อมูลที่สำคัญโดยเฉพาะข้อมูลตัวเลขและบันทึกย่อขณะฟัง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อ่านทีละอย่างละเอียดเมื่อสิ้นสุดการสัมภาษณ์ภายในวันเดียวกัน ใช้ระยะเวลาประมาณ 15 เดือน ระหว่างมิถุนายน 2564 – สิงหาคม 2565

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ จากนั้นนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการตัดสินใจจ่ายลงทุน (Capital Budgeting Techniques) ได้แก่ การคำนวณจากระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานโดยใช้อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล โดยนำมายืนยันความถูกต้องและสอดคล้องกับหัวหน้ากลุ่มและรองหัวหน้ากลุ่มอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้ผลการวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์มากขึ้น

## 5. ผลการวิจัย

### ตอนที่ 1 ความเป็นไปได้ในการลงทุน

การผลิตพริกแกงจำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้โดยพิจารณาจาก ต้นทุนเริ่มต้น ระยะเวลาคืนทุน กระแสเงินสดจากการผลิตพริกแกง มูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการผลิตพริกแกง และอัตราผลตอบแทนภายใน มีรายละเอียดดังนี้

1. ต้นทุนเริ่มต้น (The initial cost) ในการผลิตพริกแกงจะต้องลงทุนเริ่มแรกโดยจัดซื้อ จัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์เริ่มต้นครั้งแรก รวมถึงการลงทุนปรับแต่งสถานที่ ใช้งบประมาณ 90,000 บาท ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ต้นทุนเริ่มต้น (The initial cost) (หน่วย: บาท)

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม
1. กะละมังพลาสติกใบใหญ่	4	ใบ	260	1,040
2. กะละมังสแตนเลสใบใหญ่	4	ใบ	450	1,800
3. กระบวยกลม	6	อัน	110	660
4. ครก สาก 8 นิ้ว	4	ชุด	850	3,400
5. ถาด 12 นิ้ว	2	ใบ	299	598
6. ถาด 16 นิ้ว	2	ใบ	539	1,078
7. ถาด 20 นิ้ว	3	ใบ	889	2,667
8. กะละมัง 43 ซม.	6	ใบ	179	1,074
9. กะละมัง 30 ซม.	4	ใบ	109	436
10. เครื่องชั่งดิจิตอล 10 กิโลกรัม	2	ตัว	900	900
11. ตราชั่ง 15 กิโลกรัม	1	ตัว	1,000	1,000
12. เขียง 6 นิ้ว	5	อัน	139	695
13. เขียง 8 นิ้ว	3	อัน	159	477
14. เขียง 10 นิ้ว	4	อัน	470	1,880
15. ตะกร้า	10	ใบ	50	500
16. แก้วอืด	5	ตัว	120	600
17. แก้วอืดสูง	3	ตัว	200	600
18. มีดเล็ก	6	อัน	30	180
19. มีดแหลม 5 นิ้ว	3	อัน	80	240
20. มีด 7 นิ้ว	2	อัน	295	590
21. มีด 6 นิ้ว	2	อัน	140	280
22. มีด 8 นิ้ว	2	อัน	329	658
23. ถังน้ำ ใบเล็ก	5	ใบ	89	445
24. ถังน้ำ ใบใหญ่ 71 ลิตร	3	ใบ	299	897
25. เครื่องปั่นพริก	1	เครื่อง	1,090	1,090
26. เครื่องบดพริก	1	เครื่อง	439	439
27. ไม้พาย 16 นิ้ว	4	อัน	65	260
28. ไม้พาย 28 นิ้ว	4	อัน	129	516
29. เครื่องบดพริกพร้อมมอเตอร์	1	ชุด	50,000	50,000
30. ตู้เย็น 2 ประตู	1	เครื่อง	10,000	10,000
31. ตกแต่งสถานที่				5,000
รวมทั้งสิ้น				90,000

2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาคืนทุนในการผลิตพริกแกงเท่ากับ 3.28 ปี คำนวณจากข้อมูลกระแสเงินสดการผลิตพริกแกงจากตารางที่ 2 ได้ดังนี้

$$PB = 90,000 - 24,510 - 25,650 - 30,210 - \frac{9,630}{34,200}$$

$$= 3.28 \text{ ปี}$$

PB = 3.28 ปี หมายถึง ต้องใช้ระยะเวลาทั้งหมด 3.28 ปี ที่คาดว่ากระแสเงินสดรับรวมจาก การลงทุนเท่ากับเงินลงทุนที่จ่ายพอดี

3. กระแสเงินสดจากการผลิตพริกแกง ประมาณการจากระยะเวลา 5 ปี โดยพิจารณาจากกระแสเงินสดรายปี ประกอบด้วย กระแสเงินสดรับ กระแสเงินสดจ่าย และกระแสเงินสดสุทธิ ผลการวิจัยพบว่า ตั้งแต่ปีที่ 1-5 กระแสเงินสดสุทธิรายปีมีค่าเป็นบวก และเมื่อครบระยะเวลา 5 ปี กระแสเงินสดสุทธิเท่ากับ 63,330 บาท คำนวณจากกระแสเงินสดรับเท่ากับ 645,600 บาท หักกระแสเงินสดจ่ายเท่ากับ 582,270 บาท ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กระแสเงินสดจากการผลิตพริกแกง

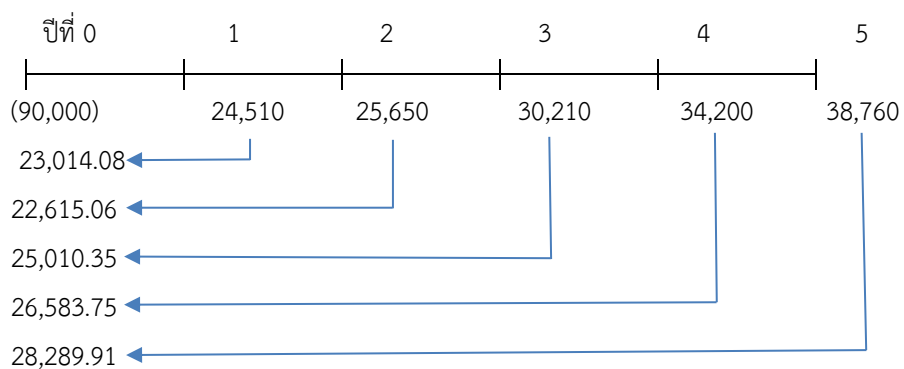
ปีที่	กระแสเงินสดรับ (บาทต่อปี)	กระแสเงินสดจ่าย(บาทต่อปี)	กระแสเงินสดสุทธิ (บาทต่อปี)
0	0	90,000	(90,000)
1	103,200	78,690	24,510
2	108,000	82,350	25,650
3	127,200	96,990	30,210
4	144,000	109,800	34,200
5	163,200	124,440	38,760
รวม	645,600	582,270	63,330

4. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) จากการผลิตพริกแกง ผลการวิจัยพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการผลิตพริกแกงเท่ากับ 35,513.15 บาทต่อปี การคำนวณมูลค่าปัจจุบันรายปีใช้อัตราผลตอบแทนคิดลดจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรของกลุ่มเกษตรกร MRR (Minimum Retail Rate) เท่ากับ 6.5% ต่อปี (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2565) ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการผลิตพริกแกง

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ (บาทต่อปี)	มูลค่าปัจจุบัน (บาทต่อปี)
0	(90,000)	(90,000)
1	24,510	23,014.08
2	25,650	22,615.06
3	30,210	25,010.35
4	34,200	26,583.75
5	38,760	28,289.91
รวม	63,330	35,513.15

ทั้งนี้เขียนเป็นแผนภาพแสดง NPV ในรอบระยะเวลา 5 ปี ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ประมาณการ NPV ในรอบระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2564 – 2568

NPV ของโครงการตั้งแต่ปีที่ 1 ถึง ปีที่ 5 มีค่ามากกว่า 0 และเมื่อครบระยะเวลา 5 ปี NPV มีค่าเป็นบวก

↓

ผู้ลงทุนสมควรลงทุนในโครงการนี้

5. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ผลการวิจัยพบว่า IRR เท่ากับ 18.87% คำนวณได้ดังนี้

การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) จากการผลิตพริกแกง

$$90,000 = \frac{24,510}{(1+k)^1} + \frac{25,650}{(1+k)^2} + \frac{30,210}{(1+k)^3} + \frac{34,200}{(1+k)^4} + \frac{38,760}{(1+k)^5}$$

$$k = 18.87\%$$

IRR = 18.87% มีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการที่เท่ากับ 6.5%



ผู้ลงทุนสมควรลงทุนในโครงการนี้

#### ตอนที่ 2 การบริหารต้นทุนจากการผลิตพริกแกง

1. ปริมาณการผลิตพริกแกงในปีพ.ศ. 2564 รวมทั้งสิ้น 645 กิโลกรัม เดือนที่ผลิตได้น้อยที่สุด เท่ากับ 30 กิโลกรัมต่อเดือน เดือนที่ผลิตได้มากที่สุด เท่ากับ 60 กิโลกรัมต่อเดือน โดยเฉลี่ยปริมาณการผลิตเดือนละ 53.75 กิโลกรัม สำหรับปีพ.ศ. 2565 เก็บรวบรวมข้อมูลในระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม - สิงหาคม พบว่าปริมาณการผลิตรวมทั้งสิ้น 450 กิโลกรัม เดือนที่ผลิตได้น้อยที่สุด เท่ากับ 45 กิโลกรัมต่อเดือน เดือนที่ผลิตได้มากที่สุด เท่ากับ 60 กิโลกรัมต่อเดือน โดยเฉลี่ยปริมาณการผลิตเดือนละ 56.25 กิโลกรัม ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงปริมาณการผลิตพริกแกงต่อเดือน พ.ศ. 2564-2565

พริกแกง	พ.ศ. 2564												รวม
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
จำนวน (กิโลกรัม)	45	60	60	45	60	60	30	60	60	45	60	60	645
พริกแกง	พ.ศ. 2565												รวม
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	-	-	-	-	
จำนวน (กิโลกรัม)	45	60	60	45	60	60	60	60	-	-	-	-	450

2. ต้นทุนการผลิตพริกแกง จำแนกประเภทต้นทุนตามโครงสร้างต้นทุน ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง มีจำนวนสูงสุด (ร้อยละ 73.77) รองลงมาคือ ค่าแรงงานทางตรง (ร้อยละ 24.59) และค่าใช้จ่ายการผลิต มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.64) ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ต้นทุนการผลิตพริกแกง (ต่อ 1 รอบการผลิต)

โครงสร้างต้นทุน	จำนวนเงิน(บาท)	ร้อยละ
วัตถุดิบทางตรง	1,350	73.77
ค่าแรงงานทางตรง	450	24.59
ค่าใช้จ่ายการผลิต	30	1.64
<b>รวม</b>	<b>1,830</b>	<b>100</b>

### ตอนที่ 3 ผลตอบแทนจากการผลิตพริกแกง

เมื่อนำวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต สามารถผลิตเสร็จเป็นสินค้าสำเร็จรูปภายใน 1 วัน สำหรับการขายโดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะมาซื้อที่แหล่งผลิตแบบซั้งตักใส่ถุงขาย ในราคา 160 บาทต่อกิโลกรัม หรืออาจซื้อครึ่งละ 0.5 กิโลกรัม ในราคา 80 บาท ผลการวิจัยพบว่าการผลิตพริกแกงมีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 23.75 ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลตอบแทนจากการผลิตพริกแกง (ต่อ 1 รอบการผลิต)

รูปแบบการขาย	รายได้ (ต่อ 1 กก.)	ต้นทุนขาย (ต่อ 1 กก.)	กำไรขั้นต้น (ต่อ 1 กก.)	อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)
ซั้ง ตักใส่ถุง ปริมาณ 1 กิโลกรัม	160	122	38	23.75
ซั้ง ตักใส่ถุง ปริมาณ 0.5 กิโลกรัม	80	61	19	23.75

## 6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนผลิตพริกแกงโดยใช้เทคนิคการตัดสินใจจ่ายลงทุนพิจารณาจากระยะเวลาคืนทุน (PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ (IRR) ผลการวิจัยพบว่า การผลิตพริกแกงที่ลงทุนด้วยเงินเริ่มต้นจำนวน 90,000 บาท ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อปีโดยประมาณ 800 กิโลกรัม ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 3.28 ปี เมื่อผลิตครบระยะเวลา 5 ปี กระแสเงินสดสุทธิเท่ากับ 63,330 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 35,513.15 บาท และอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการเท่ากับ 18.87%

ทั้งนี้งานวิจัยในอดีตที่วิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินในการผลิตพริกแกงสำเร็จรูป (อนุธิดา คงสนุ่น, 2562) พบว่า ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 76,850 บาท ปริมาณการผลิต 3,600 กิโลกรัมต่อปี ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 0.51 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 3,614,460.25 บาท และอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการเท่ากับ 223.96% ซึ่งเป็นโครงการที่มีความคุ้มค่าทางการเงิน ความเป็นไปได้ในการลงทุน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากอัตรากำไรขั้นต้น พบว่าการลงทุนผลิตพริกแกงที่แม้ว่าการลงทุนเริ่มแรกจะแตกต่างกันมาก รวมถึงปริมาณการผลิตต่อปีมีความแตกต่างกันมาก แต่อัตรากำไรขั้นต้นมีความใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ผลการวิจัยพบว่าอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับ 23.75% ในขณะที่งานวิจัยอื่นที่ผลิตพริกแกง

มีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ 28.58% (อนุธิดา คงสนุ่น, 2562) และ 21.71% (เตชธรรม สังข์คร, 2560) ตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบผลตอบแทนทางการเงินในการผลิตพริกแกง

หัวข้อ	ผู้วิจัย	อนุธิดา คงสนุ่น (2562)	เตชธรรม สังข์คร (2560)
จำนวนผลิตภัณฑ์	1 ชนิด	3 ชนิด	3 ชนิด
เงินลงทุนเริ่มแรก	90,000 บาท	76,850 บาท	591,390 บาท
PB	3.28 ปี	0.51 ปี	-
NPV	35,513.15 บาท	3,614,460.25 บาท	-
IRR	18.87%	223.96%	-
อัตรากำไรคิดลด	6.5%	7%	-
อัตรากำไรขั้นต้น	23.75%	28.58%	21.71%
ปริมาณการผลิตต่อปี	800 กิโลกรัม	3,600 กิโลกรัม	18,000 กิโลกรัม

นอกจากนี้งานวิจัยในอดีตที่ศึกษาผลิตภัณฑ์น้ำพริก จังหวัดพิษณุโลก พบว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกันในเรื่องของการรวมกลุ่ม มีประธานกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง การผลิตใช้วัตถุดิบภายในชุมชนเป็นหลัก ใช้แรงงานมาช่วยแล้วแลกลำน้ำพริกกลับบ้าน ไม่เน้นการขายแบบเติมรูปแบบ ชุมชนขาดความรู้ ทักษะในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าเดิม ต้องการให้มีหลากหลายรูปแบบ มีมาตรฐาน ทันสมัย และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (รุ่งโรจน์ ฝ่ายเยื่อ และศิริรักษ์ สันติศย์, 2563)

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรพบว่า การปลูกเมล็ดกาแฟ ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 8 เดือน 21 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 2,420,636.38 บาท อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน ร้อยละ 23.75 (กรรณิการ์ ไจมา และคณะ, 2561) การลงทุนทำฟาร์มโคนม ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 9 เดือน 2 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,344,976.30 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) คือร้อยละ 7.5 (อุษณีย์ เส็งพานิช และคณะ, 2563) การผลิตจิ้งหรีด ระยะเวลาคืนทุน 7.71 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 24,861.92 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน 158.73% (ดาวเด่น สัญญ์โภชน์ และคณะ, 2565) และการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ขยะพลาสติก ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาคืนทุน อยู่ที่ 3.38 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 393,109 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน 28% (กัญฐณา ดิษฐ์แก้ว และคณะ, 2564) จะเห็นได้ว่าทุกโครงการที่กล่าวมามีระยะเวลาคืนทุนไม่เกิน 4 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายในสูงกว่าต้นทุนดอกเบี้ยเงินกู้ยืม จึงเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมแก่การลงทุน

ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนพบว่า จากการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตที่ประกอบด้วยวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงเป็นต้นทุนการผลิตที่สูงที่สุดคือ ร้อยละ 73.77 รองลงมาคือ ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง คิดเป็นร้อยละ 24.59 และต้นทุน



ของค่าใช้จ่ายการผลิต ต่ำที่สุดคือ ร้อยละ 1.64 สำหรับผลตอบแทนพบว่า การขายในแต่ละครั้งมีกำไร เนื่องจากราคาขายสูงกว่าต้นทุน ทั้งนี้มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 23.75 ดังนั้นจึงเกิดประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและผลตอบแทน ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีตพบว่า ต้นทุนวัตถุดิบเป็นต้นทุนที่สูงที่สุดเช่นกัน (ดาวเด่น สัญญโกชน์ และคณะ, 2565; อรุณี นุสิทธิ์ และคณะ, 2562)

จากการเปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตที่กล่าวไปแล้วก่อนหน้านี้ (เดชธรรม สังข์คร, 2560; อนุธิดา คงสนุ่น, 2562) และการพิจารณาใน 5 มิติได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน กระแสเงินสดสุทธิ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ และอัตรากำไรขั้นต้น จึงสรุปได้ว่าผลการวิจัยในครั้งนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน การบริหารต้นทุนและผลตอบแทนมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่าเหมาะสมแก่การลงทุนครบทั้ง 5 มิติ สรุปตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การตัดสินใจลงทุนภายใต้ความเป็นไปได้ในการลงทุน การบริหารต้นทุนและผลตอบแทน

มิติพิจารณา	เกณฑ์การประเมิน	ผลลัพธ์	การตัดสินใจ (ลงทุน/ไม่ลงทุน)
1. ระยะเวลาคืนทุน	5 ปี	3.28 ปี	ลงทุน
2. กระแสเงินสดสุทธิ	เป็นบวก	63,330 บาท	ลงทุน
3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	เป็นบวก	35,513.15 บาท/ปี	ลงทุน
4. อัตราผลตอบแทน	สูงกว่าต้นทุนเงินกู้ยืม (6.5%)	18.87%	ลงทุน
5. อัตรากำไรขั้นต้น	มีกำไร (รายได้ มากกว่าต้นทุน)	23.75%	ลงทุน

## 7. ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยพบว่า การลงทุนผลิตพริกแกงที่ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 90,000 บาท ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3.28 ปี เมื่อครบระยะเวลา 5 ปี เกิดกระแสเงินสดสุทธิเท่ากับ 63,330 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 35,513.15 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน 18.87% ซึ่งเป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน มีแนวโน้มที่จะเกิดความคุ้มค่าในการลงทุน อย่างไรก็ตาม ควรคำนึงถึงอัตราดอกเบี้ยที่เป็นปัจจุบัน เนื่องจากหากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมสูงขึ้นจะส่งผลต่อการคำนวณ ซึ่งอาจทำให้ระยะเวลาคืนทุนนานขึ้น และอัตราผลตอบแทนที่ได้อาจจะต่ำลง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน

2. โครงสร้างต้นทุนที่ประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตนั้น ผลการวิจัยพบว่าต้นทุนวัตถุดิบมีค่าสูงสุด ซึ่งเป็นต้นทุนที่ควบคุมได้ยาก ไม่สามารถลดต้นทุนนี้ลงได้ ดังนั้นหากต้องการเพิ่มกำไร สามารถทำได้โดยการเพิ่มราคาสินค้า โดยสร้างมูลค่าให้บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่น่าสนใจ ใช้ได้ในหลายเทศกาล ทั้งนี้อาจเพิ่มมูลค่าได้โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นชุดของฝาก

3. ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ออกแบบตราสินค้า

4. ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างนวัตกรรมให้กับพริกแกง เช่น การทำให้เก็บรักษาได้ยาวนานขึ้น พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เล็ก พกพาได้ สามารถส่งออกไปต่างประเทศได้

## 8. เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2562). *ความนิยมเครื่องปรุงรสและอาหารรสชาติเผ็ดในประเทศจีน*.

สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2565, จาก [https://ditp.go.th/ditp\\_web61/article\\_sub\\_view.php?filename=contents\\_attach/502406/502406.pdf&title=502406&cate=592&d=0](https://ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/502406/502406.pdf&title=502406&cate=592&d=0)

กรรณิการ์ ไจมา, พิมพ์ พุทธนันชัย, จักรกิจ เฉพาะธรรม, นภัส พรหมชัย, รุ่งฤดี ทองอิน และสุวรรณ จันทร์อินทร์. (2561). ต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกและการแปรรูปเมล็ดกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า กรณีศึกษา กาแฟตัวกะหมี่ ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. *วารสารวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรม*, 2(2), 69-78.

กัญธิดา ดิษฐ์แก้ว, ประชุม คำพุ่ม, กิตติศักดิ์ เจริญศิริประเสริฐ, ลภัสสรดา พิชญ์ธีรนาถ. (2564). การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและงบจ่ายลงทุนผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ขยะพลาสติก: กรณีศึกษา บล็อกปูพื้นจากขยะพลาสติก. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 8(1), 142-153.

ฐานข้อมูลส่งเสริมและยกระดับคุณภาพสินค้า OTOP. (2565). *ความหมายพริกแกง*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2565, จาก <http://otop.dss.go.th/index.php/en/knowledge/informationrepack/277-curry-paste?showall=&start=1>

ดาวเด่น สัญญโกษณ์, มณีจันทร์ มาสุตร, และธิดารัตน์ วุฒิสรีเสถียรกุล. (2565). ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตจิ้งหรีดแบบกล่องสมาร์ทบอร์ดของกลุ่มวิสาหกิจผู้เลี้ยงจิ้งหรีดตำบลหนองพระ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(2), 103-112.

เดชธรรม สังข์คร. (2560). ห่วงโซ่อุปทานเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 12(1): 75-87.

เทคโนโลยีชาวบ้าน. (2565). *พริกแกงเผ็ดบ้านหนองเดิ่น ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย ประสานใจ สู้ภัยเศรษฐกิจ*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2565, จาก [https://www.technologychaoban.com/thai-local-wisdom/article\\_81591](https://www.technologychaoban.com/thai-local-wisdom/article_81591)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2565). *อัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายคน (เกษตรกรและบุคคล)*. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2565, จาก [https://www.baac.or.th/th/contentrate.php?content\\_group=9&content\\_group\\_sub=2&inside=1](https://www.baac.or.th/th/contentrate.php?content_group=9&content_group_sub=2&inside=1)

นวพร บุคยสุนทร, ประจิต หาวัตร, ศรัณย์ ชูเกียรติ, วิศรุต ศรีบุญนาค, และวศธร ชูติภิญโญ. (2555). *การบัญชีบริหาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ. (2555). *การบัญชีต้นทุน 1*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 3438 พ.ศ. 2548 เรื่องกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม น้ำพริกแกงและเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส. (2549). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 123 ตอนที่ 12 ง. หน้า 26.
- พรรณนิภา รอดวรรณะ. (2556). *การบัญชีต้นทุน หลักและกระบวนการ*. กรุงเทพฯ: บริษัทวี.พรินท์ (1991) จำกัด.
- พรรณนุภา ชูนิมิตรกุล. (2563). *การเงินธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชณี โตอาจ. (2558). *การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom14/02-03-01.html>
- รุ่งโรจน์ ฝ่ายเยื่อ และศิริรักษ์ สันติชัย. (2563). การมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ น้ำพริก ชุมชนบ้านไผ่ยอดดอน ตำบลไผ่ยอดดอน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(1), 101-116.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. (2562). *พลิกชีวิตชุมชน ด้วยพริกแกงหลังบ้าน*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://web.codi.or.th/20190829-7983/>
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). *การบัญชีบริหาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2557). *การบัญชีต้นทุน* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2556). *มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช. 129/2556 น้ำพริกแกง*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2565, จาก [https://tcps.tisi.go.th/pub/tcps0129\\_56.pdf](https://tcps.tisi.go.th/pub/tcps0129_56.pdf)
- สุภางค์ จันทรวานิช. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุธิดา คงสนุ่น. (2562). *การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินในการผลิตพริกแกงสำเร็จรูปตราพริกแกงบ้านโพเพื่อจำหน่ายในร้านค้าขายของฝาก* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อภิญา วนเศรษฐ์. (2558). *เครื่องมือในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom14/home.html>
- อรุณี นุสิทธิ์, รัตนา สิทธิอ่วม, ทิพวรรณ อินทวงศ์, นิภาพร โพธิ์เงิน และวราภรณ์ แสงนาค. (2562). การวิเคราะห์ต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนการแปรรูปมะขามของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มมะขามแปรรูปไร่บุญคง ตำบลวังชมพู อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 1(2), 31-40.
- อุษณีย์ เส็งพานิช, จันทิมา โกตี และธัญญาภรณ์ จันทร์อินทร์. (2563). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาเสมียนพาร์มโคนม ตำบลหนองจิก อำเภอศรีมหาชัย จังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 2(1), 79-88.

# ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน กระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ (RPA) ในงานบัญชี: กรอบแนวคิดการวิจัย FACTORS INFLUENCING BEHAVIORAL INTENTION AND BEHAVIOR OF USING ROBOTIC PROCESS AUTOMATION (RPA) APPLICATION IN ACCOUNTING: A CONCEPTUAL FRAMEWORK

ปัญญา ไชยสมคุณ<sup>1\*</sup> ขวัญฤดี พรชัยทิวัต<sup>2</sup> และ วิตติกา ทางชัน<sup>3</sup>

Buncha Chaisomkun<sup>1\*</sup> Khwanruedee Ponchaitiwat<sup>2</sup> and Wittika Thangchan<sup>3</sup>

(Received: October 7, 2022; Revised: December 6, 2022; Accepted: December 9, 2022)

## บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี โดยสืบค้นและสังเคราะห์งานวิจัยจากฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลองทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี อธิบายถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ ได้แก่ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก ความคาดหวังด้านความพยายาม และปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคลกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ และความเต็มใจที่จะใช้ คณะผู้วิจัยเพิ่มปัจจัยการต่อต้านเทคโนโลยีเนื่องจากผลการศึกษา นักวิจัยในอดีตพบว่าพนักงานบัญชีมีความกังวลว่าจะถูกแทนที่ด้วยหุ่นยนต์อัตโนมัติและบทบาทการทำงานของพวกเขาที่เปลี่ยนไป จึงทำให้เกิดการต่อต้านการใช้งานหุ่นยนต์อัตโนมัติ ซึ่งอาจนำไปสู่การยอมรับและการใช้งานที่ลดลง กรอบแนวคิดที่ได้จากบทความวิชาการนี้จะช่วยกระตุ้นให้นักวิจัยสนใจเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและใช้งานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชีเพื่อช่วยให้ผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเพื่อนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงานบัญชีให้กับองค์กรและการเพิ่มประสิทธิภาพการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีต่อผู้มีส่วนได้เสียของกิจการและเพิ่มผลการศึกษาในทางวิชาการต่อไป

**คำสำคัญ:** ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ กระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ การบัญชี

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>3</sup> อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

\* Corresponding author, E-mail: buncha.c@kkumail.com

## Abstract

This paper aims to develop an educational conceptual framework for factors affecting behavioral intentions and behavior of using Robotic Process Automation (RPA) application in accounting by querying and synthesizing academic articles from electronic journal databases. The results of the study found that the Unified Adoption and Use of Technology (UTAUT) model described behavioral intention and the behavior of using the application as factors that affect behavioral intentions and use behavior, including, social influence, performance expectations, facilitating conditions, and effort expectations. In addition, personal differentiation factors motivate different behavioral intentions: gender, age, experience, and willingness to use them. The researchers added anti-technology factors as past researchers found that accountants were concerned about being replaced by RPA and their work roles changing. This has led to opposition to the use of autonomous robots, which may lead to reduced adoption and use. The conceptual framework derived from this paper encourages the researchers to explore the factors affecting behavioral intentions and the use of RPA in accounting to help executives use them as a guideline for developing, improving and promoting behavioral intentions to contribute to the enhancement of accounting staff to the organization and optimizing the presentation of accounting information to the stakeholders of the entity and further enhancing academic outcomes.

**Keywords:** behavioral intentions and use behavior, robotic process automation, accounting

## 1. บทนำ

กระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ (Robotic Process Automation: RPA) เป็นแอปพลิเคชันหรือซอฟต์แวร์ที่ได้เลียนแบบขั้นตอนการทำงานของมนุษย์ในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยการเลียนแบบการโต้ตอบระหว่างมนุษย์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมีการกำหนดคำสั่งวิธีการและขั้นตอนของการทำงานรวมทั้งตรรกะในการคิดวิเคราะห์ไว้ล่วงหน้า กิจกรรมที่ดำเนินการจะมีลักษณะการทำซ้ำๆ เพื่อให้เป็นแบบอัตโนมัติในการสนับสนุนให้กระบวนการทางธุรกิจเป็นแบบดิจิทัล ด้วยลักษณะของระบบหุ่นยนต์อัตโนมัติที่มีความยืดหยุ่นจึงสามารถประยุกต์ใช้งานกับระบบสารสนเทศเดิมขององค์กรได้ง่าย (Rozario & Vasarhelyi, 2018; Wewerka, Dax, & Reichert, 2020) ในปัจจุบันองค์กรได้นำเอา RPA เข้ามาใช้งานบัญชีมากขึ้น เพื่อช่วยให้การบันทึกรายการที่เกิดขึ้นประจำวันเป็นอัตโนมัติ โดยความคาดหวังขององค์กรที่นำเอา RPA มาบูรณาการใช้นางานบัญชีคือ เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงาน

บัญชีให้สามารถรายงานข้อมูลทั้งข้อมูลทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงินขององค์กรให้กับผู้ใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจได้ตามเป้าหมาย (Paula Monteiro et al., 2022; Phornlaphatrachakorn, 2019)

อย่างไรก็ตาม พนักงานบัญชียังมีความกังวลในการใช้งาน RPA ทั้งการเรียนรู้และบทบาทการทำงานของพวกเขา พนักงานบัญชีทำให้เกิดการต่อต้านการใช้งาน RPA เพิ่มมากขึ้น (Cooper et al., 2019; Fernandez & Aman, 2018) ซึ่งปัจจัยการต่อต้านเทคโนโลยีนี้ทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมลดลง (Kim et al., 2020; Ye et al., 2019) อาจส่งผลให้เกิดการยอมรับและใช้งานน้อยลงจนทำให้องค์กรไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านการนำเทคโนโลยีแอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้กับองค์กรได้

งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนมากได้มุ่งเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในกระบวนการทำงานต่างๆ ของธุรกิจ โดยแสดงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ ได้แก่ แรงกดดันจากสังคมรอบข้าง ความคาดหวังจากการใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวก และความง่ายของการใช้งาน เป็นต้น (Khongthong & Potongsangarun, 2020); Sivaretinamohan & Sujatha, 2022; Wewerka, Dax, & Reichert, 2020) แต่จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ายังขาดกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมสำหรับการทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี ซึ่งควรทำการวิเคราะห์ออกมาเป็นหมวดหมู่ของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ RPA ที่ชัดเจน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาเชิงประจักษ์ต่อไป ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชี และระบุเป็นกรอบแนวคิดพร้อมทั้งอธิบายปัจจัยต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชีให้สูงขึ้นและนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพการทำงานของนักบัญชีให้มีคุณภาพในการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีแก่ผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการ

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อสังเคราะห์ผลงานวิชาการและพัฒนากรอบแนวคิดการศึกษาในประเด็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี

## 3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### กระบวนการหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี

Wewerka and Reichert (2021) นิยามกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ หรือ RPA ว่าเป็นระบบอัตโนมัติตามคำสั่งที่กำหนดไว้ล่วงหน้าของกระบวนการทางธุรกิจ โดยซอฟต์แวร์หุ่นยนต์ที่เลียนแบบการโต้ตอบการทำงานของมนุษย์กับซอฟต์แวร์ต่างๆ บนเครื่องคอมพิวเตอร์ Sivaretinamohan and

Sujatha (2022) นิยาม RPA หมายถึงแอปพลิเคชันหรือซอฟต์แวร์ชุดคำสั่งให้เครื่องคอมพิวเตอร์ประจำหน่วยงานดำเนินการเข้าทำงานด้วยการเข้ารหัสที่คล้ายกับพนักงานที่เป็นมนุษย์ตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ เพื่อที่จะใช้แอปพลิเคชันที่มีอยู่ทำธุรกรรม จัดการข้อมูล และเชื่อมต่อสื่อสารกับระบบอื่นๆ เทคโนโลยีที่ช่วยให้การดำเนินงานที่ซ้ำๆ และเข้มข้นด้วยตนเองเป็นไปอย่างอัตโนมัติ Osman (2019) นิยาม RPA หมายถึงเทคโนโลยีที่ช่วยให้การดำเนินงานที่ซ้ำๆ ไปอย่างอัตโนมัติ

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ หรือ RPA ในงานบัญชี หมายถึง แอปพลิเคชันหรือซอฟต์แวร์ที่ดำเนินการเลียนแบบขั้นตอนการทำงานผ่านการโต้ตอบระหว่างนักบัญชีกับเครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านอุปกรณ์ไอทีต่างๆ ได้แก่ เม้าส์ คีย์บอร์ด หรืออุปกรณ์อื่นๆ เพื่อช่วยให้กระบวนการทำงานบัญชีเป็นไปอย่างอัตโนมัติด้วยการกำหนดค่าให้มีการเลียนแบบขั้นตอนการบันทึกรายการบัญชี การประมวลผลข้อมูล และการรายงานสารสนเทศของนักบัญชี

### การประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันกระบวนการหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี

RPA มีประโยชน์อย่างมากในการทำให้กระบวนการทางธุรกิจเกือบทั้งหมดเป็นอัตโนมัติและการช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมให้กับธุรกิจ (Craig, 2014) RPA สามารถทำงานในส่วนของหน้าต่างการทำงานที่มีรูปแบบเดียวกันกับพนักงานใช้โดยไม่จำเป็นต้องทำการเปลี่ยนแปลงใดๆ กับซอฟต์แวร์หรืออุปกรณ์พื้นฐานด้านเทคโนโลยี เช่น ซอฟต์แวร์ ERP เป็นต้น ความสามารถของ RPA เริ่มทำงานตามเวลาที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า การรับข้อมูลแบบดิจิทัลจากระบบต้นทาง เช่น ฐานข้อมูล อีเมล แบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ ตรวจสอบและจัดเก็บข้อมูลโดยอิงตามค่าตรรกะที่กำหนดเงื่อนไขหรือหลักการเอาไว้ล่วงหน้า เพื่อป้อนข้อมูลเข้าระบบ ERP สำหรับการประมวลผลและการรายงาน จากนั้น RPA จะแจ้งผลการทำงานไปยังพนักงานผู้รับผิดชอบหลักผ่านทางอีเมล โดยการนำ RPA มาช่วยในการทำงานขององค์กรนั้นเพื่อสนับสนุนประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และสามารถลดการพึ่งพาแรงงานมนุษย์ การปรับเปลี่ยนบทบาทการทำงานของพนักงานไปที่เป้าหมายหลักขององค์กรมากขึ้น (Deloitte, 2016) ดังนั้น การนำ RPA มาใช้องค์กรได้สังเกตเห็นถึงประโยชน์ ดังนี้

1) การช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน โดยเฉพาะการลดจำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานแทนที่ด้วยการทำงานของแอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติได้พิสูจน์แล้วว่าสามารถลดต้นทุนของรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์ถึงร้อยละ 25-50 และศักยภาพของระบบช่วยให้การดำเนินการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมงโดยปราศจากข้อผิดพลาดหากเปรียบเทียบกับมนุษย์ (Petersen & Rohith, 2017)

2) ประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น ด้วยเทคโนโลยี RPA เป็นการทำงานตามชุดคำสั่งที่กำหนดไว้ล่วงหน้าสำหรับการทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์แทนแรงงานมนุษย์ ดังนั้นประสิทธิภาพที่ได้จึงเกี่ยวกับความเร็วของการทำงาน ความถูกต้อง สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ (Syed et al., 2020)

3) กระบวนการอัตโนมัติทำให้การรวบรวมและจัดระเบียบข้อมูลง่ายขึ้น RPA จะทำงานเป็นระบบตามขั้นตอนที่มีการกำหนดไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ เช่น อีเมล เอกสาร หรือระบบอื่นที่เชื่อมโยงกับฐานข้อมูล เพื่อบันทึกการเข้าระบบการจัดการทรัพยากร

ขององค์กรสำหรับการประมวลผลผลลัพธ์ให้สามารถตอบสนองต่อการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและการเติบโตอย่างมั่นคง (Kaya et al., 2019)

4) สามารถนำไปประยุกต์ในกระบวนการทำงานได้สะดวก และต้นทุนสำหรับปรับใช้งานและต้นทุนค่าบำรุงรักษาไม่สูงมากเมื่อเทียบกับระบบสารสนเทศขององค์กรขนาดใหญ่ เช่น ระบบจัดการทรัพยากรและระบบอัตโนมัติรูปแบบอื่นๆ โดยทั่วไปจะมีอินเทอร์เฟซ (Interface) ที่ใช้งานง่ายสำหรับผู้ใช้นอกจากนี้ RPA สามารถปรับตัวใช้งานได้ในระยะเวลาสั้น ประยุกต์ใช้ได้ดีกับระบบที่มีอยู่แล้วขององค์กร (Deloitte, 2016; Seasongood, 2016)

ในบริบทของงานบัญชีการเงินและบัญชีบริหารเป็นงานที่มีการพิจารณาให้นำเอา RPA มาใช้ในขั้นตอนการทำงานมากเป็นอันดับต้นๆ ของงานในองค์กร (Deloitte, 2018; Jedrzejka, 2019) เนื่องจากการบันทึกรายการทางบัญชีนั้นต้องการความถูกต้องแม่นยำสูง ความต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เกี่ยวกับการทำรายการธุรกรรมที่ซ้ำๆ เป็นประจำและมีปริมาณของธุรกรรมจำนวนมาก อีกทั้งพนักงานบัญชีต้องรวบรวมข้อมูลจากหลายช่องทางและจากหลายกิจกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กร ซึ่งเป็นระบบที่แยกออกจากกันแล้วจึงทำการประมวลผลข้อมูล (ตรวจสอบหรือขออนุมัติ) ในที่สุดก็บันทึกรายการลงในระบบบัญชี ซึ่งหากการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีแบบดั้งเดิมต้องอาศัยระยะเวลาที่นาน อีกทั้งยังมีความเสี่ยงที่จะเกิดข้อผิดพลาดนอกจากนี้ผู้บริหารและผู้ใช้ข้อมูลภายนอกยังคงต้องการรายงานทางการเงินอย่างน้อยเดือนละครั้ง ซึ่งระยะเวลาและข้อผิดพลาดเหล่านี้จะสามารถลดลงได้เมื่อมีการใช้ RPA ในการทำงาน (Tucker, 2017) ในขณะเดียวกัน RPA ช่วยให้สามารถตรวจสอบกระบวนการทำงานในระดับรายละเอียดที่สูงกว่ามนุษย์ (Osman, 2019) และแม้ว่ามาตรฐานการบัญชีและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอาจมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง หุ่นยนต์สามารถที่จะอัปเดตข้อมูลโดยการปรับปรุงเงื่อนไขและกำหนดการตั้งค่าได้อย่างรวดเร็ว (Craig, 2014) การใช้แอปพลิเคชันกระบวนการหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชีมีดังนี้

บัญชีลูกหนี้ (Accounts receivable) การรักษาข้อมูลหลักของลูกค้า จัดการความเสี่ยงด้านเครดิตของลูกค้า ประมวลผลใบแจ้งหนี้ ดำเนินการการรับชำระเงินจากลูกค้า การประมวลผลและการรายงานเมื่อสิ้นงวดเกี่ยวกับบัญชีลูกหนี้

บัญชีเจ้าหนี้ (Accounts payable) การรักษาข้อมูลหลักของคู่ค้าทางธุรกิจ ประมวลผลใบแจ้งหนี้ ดำเนินการชำระเงินให้เจ้าหนี้เมื่อครบกำหนดชำระ การประมวลผลและการรายงานเมื่อสิ้นงวดเกี่ยวกับเจ้าหนี้

บัญชีเงินเดือน (Payroll) การรักษาข้อมูลหลักของพนักงาน จัดการเงินเดือน การขออนุมัติและดำเนินการจ่ายเงินเดือน การขอเบิกเงินคืนของพนักงาน บันทึกรายการบัญชีเงินเดือนลงในสมุดบัญชี

บริหารเงินสด (Cash management) เรียกข้อมูลรายงานบัญชีธนาคารและดำเนินการกระทบบยอดเงินฝากธนาคาร จัดการเกี่ยวกับข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินให้เป็นปัจจุบันจากฐานข้อมูลอ้างอิง ปรับปรุงรายการลงในสมุดบัญชี

บัญชีสินค้าคงเหลือ (Inventory accounting) บันทึกรายการสินค้าในสมุดบัญชี การเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าคงเหลือ การประมวลผลและการรายงานเมื่อสิ้นงวดเกี่ยวกับสินค้าคงเหลือ



บัญชีสินทรัพย์ถาวร (Fixed asset accounting) จัดการรายการบัญชีสินทรัพย์ถาวร และการประมวลผลรายการสินทรัพย์ถาวร ค่าเสื่อมราคาสะสมเมื่อสิ้นงวด

รายงานบัญชีบริหาร (Management accounting report) รายงานเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านบัญชีบริหารให้กับหน่วยงานบริหารภายในองค์กร (Cooper et al., 2019; Le Clair et al., 2017)

กิจกรรมงานที่มักถูกพิจารณาเลือกนำเอา RPA มาใช้อยู่บนพื้นฐานลักษณะงานที่มีเงื่อนไขชัดเจนและปริมาณรายการสูง ไม่ต้องอาศัยกระบวนการคิดวิเคราะห์รวมทั้งเป็นรายการที่ไม่มี ความซับซ้อน Axson (2015) ส่วนใหญ่เป็นงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ (Syed et al., 2020) การคาดการณ์ถึงกระบวนการงานในลักษณะธุรกรรมทางบัญชีและการเงินอาจจะถูกแทนที่ด้วยหุ่นยนต์ ดังนั้นพนักงานบัญชีต้องปรับตัวมากขึ้นในการทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร เช่นเดียวกับ Cooper et al. (2019) ได้ประมาณการณั้กระบวนการงานในองค์กรที่สามารถถูกแทนที่ด้วย RPA ได้แก่ งานเกี่ยวกับสินทรัพย์ถาวร งานบัญชีบริหาร การปิดบัญชีและการรายงานมีศักยภาพการใช้ หุ่นยนต์อยู่ระหว่าง 25% - 30% และงานเกี่ยวกับภาษีมีศักยภาพการใช้หุ่นยนต์อยู่ระหว่าง 10% - 15% จากการทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นถึงขอบเขตและการประยุกต์ใช้ RPA ในงานบัญชี

สำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นกับพนักงานจากการที่องค์กรประยุกต์ใช้ RPA ในกระบวนการทำงาน คือการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในบทบาทการทำงานของพนักงานโดยสิ้นเชิง Fernandez and Aman (2018) พนักงานเกิดความกลัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่พวกเขาต้องเผชิญเนื่องจากต้องใช้ทักษะที่สูงขึ้น และมีพนักงานบางคนที่ไม่พอใจในตำแหน่งงานเดิมของตนเองและไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน และรู้สึกลำบากที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และกลัวที่จะถูกควบคุมการทำงานของพวกเขา โดย RPA ด้วยเหตุนี้ไปสู่ปัญหาการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ควรได้รับการแก้ไข ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่จะช่วยอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ในระดับบุคคลเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้บริหารแก้ไขและส่งเสริมระดับพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชีของพนักงานให้มากขึ้น

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary research) เพื่อทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย และทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยสืบค้น วรรณกรรม ได้แก่ วิทยานิพนธ์ บทความวิจัย และบทความวิชาการจากฐานข้อมูลโครงการเครือข่าย ห้องสมุดในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (Thai Library Integrated System: ThaiLIS) ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น อาทิ Emerald Management Scopus ScienceDirect รวมถึงจากฐานข้อมูลผลงานวิชาการของกูเกิล (google scholar) ตำรา หนังสือ และบทความในวารสารวิชาการ โดยใช้คำสำคัญ (keyword) ในการค้นหา ได้แก่ ตัวแปรที่ ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ ตามแนวคิดของ Lai (2017) และ Wewerka, Dax, and Reichert (2020) และแอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติตามแนวคิดของ Asatiani et al. (2020) และ Kaya (2019) โดยกำหนดช่วงปีของวรรณกรรมระหว่างปี ค.ศ. 2014 ถึง ค.ศ. 2022 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ RPA เริ่มมีการใช้งานในองค์กรและแพร่หลายมากขึ้นตามลำดับ

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปสังเคราะห์ (Synthesis) ลักษณะและความแตกต่างของปัจจัยส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชี เพื่อสรุปประเด็นในการพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี

## 5. ผลการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมคณะผู้วิจัยนำข้อค้นพบที่ได้จากกระบวนการทบทวนวรรณกรรมแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี เพื่อสังเคราะห์ผลงานวิชาการและพัฒนากรอบแนวคิดการศึกษาในประเด็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี ดังนี้

### ข้อค้นพบจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี

Venkatesh et al. (2003) ได้นำเสนอทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) เพื่อช่วยอธิบายถึงปัจจัยที่ใช้พยากรณ์เกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้เทคโนโลยีใหม่โดยเกิดจากการสังเคราะห์กลุ่มทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีในอดีตเพื่อหาจุดเชื่อมโยงและพัฒนาเป็นแบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังของความพยายามในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขของสิ่งอำนวยความสะดวก ตัวแปรควบคุมที่ส่งผลต่อการกระตุ้นพฤติกรรมส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ และความสมัครใจใช้ จากผลการศึกษาของ Bagozzi (2007) อ้างใน Lai (2017) แบบจำลอง UTAUT มีโครงสร้างที่ครอบคลุมการอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีใหม่ที่มีค่าความสามารถในการอธิบายของแบบจำลอง ( $R^2$ ) สูงกว่าแบบจำลองอื่น สอดคล้องกับ Cabrera-Sánchez and Villarejo-Ramos (2020) ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ทบทวนวรรณกรรมถึงปัจจัยดังกล่าวและเพิ่มปัจจัยการต่อต้านเทคโนโลยีเพื่อขยายแบบจำลองของทฤษฎีให้สามารถอธิบายปัจจัยที่มีส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชีให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้

#### 1) ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance expectancy)

บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีใหม่ในการทำงานจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถการทำงานและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ ในบริบทของการนำแอปพลิเคชันกระบวนการอัตโนมัติของหุ่นยนต์ไปใช้ ด้วยคุณลักษณะทางเทคนิคของ RPA ที่ช่วยให้ทำงานมีความถูกต้อง การลดระยะเวลาในกระบวนการทำงานของมนุษย์ ความเร็วในการรวบรวมข้อมูลทำให้การประมวลผลธุรกรรมและการนำเสนอข้อมูลแก่ผู้ใช้รวดเร็ว แม่นยำยิ่งขึ้น และทันเวลามากขึ้น (Cooper et al., 2019; Jedrzejka, 2019) การใช้งาน RPA ช่วยให้ผู้สามารถตรวจสอบขั้นตอนของการทำงานจึงทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

(Dahiyat, 2022; Mohamed et al., 2022) จากการศึกษาเห็นได้ถึงความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจด้านพฤติกรรม ได้แก่ Rotchanakitumnuai (2019) พบว่าการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมที่มีความสะดวกรวดเร็ว และทำให้การดำเนินการธุรกิจออนไลน์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ช่วยทำให้ผู้ใช้สังเกตเห็นประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มขึ้นส่งผลให้มีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการใช้เทคโนโลยีใหม่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ Sakdiwong and Saraphat (2021) และ Fakhri et al. (2022) การศึกษาที่เกี่ยวข้องอาจนำไปสู่ข้อค้นพบว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพจาก RPA ในการบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชี

### 2) ความคาดหวังด้านความพยายาม (Effort expectancy)

ผู้ที่มีความคาดหวังว่าการใช้ RPA ในที่ทำงานจะใช้ความพยายามในการเรียนรู้น้อยเมื่อเทียบกับการใช้ระบบอื่นที่ต้องอาศัยความพยายามมากกว่า (Salahshour et al., 2014) รวมทั้งขั้นตอนการปรับใช้กับการดำเนินงานขององค์กรนั้นง่ายและสามารถใช้ร่วมกับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีเดิมขององค์กร จึงทำให้การปรับตัวต่อการใช้งาน RPA ของผู้ใช้ไม่สูง (Mohamed et al., 2022; Wewerka & Reichert, 2021) การใช้งาน RPA ในการบัญชี เริ่มต้นจากแอปพลิเคชันจะอ่านอีเมลเอกสาร หรือข้อมูลจากช่องทางที่กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อบันทึกข้อมูลลงในระบบการจัดการทรัพยากรของบริษัทเพียงกดคำสั่งหรือการกำหนดช่วงเวลาให้ RPA เริ่มดำเนินการ งานวิจัยในอดีตแสดงให้เห็นความคาดหวังของความพยายามมีความสัมพันธ์กับการความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีใหม่ อาทิ (Kamble, Gunasekaran, & Arha, 2019) พบว่าการใช้งานง่ายของเทคโนโลยีจะทำให้ผู้ใช้เกิดการยอมรับการใช้มากกว่า ซึ่งนักพัฒนาควรมุ่งเน้นพัฒนาให้เทคโนโลยีใช้ขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย สอดคล้องกับ Abu-Taieh et al. (2022) และ Sankaran and Chakraborty (2022) อย่างไรก็ตามยังมีงานวิจัยที่พบว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กับการความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีใหม่ ได้แก่ Inder et al. (2022); Jain et al. (2022); Sakdiwong and Saraphat (2021) และ Rotchanakitumnuai (2019) พบว่า ผู้ใช้ได้รับการดูแลจากเจ้าหน้าที่ด้านไอทีซึ่งจะเป็นผู้ช่วยให้การสนับสนุน ดูแล แก้ไขปัญหาทางเทคนิคของเทคโนโลยี รวมถึงมีการฝึกอบรมการใช้งาน ดังนั้นผู้ใช้งานจึงไม่จำเป็นต้องอาศัยความพยายามสูงเพื่อใช้งาน ทั้งนี้ความคาดหวังด้านความพยายามของ RPA ในงานบัญชีกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ยังไม่มีผลการศึกษาที่แน่ชัด คณะผู้วิจัยจึงพิจารณาที่จะนำไปวิจัยดังกล่าวไปศึกษาและอาจนำไปสู่ข้อค้นพบความคาดหวังด้านความพยายามน้อยในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้ RPA ในงานบัญชี

### 3) อิทธิพลทางสังคม (Social influence)

ระดับการรับรู้ของบุคคลอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อของพวกเขาคือควรใช้เทคโนโลยีใหม่ (Zhao & Bacao, 2021) อิทธิพลทางสังคมแสดงถึงแรงกดดันจากคนรอบข้างที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกควรใช้เทคโนโลยี เนื่องจากการดำเนินการนำเอา RPA เข้ามาใช้งานถูกกำหนดโดยการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร ดังนั้นผลกระทบทางสังคมของการศึกษานี้จึงหมายถึงแรงกดดันและความคาดหวังจากผู้บริหารและหัวหน้างานของบริษัทที่มีอิทธิพลต่อนักบัญชีที่ใช้ RPA ในการทำงานเพราะพวกเขาเป็นคนที่ใกล้ชิดกับนักบัญชีที่คอยให้คำปรึกษาการใช้งาน RPA งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลจากสังคมกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ อาทิ

Zhao and Bacao (2021) พบว่าแรงกดดันทางมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งมาจากคนสนิทและคนใกล้ชิดกับผู้ใช้งาน สอดคล้องกับ Abu-Taieh et al. (2022); Rotchanakitumnuai (2019); Sakdiwong and Saraphat (2021) และ Sankaran and Chakraborty (2022) อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยที่พบว่าอิทธิพลทางสังคมไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ อาทิ Inder et al. (2022) พบว่าการรับรู้ว่าคุณภาพเทคโนโลยีมีความสะดวกต่อการใช้งาน ผู้ใช้รับรู้และตั้งใจที่จะใช้อยู่แล้ว ผู้ใช้งานมีความรู้หรือมีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีนั้นอยู่ก่อนแล้ว จึงทำให้อิทธิพลทางสังคมไม่ใช่ปัจจัยที่จะจูงใจให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ อีกทั้ง Jain et al. (2022) พบว่าปัจจัยทางด้านสังคมที่เกิดจากเพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน และสมาชิกในครอบครัวไม่มีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ใช้เพราะการเลือกใช้หรือไม่นั้นเป็นการตัดสินใจส่วนบุคคล ทั้งนี้ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องชี้ให้เห็นว่าอิทธิพลทางสังคมของผู้ใช้งาน RPA ในงานบัญชียังไม่มีการศึกษาที่แน่ชัด คณะผู้วิจัยจึงพิจารณาถึงปัจจัยดังกล่าวไปศึกษาและอาจนำไปสู่ข้อค้นพบว่าปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคมของผู้ใช้งาน RPA ในงานบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชี

#### 4) เงื่อนไขสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating conditions)

เงื่อนไขสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของเทคโนโลยีนั้นๆ Rotchanakitumnuai (2019) และ Venkatesh et al. (2003) กล่าวถึงองค์ประกอบของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญคอยให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกอาจมีตัวชี้วัด เช่น ส่วนประกอบพื้นฐานที่พอเพียงต่อการใช้งาน สิ่งสนับสนุนที่สามารถช่วยเหลือผู้ใช้ที่เพียงพอ คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และความรวดเร็วในการตอบสนองของเทคโนโลยี เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้จะส่งเสริมให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้งานสูงมากขึ้น โดยปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบเทคโนโลยีใหม่นี้มีนักวิจัยศึกษาถึงความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีใหม่ อาทิ Alkhowaiter (2022) พบว่าเงื่อนไขสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ช่วยให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้เทคโนโลยี เสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้งาน สอดคล้องกับ Cabrera-Sánchez and Villarejo-Ramos (2020) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน Big-Data ประกอบด้วยความพร้อมสิ่งสนับสนุนขององค์กรและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการปรับใช้ซึ่งจะช่วยเพิ่มความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้งานเชิงพฤติกรรม สอดคล้องกับ Jain et al. (2022); Khongthong and Potongsangarun (2020); Sakdiwong and Saraphat (2021) และ Salahshour et al. (2014) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้พฤติกรรม ได้แก่ Inder et al. (2022) พบว่าสิ่งสนับสนุนที่เพียงพอและส่วนประกอบพื้นฐานขององค์กรที่ติดอยู่แล้วนั้นจะไม่ถูกนำมาพิจารณาเป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งาน จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องเงื่อนไขของสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งพบว่ามีการใช้ RPA ในงานบัญชียังไม่ได้รับการศึกษาอย่างชัดเจน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงพิจารณาศึกษาปัจจัยดังกล่าวเพื่อนำไปสู่ข้อค้นพบว่าเงื่อนไขสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้งาน RPA ในงานบัญชี

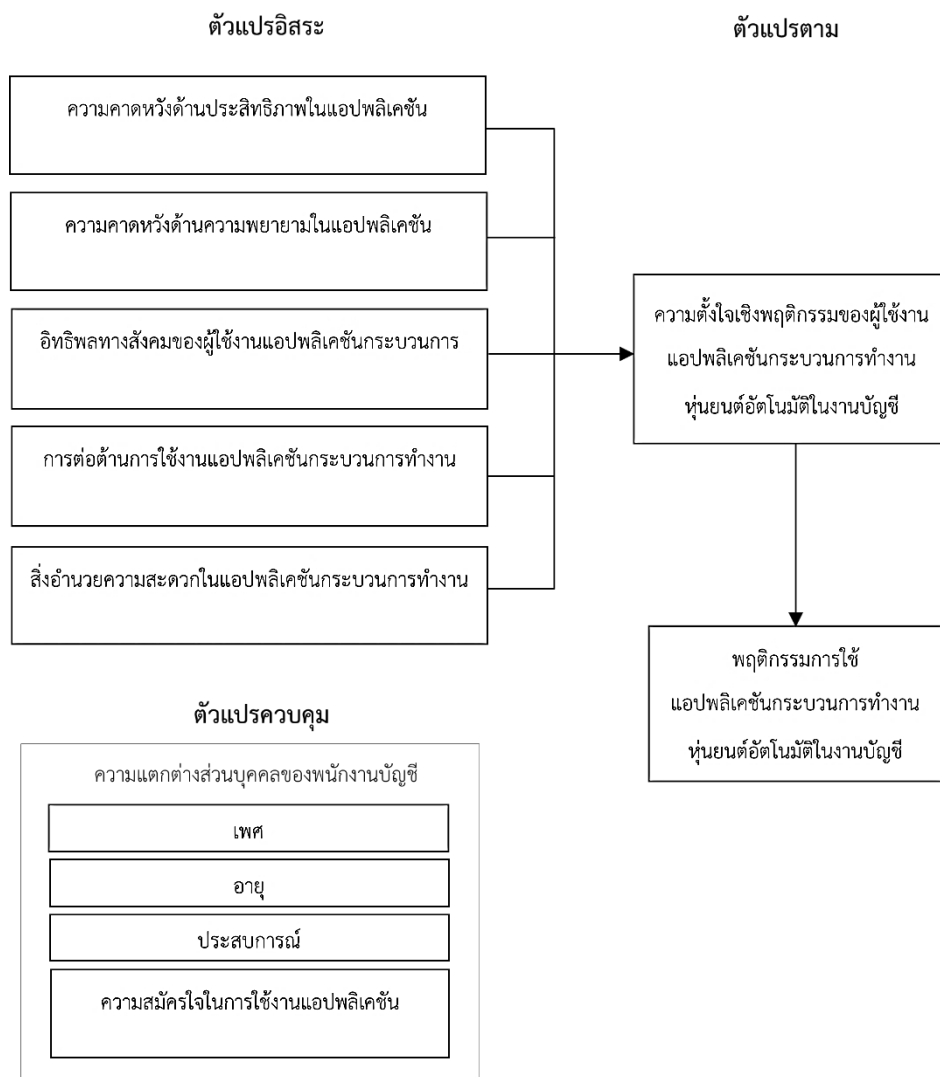
### 5) การต่อต้านเทคโนโลยี (Technology resistance)

การต่อต้านการใช้เทคโนโลยีเริ่มแรกถูกกำหนดให้เป็นสิ่งที่ตรงข้ามของการยอมรับ เทียบเท่ากับ "ไม่ยอมรับ" (Martinko, Zmud, & Henry, 1996) การต่อต้านเป็นพฤติกรรมที่กำหนดโดยตัวบ่งชี้การใช้เทคโนโลยีเพื่อต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ ซึ่งเกิดจากการรับรู้โอกาสที่จะเกิดความเสียหายในการสูญเสียบางอย่างที่เป็นผลมาจากการนำเอาเทคโนโลยีหรือระบบข้อมูลใหม่มาใช้ (Featherman & Pavlou, 2003 อ้างถึงใน Cabrera-Sánchez & Villarejo-Ramos, 2020) สำหรับบริบทของการนำแอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติมาใช้ในการบัญชีจากการศึกษาของ Jedrzejka (2019) พบว่าบทบาทของพนักงานบัญชีจะเปลี่ยนไปหลังจากการประยุกต์ใช้ในงาน RPA ในองค์กรที่มากขึ้นจากทำงานในกิจกรรมการบันทึกรายการบัญชีสู่การตรวจทานความถูกต้อง การวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผลทางบัญชีให้กับผู้บริหาร รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขและกฎระเบียบต่างๆ ในการทำงาน Fernandez and Aman (2018) ศึกษาผลกระทบของระบบอัตโนมัติของกระบวนการหุ่นยนต์ต่อบริการบัญชีทั่วโลก พบว่าพนักงานรู้สึกกลัวและรู้สึกลำบากเพื่อเรียนรู้ถึงวิธีการใช้เทคโนโลยีใหม่ นอกจากนี้พนักงานมีความกังวลว่างานของพวกเขาจะถูกแทนที่โดย RPA ปัจจัยด้านการต่อต้านนี้นำไปสู่ปัญหาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่และควรได้รับการแก้ไขโดยบริษัท Wewerka and Reichert (2021) การใช้งาน RPA ผู้บริหารต้องทำความเข้าใจกับพนักงานเกี่ยวกับความรู้สึกกังวลใจที่จะสูญเสียงานจากการนำเอา RPA เข้ามาใช้งานเพื่อลดการต่อต้านการใช้เทคโนโลยี RPA ทั้งนี้งานวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการต่อต้านเทคโนโลยีกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม อาทิ Ye et al. (2019) พบว่าการต่อต้านเทคโนโลยีจะทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ลดลงเนื่องจากผู้ใช้งานไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีใหม่จึงหลีกเลี่ยงการใช้งาน สอดคล้องกับ Kim et al. (2020) พบว่าการต่อต้านเทคโนโลยีที่สูงจะทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมลดลง อีกทั้งการรับรู้ศักยภาพของผู้ใช้งานที่จะต้องเรียนรู้ ปรับตัว รวมถึงการขาดความรู้ที่เพียงพอจึงทำให้ผู้ใช้งานเกิดการต่อต้าน อย่างไรก็ตาม Zhai et al. (2021) พบว่าปัจจัยด้านการต่อต้านเทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เนื่องจากผู้ใช้งานที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยี อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ของการต่อต้านเทคโนโลยี RPA กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชียังไม่มีผลการศึกษาที่แน่ชัด ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงพิจารณาที่จะนำปัจจัยดังกล่าวไปศึกษาและอาจนำไปสู่ข้อค้นพบว่าปัจจัยทางด้านการต่อต้าน RPA ในงานบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชี

ตารางที่ 1 สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ความสัมพันธ์	ผู้แต่ง
1	ความคาดหวังด้าน ประสิทธิภาพ → ความตั้งใจเชิง พฤติกรรม	Fakhri et al. (2022); Rotchanakitumnuai (2019); Sakdiwong and Saraphat (2021); Venkatesh et al. (2003)
2	ความคาดหวังด้าน ความพยายาม → ความตั้งใจเชิง พฤติกรรม	Abu-Taieh et al. (2022); Inder et al. (2022); Jain et al. (2022); Kamble, Gunasekaran, & Arha (2019); Rotchanakitumnuai (2019); Sakdiwong and Saraphat (2021); Venkatesh et al. (2003)
3	อิทธิพลทางสังคม → ความตั้งใจเชิง พฤติกรรม	Abu-Taieh et al. (2022); Inder et al. (2022); Jain et al. (2022); Rotchanakitumnuai (2019); Sakdiwong and Saraphat (2021); Sankaran and Chakraborty (2022); Venkatesh et al. (2003); Zhao and Bacao (2021)
4	เงื่อนไขสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวก → ความตั้งใจเชิง พฤติกรรม	Alkhowaiter (2022); Jain et al. (2022); Cabrera-Sánchez and Villarejo-Ramos (2020); Inder et al. (2022); Khongthong and Potongsangarun (2020); Sakdiwong and Saraphat (2021); Salahshour et al. (2014); Venkatesh et al. (2003)
5	การต่อต้าน เทคโนโลยี → ความตั้งใจเชิง พฤติกรรม	Kim et al. (2020); Ye et al. (2019); Zhai et al. (2021)
6	ความตั้งใจเชิง พฤติกรรม → พฤติกรรมการ ใช้	Cabrera-Sánchez and Villarejo-Ramos (2020); Fakhri et al. (2022); Inder et al. (2022); Jain et al. (2022); Khongthong and Potongsangarun (2020); Venkatesh et al. (2003);

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดทางทฤษฎีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีพบว่าทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี ของ Venkatesh et al. (2003) มีความเหมาะสมในการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชีเพราะได้บูรณาทฤษฎีที่มีก่อนหน้านี้เข้าไว้ด้วยกันและมีความสามารถในการอธิบายมากกว่าแบบจำลองอื่น ทำให้คณะผู้วิจัยมุ่งประเด็นที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้ในแบบจำลอง UTAUT และเพิ่มปัจจัยการต่อต้านเทคโนโลยีในแบบจำลอง เพราะพบว่าพนักงานเกิดความกังวลเกี่ยวกับ RPA จะเข้ามาแทนที่การทำงานของนักบัญชี เพื่อพัฒนาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ (RPA) ในงานบัญชีให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นคณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดเป็นกรอบสำหรับการศึกษาดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี

## 6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สำหรับธุรกิจในประเทศไทยการนำเอา RPA เข้ามาปรับใช้อย่างกว้างขวางสำหรับกิจกรรมต่างๆ รวมถึงงานบัญชี เนื่องจากลักษณะงานที่สามารถนำเอา RPA มาใช้งานได้ เช่น การเรียกเก็บเงิน บัญชีลูกหนี้ เจ้าหนี้บัญชีเงินเดือน การจัดการเงินสด และบัญชีแยกประเภท เป็นต้น ซึ่งกระทบต่อบทบาทการทำงานของนักบัญชีโดยเปลี่ยนบทบาทเป็นนักวิเคราะห์มากขึ้น ทำให้นักบัญชีต้องปรับตัวและเรียนรู้มากขึ้นจนอาจนำไปสู่การต่อต้านการใช้ RPA ในงานบัญชี ส่งผลให้องค์กรไม่บรรลุเป้าหมายในการนำเอาเทคโนโลยีดังกล่าวมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีให้กับผู้ใช้ ข้อมูลได้มากกว่าที่ควร ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์ผลงานวิชาการและพัฒนารอบแนวคิด การศึกษาในประเด็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชีตามทฤษฎีการยอมรับ และใช้งานเทคโนโลยี (UTAUT) ของ Venkatesh et al. (2003) และได้เพิ่มปัจจัยการต่อต้านการใช้งาน

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary research) เพื่อวิเคราะห์ผลการศึกษ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีใหม่ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปสังเคราะห์ (Synthesis) เพื่อสรุปประเด็นในการพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงาน หุ่นยนต์อัตโนมัติ (RPA) ในงานบัญชี ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านความ พยายามใช้งานที่น้อย อิทธิพลทางสังคม เจือปนสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความ ตั้งใจเชิงพฤติกรรม การต่อต้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และความ ตั้งใจเชิงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ RPA ในงานบัญชี โดยปัจจัยเหล่านี้อาจ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของแต่ละบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์และความสนใจใช้งานแอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ

กรอบแนวคิดที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางการศึกษาสำหรับการอธิบาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระบวนการทำงานหุ่นยนต์ อัตโนมัติในงานบัญชีสำหรับใช้เป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาปรับปรุงให้เกิดการยอมรับและการใช้ RPA ใน งานบัญชีมากขึ้น นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถการทำงานของนักบัญชีต่อการ รายงานข้อมูลทางบัญชีขององค์กรให้สูงขึ้น อีกทั้งช่วยเพิ่มผลการศึกษาทางวิชาการต่อไป

## 7. เอกสารอ้างอิง

- Abu-Taieh, E. M., AlHadid, I., Abu-Tayeh, S., Masa'deh, R. e., Alkhaldeh, R. S.,  
Khaldeh, S., & Alrowwad, A. a. (2022). Continued Intention to Use of M-Banking  
in Jordan by Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML. *Journal  
of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 120.



- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100240.
- Asatiani, A., Penttinen, E., Ruissalo, J., & Salovaara, A. (2020). Knowledge workers' reactions to a planned introduction of robotic process automation—empirical evidence from an accounting firm. In R. Hirschheim, A. Heinzl, & J. Dibbern (Eds.), *Information systems outsourcing: The era of digital transformation* (pp. 413-452).
- Axson, D. (2015). Finance 2020: Death by digital. Retrieved October 10,2022, from [https://www.accenture.com/t20150902T015110\\_\\_w\\_/us-en/\\_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Dualpub\\_21/Accenture-Finance-2020-PoV.pdf](https://www.accenture.com/t20150902T015110__w_/us-en/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Dualpub_21/Accenture-Finance-2020-PoV.pdf), vom, 21, 2016.
- Bagozzi, R.P. (2007). The legacy of the technology acceptance model and a proposal for a paradigm shift. *Journal of the Association for Information Systems*, 8(4), 244-254.
- Cabrera-Sánchez, J. P., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2020). Acceptance and use of big data techniques in services companies. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101888.
- Cooper, L. A., Holderness, D. K., Sorensen, T. L., & Wood, D. A. (2019). Robotic process automation in public accounting. *Accounting Horizons*, 33(4), 15-35.
- Craig, J. J. (2014). *Introduction to robotics : mechanics and control* (3rd ed.) [Non-fiction]. Pearson.
- Dahiyat, A. (2022). Robotic process automation and audit quality. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 6(1), 160-167.
- Deloitte. (2016). *The robots are here*. Retrieved October 10,2022, from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/innovation/ch-en-innovation-robots-are-here-digital-workforce.pdf>
- Deloitte. (2018). *Internal Controls Over Financial Reporting Considerations for Developing and Implementing Bots* <sup>สี่</sup> Retrieved October 10,2022, from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/audit/us-audit-internal-controls-over-financial-reporting-considerations-for-developing-and-implementing-bots.pdf>
- Fakhri, M. M., Fadhilatunisa, D., Yuanita, B., & Sari, N. R. (2022). The use of the extended technology acceptance model (TAM) to measure behavioral intention users of zahir accounting software. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 107-123.

- Fernandez, D., & Aman, A. (2018). Impacts of robotic process automation on global accounting services. *Asian Journal of Accounting and Governance*, 9(1), 127-140.
- Inder, S., Sood, K., & Grima, S. (2022). Antecedents of behavioural intention to adopt internet banking using structural equation modelling. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(4), 157.
- Jain, G., Kamble, S. S., Ndubisi, N. O., Shrivastava, A., Belhadi, A., & Venkatesh, M. (2022). Antecedents of Blockchain-Enabled E-commerce Platforms (BEEP) adoption by customers—A study of second-hand small and medium apparel retailers. *Journal of Business Research*, 149, 576-588.
- Jedrzejka, D. (2019). Robotic process automation and its impact on accounting [Article]. *Zrobotyzowana automatyzacja procesów i jej wpływ na rachunkowość.*, 105(161), 137-166.
- Kamble, S., Gunasekaran, A., & Arha, H. (2019). Understanding the Blockchain technology adoption in supply chains-Indian context. *International Journal of Production Research*, 57(7), 2009-2033.
- Kaya, C. T., Turkyilmaz, M., & Birol, B. (2019). Impact of RPA Technologies on Accounting Systems. *RPA Teknolojilerinin Muhasebe Sistemleri Üzerindeki Etkisi*, (82), 235-249.
- Khongthong, K., & Potongsangarun, R. (2020). Behavioral intentions using technology of B Generation and X Generation. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)*, 6(2), 43-57.
- Kim, J., Seo, J., Zo, H., & Lee, H. (2020). Why digital goods have not replaced traditional goods: the case of e-books. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(3), 793-810.
- Lai, P. C. (2017). The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology. *JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management*, 14, 21-38.
- Le Clair, C., Cullen, A., & King, M. (2017). The Forrester Wave™: Robotic Process Automation, Q1 2017. *Forrester Research*.
- Martinko, M. J., Zmud, R. W., & Henry, J. W. (1996). An attributional explanation of individual resistance to the introduction of information technologies in the workplace. *Behaviour & Information Technology*, 15(5), 313-330.
- Mohamed, S. A., Mahmoud, M. A., Mahdi, M. N., & Mostafa, S. A. (2022). Improving efficiency and effectiveness of robotic process automation in human resource management. *Sustainability*, 14(7), 3920.

- Osman, C.-C. (2019). Robotic process automation: Lessons learned from case studies. *Informatica economica*, 23(4).
- Paula Monteiro, A., Vale, J., Leite, E., Lis, M., & Kurowska-Pysz, J. (2022). The impact of information systems and non-financial information on company success. *International Journal of Accounting Information Systems*, 45, 100557.
- Petersen, B. L., & Rohith, G. P. (2017). How robotic process automation and artificial intelligence will change outsourcing. *Brussels, Mayer Brown*.
- Phornlaphatrachakorn, K. (2019). Internal control quality, accounting information usefulness, regulation compliance, and decision-making success: evidence from canned and processed foods businesses in Thailand. *International Journal of Business*, 24(2), 198-215.
- Rotchanakitumnuai, S. (2019). Mobile banking acceptance for continuing usage of Thai Commercial Banks. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 8(2), 10-21.
- Rozario, A. M., & Vasarhelyi, M. A. (2018). How Robotic process automation is transforming accounting and auditing. *CPA Journal*, 88(6), 46-49.
- Sakdiwong, S., & Saraphat, S. (2021). Casual factors of job efficiency for back office workers from the implementation of Robotic Process Automation (RPA) Technology : A Case Study of Automotive Assembly Plant. *Journal of Accountancy and Management*, 14(2), 1-22.
- Salahshour, M., Dahlan, H., Iahad, N., Nilashi, M., & Zakaria, R. (2014). Assessing the factors that affect adoption of social research network site for collaboration by researchers using multicriteria approach. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 10.
- Sankaran, R., & Chakraborty, S. (2022). Factors impacting mobile banking in India: Empirical approach extending UTAUT2 with perceived value and trust. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 11(1), 7-24.
- Seasongood, S. (2016). Not just for the assembly line: A case for robotics in accounting and finance. *Finan. Exec.*, 32(1), 31-39.
- Sivaretinamohan, R., & Sujatha, S. (2022). Behavioural intention towards adoption of robotic accounting for a profitable leading digital transformation. 2022 1st International Conference on Electrical, Electronics, Information and Communication Technologies, ICEEICT 2022.

- Syed, R., Suriadi, S., Adams, M., Bandara, W., Leemans, S. J. J., Ouyang, C., ter Hofstede, A. H. M., van de Weerd, I., Wynn, M. T., & Reijers, H. A. (2020). Robotic Process Automation: Contemporary themes and challenges. *Computers in Industry*, 115, 103162.
- Tucker, I. (2017). The Blueprint for Continuous Accounting. *Strategic Finance*, May(1), 41-49.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425-478.
- Wewerka, J., Dax, S., & Reichert, M. (2020). A user acceptance model for Robotic Process Automation. Proceedings - 2020 IEEE 24th International Enterprise Distributed Object Computing Conference, EDOC 2020.
- Wewerka, J., & Reichert, M. (2021). Robotic Process Automation in the Automotive Industry - Lessons Learned from an Exploratory Case Study. Lecture Notes in Business Information Processing.
- Ye, T., Xue, J., He, M., Gu, J., Lin, H., Xu, B., & Cheng, Y. (2019). Psychosocial factors affecting artificial intelligence adoption in health care in China: Cross-Sectional Study. *J Med Internet Res*, 21(10), e14316.
- Zhai, H., Yang, X., Xue, J., Lavender, C., Ye, T., Li, J.-B., Xu, L., Lin, L., Cao, W., & Sun, Y. (2021). Radiation oncologists' perceptions of adopting an artificial intelligence–assisted contouring technology: Model development and questionnaire study. *Journal of Medical Internet Research*, 23(9), e27122.
- Zhao, Y., & Bacao, F. (2021). How does the pandemic facilitate mobile payment? An investigation on users' perspective under the COVID-19 pandemic. *International journal of environmental research and public health*, 18(3), 1016.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับ  
ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง  
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

A CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF MARKETING MIX  
FACTORS FOR LOCAL FOOD ENTREPRENEURS OF RICE STEW,  
KHAO ROOP CHANG MUNICIPALITY, MUEANG DISTRICT,  
SONGKHLA PROVINCE

เปรมภาว์ ด้วงทอง<sup>1\*</sup> ปทุมพร หิรัญสาลี<sup>1</sup> พิมใจ พรหมสุวรรณ<sup>1</sup>

ลักขณา ดำชู<sup>1</sup> และ อริสรา ถาวรประเสริฐ<sup>1</sup>

Prempa Duangtong<sup>1\*</sup> Patumporn Hiransalee<sup>1</sup> Pimjai Promsuwan<sup>1</sup>

Lukkhana Damchu<sup>1</sup> and Aritsara Thawornprasert<sup>1</sup>

(Received: April 20, 2022; Revised: December 5, 2022; Accepted: December 15, 2022)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 165 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด ผลการวิจัยพบว่าโมเดลปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ( $\chi^2 = 441.580$ ,  $\chi^2/df = 2.230$ , RMSEA = 0.086, CFI = 0.92, TLI = 0.906, SRMR = 0.067) ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ และมีตัวแปรสังเกตได้ 22 ตัวแปร ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้านสามารถนำปัจจัยประสมทางการตลาดจากตัวแปรสังเกตได้จากงานวิจัยนี้มาเป็นแนวทางพัฒนาแนวทางในการวางแผนการตลาดให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าหรือกลยุทธ์ของธุรกิจในอนาคต เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานด้านการตลาด นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้านในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาต่อไป

**คำสำคัญ:** การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน  
ข้าวสตู

<sup>1</sup> อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

\* Corresponding author, E-mail: prempa.du63@gmail.com

## Abstract

This research aims to analyze the confirmatory factors of the marketing mix for local food entrepreneurs of rice stew- by collecting the data through a questionnaire using a 5-level Likert Scale. A sample of 165 people in Khao Ruoop Chang Municipality, Muang District, Songkhla Province were selected using a simple sampling method and the data were analyzed through affirmative element analysis with the Highest Probability Method (ML). The results showed that the marketing mix factor model for local food entrepreneurs of rice stew was consistent with empirical findings ( $\chi^2= 441.580$ ,  $\chi^2/df = 2.230$ , RMSEA = 0.086, CFI = 0.92, TLI = 0.906, SRMR = 0.067), which consists of 4 components has 22 observable variables. Therefore, the entrepreneurs can use the marketing mix factors from the variables observed in this research to develop a way to plan marketing to suit the customers or business strategy in the future to increase marketing performance. This led to the creative economy of local food entrepreneurs in Khao Rup Chang Municipality, Mueang District, Songkhla Province.

**Keywords:** confirmatory factor, analysis marketing mix, local food entrepreneurs, Khao Stu

## 1. บทนำ

การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศจำเป็นต้องอาศัยเศรษฐกิจฐานรากที่เกิดจากการขับเคลื่อนของชุมชน หรือการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดการเติบโตของเศรษฐกิจชุมชนซึ่งหากชุมชนสามารถสร้างมูลค่าและทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปในทางที่ดี ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง ในอนาคตเศรษฐกิจไทยจะเปลี่ยนจากเน้นเศรษฐกิจภาพรวมกลายเป็นเน้นท้องถิ่นชุมชน และคงความเป็นไทย

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน มีรากฐานทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นประเพณีต่างๆ เครื่องแต่งกายพื้นเมือง สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารพื้นบ้านในจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากชาวสงขลาและผู้คนทั่วไป อาหารพื้นบ้านถือเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่โดยได้รับวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน ซึ่งนอกจากชาวสงขลาจะนิยมบริโภคอาหารพื้นบ้านแล้ว นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดสงขลาที่ได้ชิมรสชาติต่างก็ประทับใจและนิยมซื้อกลับไปเป็นของฝาก เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการนำอาหารท้องถิ่นเข้ามาผสมผสานพร้อมกับการสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นด้วยอาหารพื้นบ้าน

ในอดีตจากการติดต่อสัมพันธ์กันในการค้าขายและการแต่งงาน ส่งผลให้จังหวัดสงขลาได้รับวัฒนธรรมการกินอาหารของจีนและอิสลามเข้ามาผสมผสานกับอาหารไทยพื้นบ้าน มีการดัดแปลง คิดค้นเทคนิคการปรุงอาหารให้เหมาะกับรสชาติของผู้คนในพื้นที่จนเกิดตำรับอาหารใหม่ๆ มาบริโภค

ในชีวิตประจำวัน รวมถึงเพื่อบริโภคในงานประเพณีต่างๆ เช่น เมนูหมกคอง หมูสตู ต้มใส่ไส้ เต้าคั่ว เป็นการผสมผสานอาหารระหว่างครัวไทยพื้นบ้านกับครัวจีน เมนูกุ้งผง ไก่ย่างขมิ้น ขนมนบุดู ขนมนบอก เป็นการผสมผสานอาหารระหว่างครัวไทยพื้นบ้านกับครัวอิสลาม เป็นต้น จากการผสมผสานวัฒนธรรมเรื่องอาหาร การกินของผู้ในพื้นที่ จึงเปรียบเสมือนการเดินทางมาพบกันครั้งทางระหว่างครัวไทยปักษ์ใต้ ครัวจีน และครัวอิสลาม ส่งผลให้อาหารพื้นบ้านของชาวสงขลามีรสอ่อน ไม่เผ็ดจัดแบบอาหารปักษ์ใต้ทั่วไป แม้ว่าอาหารพื้นบ้านในพื้นที่ภาคใต้หลายชนิดจะได้รับวัฒนธรรมการบริโภคจากเชื้อชาติอื่นและมีการดัดแปลงเป็นตำรับอาหารใหม่ๆ มาบริโภค แต่อาหารพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของสงขลาและค้นหาเพื่อรับประทานในพื้นที่อื่นได้ยาก คือ ข้าวสตู เป็นอาหารควาที่มีรสชาติ มันเค็ม กลมกล่อม ที่สามารถหารับประทานได้ตลอดทั้งปีเฉพาะในพื้นที่จังหวัดสงขลา

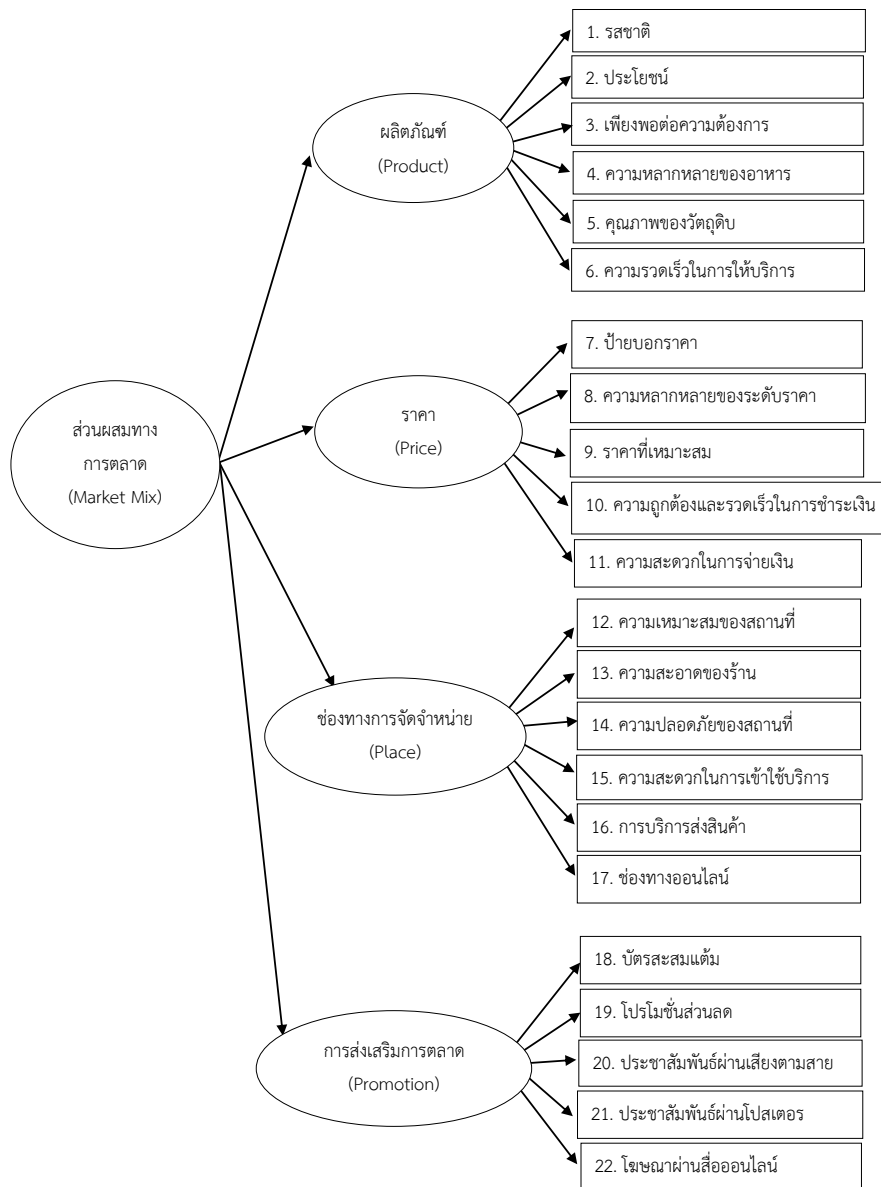
แม้ว่าอาหารพื้นบ้านจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภค แต่อาหารเหล่านี้กลับมีผู้ขายจำนวนน้อยรายและไม่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการด้านอาหารรุ่นใหม่ เนื่องจากในปัจจุบันกระแสวัฒนธรรมตะวันตกได้มีอิทธิพลต่อผู้คนเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรม ประเพณี ตลอดจนความเชื่อหลายประการได้เสื่อมคุณค่าและค่านิยมลง (สุวรรณา เขียวภักดี และชัยณรงค์ ศรีรักรักษ์, 2564) ทำให้ผู้ขายให้ความสนใจผลิตอาหารพื้นบ้านน้อยลง โดยเฉพาะอาหารพื้นบ้านในบางเมนูที่ผู้ขายต้องใช้ความรู้ ความชำนาญ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปรุงอาหาร ซึ่งความรู้ความชำนาญเหล่านั้นมีเฉพาะในคนรุ่นเก่า ทำให้ในปัจจุบันภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปรุงอาหารเหล่านั้นเลือนหายไปตามกาลเวลา รวมถึงราคาของอาหารพื้นบ้านมีราคาไม่แพงไม่คุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ในการผลิต ทำให้อาหารพื้นบ้านค่อยๆ เลือนหายไปจากท้องถิ่น และผู้บริโภคจึงเข้าถึงอาหารพื้นบ้านได้ค่อนข้างยาก

คณะผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของอาหารพื้นบ้าน และเห็นความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่ยังคงประกอบธุรกิจอาหารพื้นบ้าน จึงมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) เพื่อเข้าใจถึงส่วนผสมทางการตลาดที่จะนำมาปรับใช้ในการวางแผนการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในพื้นที่และนักท่องเที่ยวมากขึ้น สามารถเพิ่มการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภค และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้านเพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

**กรอบแนวคิด** จากวัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าว นำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยซึ่งมีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 22 ตัวแปร จากการทบทวนวรรณกรรม ได้แก่ รสชาติ ประโยชน์ เพียงพอต่อความต้องการ ความหลากหลายของอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบ ความเร็วในการให้บริการ ป้ายบอกราคา ความหลากหลายของระดับราคา ราคาที่เหมาะสม ความถูกต้องและรวดเร็วในการชำระเงิน ความสะดวกในการจ่ายเงิน ความเหมาะสมของสถานที่ ความสะอาดของร้าน ความปลอดภัยของสถานที่ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ การบริการส่งสินค้าช่องทางออนไลน์ บัตรสะสมแต้ม โปรโมชันส่วนลด ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์ และโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ แสดงในในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### 3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) เป็นชุดเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการนำมาใช้การตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก (4P) คือ ผลิตภัณฑ์(Product) ราคา(Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด(Promotion) โดยกิจการจำนำชุดเครื่องมือทางการตลาดทั้งหมดนี้มาใช้ร่วมกัน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และจบลงที่ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (Wahab et al., 2016)

ส่วนผสมทางการตลาดสามารถนำมาใช้ในขั้นตอนที่ต่างกันตามวงจรของผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่ดีขึ้น (Mohammadi, Saghaian, & Alizadeh, 2018) ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการจะมีความแตกต่างกัน เนื่องจากส่วนผสมทางการตลาดสำหรับบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับธุรกิจบริการเพื่อให้เกิดการบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) และสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นส่วนสำคัญ ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับบริการนั้น จะมีลักษณะเฉพาะที่เน้นในเรื่องบริการที่มาจากพนักงาน กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จึงเพิ่มเติม 3 ส่วน จากประสมทางการตลาด 4P's เป็นประสมทางการตลาด 7P's สำหรับช่วยบริหารจัดการกับธุรกิจบริการ (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ, 2559)

ธุรกิจอาหารมีความเกี่ยวข้องกับทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ หากผู้ประกอบการอาหารต้องการบริหารงานด้านบริการควรใช้ 7P's ที่ต่อยอดมาจาก 4P's มาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product), ราคา (price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (place), การส่งเสริมการตลาด (promotion), บุคคล (people), ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) และกระบวนการ (process) (ณัฐกานต์ รุ่งเรือง และคณะ, 2565) เพื่อการปรับแต่งกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงไป แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจอาหารพื้นบ้านยังคงเน้นในเรื่องของ 4P's เป็นสำคัญ เพื่อให้สินค้า คืออาหารที่ผลิตได้ตอบสนองต่อตลาดเป้าหมาย คุณลักษณะสำคัญของอาหารพื้นบ้านที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's หรืออาจกล่าวได้ว่า

**ส่วนประสมทางการตลาด 4P's สำหรับธุรกิจอาหารพื้นบ้าน (Sukamto & Lumintan, 2015) มีดังนี้**

1) ผลิตภัณฑ์ (product) ผลิตภัณฑ์ที่หมายรวมถึงตัวสินค้าและบริการที่กิจการมีไว้เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ซื้อและผู้บริโภคที่มีอยู่ในตลาดหนึ่งๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้จะประกอบไปด้วยการจัดให้สายผลิตภัณฑ์หรือการมีสินค้าหลากหลายไว้เสนอขายแก่ลูกค้าในหลายๆ กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกันไปตามระดับความชอบและประโยชน์ที่จะได้รับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ โครงสร้างและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ประเภทของตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์ การให้ขนาดที่เหมาะสมกับการใช้ การบริการ การรับประกันผลิตภัณฑ์ และการรับประกันผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะต้องนำมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการที่ดีที่สุด

สำหรับอาหารพื้นบ้านเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเกี่ยวกับ คุณภาพ รสชาติและความสะอาด รวมถึงการบริการอาจเป็นทั้งบริการหลักที่มุ่งเป้าไปที่ให้ประโยชน์หลักและบริการรองซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งที่จับต้องได้ และระดับผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์เป็นแกนหลักของส่วนประสมทางการตลาด โดยกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอคุณลักษณะเฉพาะด้วยผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างแตกต่างจากคู่แข่ง (Karim et al., 2021) ดังนั้นผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจอาหารพื้นบ้านจึงประกอบด้วย รสชาติ ประโยชน์ เพียงพอต่อความต้องการความหลากหลายของอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบ และความเร็วในการให้บริการ

2) ราคา (price) การกำหนดราคาเป็นสิ่งสำคัญของเครื่องมือการตลาด เพราะการตั้งราคาที่จะเสนอขายสินค้าและบริการไปยังตลาดเป้าหมายที่ได้มีการกำหนดไว้ต้องคำนึงถึงลูกค้าที่จะซื้อว่าจำนวนเงินที่เป็นราคานั้นควรกำหนดระดับไว้สูงหรือต่ำ มากหรือน้อยเท่าใดที่จะพอดีกับคุณภาพหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่จัดนำมาเสนอขายให้แก่ลูกค้าระดับต่างๆ ระยะเวลาที่ชำระเงินคืนควรกำหนดอย่างไรจึงจะจูงใจให้มีการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นการกำหนดราคายังถูกนำมาประยุกต์ใช้กับการกำหนดราคาในการให้บริการระดับต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ราคาจึงเป็นปัจจัยหลักสำหรับลูกค้าในการซื้อสินค้าในตลาดและโปรโมชั่นของสินค้าเชื่อมโยงกับราคาที่หลากหลายในตลาดเสมอ ดังนั้นราคาต้องยุติธรรมจึงสามารถโน้มน้าวใจหรือดึงดูดลูกค้าให้ซื้อได้ (Son & Jin, 2019) สำหรับธุรกิจอาหารพื้นบ้าน ราคาจึงประกอบด้วย ป้ายบอกราคา ความหลากหลายของระดับราคา ราคาที่เหมาะสม ความถูกต้องและรวดเร็วในการชำระเงิน ความสะดวกในการจ่ายเงิน

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเป็นการเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้เพียงพอต่อการกระจายตัวสินค้าและบริการ ให้มีการเข้าไปอย่างทั่วถึงกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ในตลาดเป้าหมาย โดยมีสถานที่จัดจำหน่ายที่โดดเด่น โดดง สินค้า สำหรับการกระจายที่รวดเร็วมากขึ้นควรมีหรือไม่ วิธีการขนส่ง สินค้าจะใช้วิธีการใดที่ขนย้ายสินค้าจากโกดังหรือโรงงานผลิตไปยังคนกลางทางการตลาดในระดับต่างๆ และผู้ซื้อที่ให้ความรวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย ประหยัดค่าใช้จ่ายและให้ได้ประสิทธิภาพของตัวต้นทุนสูงสุด สิ่งนี้เป็นตัวช่วยส่งเสริมในการตลาดสินค้าบริการ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง

ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจอาหารพื้นบ้าน เน้นการให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าให้ได้มากที่สุด รวมถึงเพื่อให้แน่ใจว่ามีความพร้อมในการใช้งาน และความคงอยู่ของคุณภาพแม้ว่าต้องเผชิญกับการบริโภคอย่างต่อเนื่องและมีปริมาณที่สูง (Karim et al., 2021) ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจอาหารพื้นบ้าน จึงประกอบด้วย ความเหมาะสมของสถานที่ ความสะอาดของร้าน ความปลอดภัยของสถานที่ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ การบริการส่งสินค้าช่องทางออนไลน์

4) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ได้นำมาใช้กับการบริหาร ตลาดบริการจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิธีการติดต่อสื่อสารทางการตลาดจากผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการไปยังผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่างๆ ที่มีอยู่ในตลาดได้รับรู้ถึงข้อมูลการให้บริการที่อยู่ได้ โดยมีกิจกรรมที่นำมาใช้สำหรับการส่งเสริมการตลาดนั้นมีอยู่หลายรูปแบบ หรือที่เรียกว่าส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือจะใช้การส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แถม ชิงโชค ประกวดแข่งขัน

คู่มือ หรือการใช้วิธีการขายโดยพนักงานขาย หรือเป็นผู้ให้บริการ หรือจะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว และจะใช้วิธีการตลาดทางตรง เช่น การขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต การขายทางโทรศัพท์ และการส่งจดหมายเสนอขาย สิ่งเหล่านี้ เรียกว่า การใช้สื่อผสมผสานในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดบริการได้เป็นอย่างดี

การส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจอาหารพื้นบ้าน เน้นการส่งเสริมการขายโดยเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับตลาดเป้าหมายและโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อผ่านช่องทางโปรโมชั่นต่างๆ ประกอบด้วย บัตรสะสมแต้ม โปรโมชั่นส่วนลด ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์ และโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งกลยุทธ์หรือโปรแกรมการสื่อสารดังกล่าวมีความสำคัญต่อกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพเนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการให้คำแนะนำและโน้มน้าวลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์ (Karim et al., 2021)

ดังนั้นกรอบแนวคิดการวิจัยจึงมีตัวแปรที่สังเกตได้ คือ จำนวน 22 ตัวแปร ซึ่งได้อธิบายจากกรอบทฤษฎีทฤษฎีการวิจัย ได้แก่ รสชาติ ประโยชน์ เพียงพอต่อความต้องการ ความหลากหลายของอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบ ความเร็วในการให้บริการ ป้ายบอกราคา ความหลากหลายของระดับราคา ราคาที่เหมาะสม ความถูกต้องและรวดเร็วในการชำระเงิน ความสะดวกในการจ่ายเงิน ความเหมาะสมของสถานที่ ความสะอาดของร้าน ความปลอดภัยของสถานที่ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ การบริการส่งสินค้าช่องทางออนไลน์ บัตรสะสมแต้ม โปรโมชั่นส่วนลด ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์ และโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์และตรวจสอบองค์ประกอบเชิงยืนยันในประเทศไทยมีค่อนข้างแพร่หลาย แต่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน วิถีชุมชน หรืออาหารพื้นบ้านยังมีจำนวนน้อย เช่น นวัตกรรมโพธิสาร และคณะ (2563) ได้ทำการวิเคราะห์และตรวจสอบองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับโอท็อปวิถี ในจังหวัดสุรินทร์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีองค์ประกอบปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองปัจจัยผลิตภัณฑ์มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบด้านความหลากหลายของประเภทและรูปแบบมากที่สุด ปัจจัยราคามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบด้านระดับราคาที่หลากหลาย ปัจจัยการจัดจำหน่ายมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบด้านการแสดงการผลิตสินค้า และปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบด้านการลด แลก แจก แถมมากที่สุด ผลการตรวจสอบโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า มีความสอดคล้องข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานโมเดล นอกจากนี้มีงานวิจัยของ กมลรัตน์ โยธานันต์ (2562) ได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบจำลองตัวบ่งชี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรับส่งพัสดุภัณฑ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ผลจากการวิจัย พบว่า องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรับส่งพัสดุภัณฑ์มี 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยในปี พ.ศ. 2561 เทศบาลเมืองเขารูปช้างมีประชากรจำนวน 42,111 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้างและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน ขั้นต่ำ 100-200 ตัวอย่าง (Hair et al., 2019) ซึ่งงานวิจัยนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 100 ตัวอย่าง

##### การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งตามลักษณะของส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน และใช้ระดับการวัดด้วยวิธี Likert Scale 5 ระดับ คือ 1 (น้อยที่สุด) จนถึง 5 (มากที่สุด)

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ทำการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม และทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และมีการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์หรือ IOC ซึ่งพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.5 หมายความว่า แบบสอบถามมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ จากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทำการ try out กับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด เพื่อทดสอบว่าคำถามแต่ละข้อจะสามารถสื่อความเข้าใจให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้หรือไม่ หากคำถามไม่เหมาะสมหรือยากต่อการเข้าใจและตอบคำถาม ผู้วิจัยจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะลงไปเก็บข้อมูลภาคสนามจริง

##### การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ (primary data) โดยจะเก็บแบบสอบถามจากประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งได้รับการตอบกลับจำนวน 165 คน

##### การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยตามความกว้างของอันตรภาคชั้น แบ่งคะแนนเป็น 5 ระดับ ทำให้ระยะห่างของแต่ละช่วงเท่ากับ 0.8 ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยระดับของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 คือ ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 คือ ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 คือ ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 คือ ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 คือ ผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยในระดับน้อยที่สุด

ในส่วนของการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะเฉพาะเป็นโมเดล Congeneric และระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวจากการใช้กฎที (T Rule) ซึ่งงานวิจัยนี้ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงจำนวน 4 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 22 ตัวแปร โดยใช้วิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum

Likelihood: ML) ซึ่งเป็นวิธีที่ถูกกำหนดให้เป็นวิธีประมาณพารามิเตอร์โดยอัตโนมัติ สามารถทำการประมาณค่าผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยใช้โปรแกรม MPlus ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ และทำการประเมินความกลมกลืนโดยรวมของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากดัชนีวัดความกลมกลืนที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลกับค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) และค่า CFI, RMSEA, TLI, SRMR ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 22 ตัวแปร และจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ 100-200 ตัวอย่าง จึงพิจารณาเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ Chi-Square ( $\chi^2$ ) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (อย่างไรก็ตามมีความเป็นไปได้ที่จะมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อขนาดตัวอย่างใหญ่ขึ้น) หรือค่า Relative Chi-Square Ratio ( $\chi^2/df$ ) ไม่ควรเกิน 3.0 และค่า SRMR /RMSEA ควรน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 ค่า CFI/TLI ควรมากกว่า 0.90 (Hair et al., 2019; Hu & Bentler, 1999)

## 5. ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยของระดับของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.891) และพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D. = 0.697) ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26$ , S.D. = 0.690) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ , S.D. = 0.732) และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.84$ , S.D. = 1.445) ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติระดับของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	0.697	มากที่สุด
ด้านราคา	4.26	0.690	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.17	0.732	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.84	1.445	ปานกลาง
โดยรวม	3.89	0.891	มาก

2. ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) พบว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีการปรับโมเดลและได้ค่าสถิติความกลมกลืน คือ  $\chi^2/df = 2.230$ , RMSEA = 0.086, CFI = 0.92, TLI = 0.906 และ SRMR = 0.067 ตามตารางที่ 2 ดังนั้นโมเดลนี้จึงมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับดี เมื่อโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดล พบว่า ค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (CR) มีค่าระหว่าง 0.838 – 0.950 ซึ่งมากกว่า 0.7 และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) มีค่าระหว่าง 0.509 – 0.793 มากกว่า 0.5 ดังนั้นจากค่า CR และค่า AVE แสดงว่าโมเดลนี้มีความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดล

ตารางที่ 2 ค่าสถิติความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การปรับโมเดล	Model	$\chi^2$	$\chi^2/df$	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
0		3257.576	14.102	0.282	0.839	0.817	0.073
1	pla6 with pla5	614.980	3.044	0.111	0.864	0.844	0.066
2	prm2 with prm1	554.956	2.761	0.103	0.884	0.867	0.066
3	pri5 with pri4	515.660	2.578	0.098	0.896	0.880	0.067
4	pla6 with pla4	515.405	2.590	0.098	0.895	0.879	0.067
5	pla5 with pla4	441.580	2.230	0.086	0.920	0.906	0.067

ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) พบว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยไม่มีการปรับโมเดลเพิ่มเติมและได้ค่าสถิติความกลมกลืน คือ  $\chi^2/df = 2.266$ , RMSEA = 0.08, CFI = 0.91, TLI = 0.90 และ SRMR = 0.08 ดังนั้น โมเดลนี้จึงมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับดี และเมื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลพบว่า ค่าความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง ทั้งค่า CR มีค่าระหว่าง 0.838 – 0.949 ซึ่งมากกว่า 0.7 และค่า AVE มีค่าระหว่าง 0.508 – 0.760 มากกว่า 0.5 แสดงดังตารางที่ 3 หมายความว่า โมเดลนั้นนอกจากจะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ยังมีความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของโมเดล เมื่อพิจารณาองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาที่มี 4 องค์ประกอบ และ 22 ตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.410-0.985 แสดงดังตารางที่ 3 และทุกตัวแปรมีความสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่าทุกตัวแปรค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ในระดับที่น่าเชื่อถือและสามารถอธิบายได้อย่างมีความหมาย

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์มี 6 ตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.581 - 0.775 โดยตัวแปรความหลากหลายของอาหารมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด และมีค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.338 - 0.601 โดยตัวแปรความหลากหลายของอาหารสามารถอธิบายองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ได้มากที่สุด คือ ร้อยละ 60.1 และองค์ประกอบด้านราคา มี 5 ตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.614 - 0.840 โดยตัวแปรราคาที่เหมาะสมมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด และมีค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.377 - 0.706 โดยตัวแปรราคาที่เหมาะสมสามารถอธิบายองค์ประกอบด้านราคาได้มากที่สุด คือ ร้อยละ 70.6

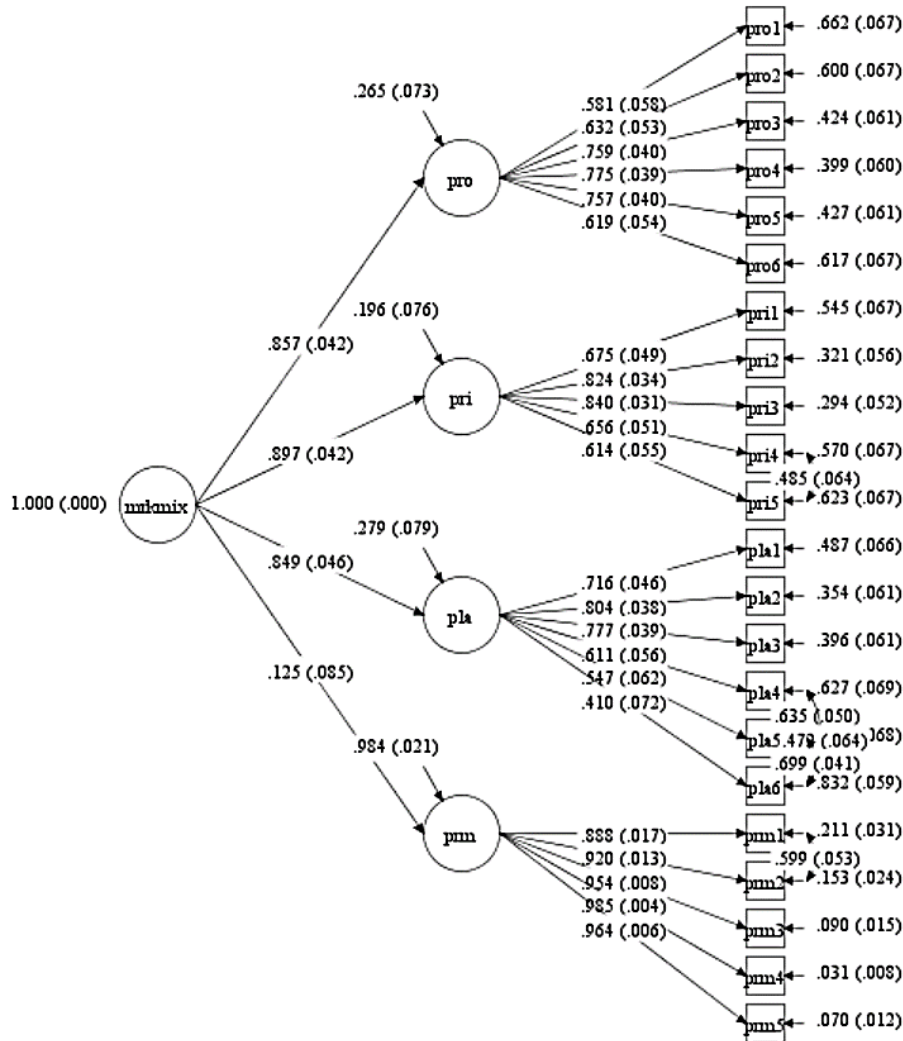
ในส่วนขององค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมี 6 ตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.410 - 0.804 โดยตัวแปรความสะอาดของร้านมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด และมีค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.168 - 0.646 โดยตัวแปรความสะอาดของร้านสามารถอธิบายองค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากที่สุด คือ ร้อยละ 64.6 และองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาดมี 5 ตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.888 - 0.985 โดยตัวแปรประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด และมีค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.789 - 0.969 โดยตัวแปรประชาสัมพันธ์ผ่าน

โปสเตอร์สามารถอธิบายองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาดได้มากที่สุด คือ ร้อยละ 96.9 ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยงตรงและผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแสดงดังตารางที่ 3 และภาพที่ 2

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

องค์ประกอบ/ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ	S.E.	Z	R <sup>2</sup>	CR	AVE
ด้านผลิตภัณฑ์					0.949	0.759
pro1	0.581***	0.058	10.046	0.338		
pro2	0.632***	0.053	11.98	0.400		
pro3	0.759***	0.040	18.893	0.576		
pro4	0.775***	0.039	20.103	0.601		
pro5	0.757***	0.040	18.752	0.573		
pro6	0.619***	0.054	11.477	0.383		
ด้านราคา					0.936	0.748
pri1	0.675***	0.049	13.685	0.455		
pri2	0.824***	0.034	24.380	0.679		
pri3	0.840***	0.031	27.111	0.706		
pri4	0.656***	0.051	12.937	0.43		
pri5	0.614***	0.055	11.219	0.377		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					0.948	0.760
pla1	0.716***	0.046	15.586	0.513		
pla2	0.804***	0.038	21.327	0.646		
pla3	0.777***	0.039	19.693	0.604		
pla4	0.611***	0.056	10.833	0.373		
pla5	0.547***	0.062	8.786	0.299		
pla6	0.410***	0.072	5.708	0.168		
ด้านการส่งเสริมการตลาด					0.838	0.508
prm1	0.888***	0.017	51.398	0.789		
prm2	0.920***	0.013	71.867	0.847		
prm3	0.954***	0.008	118.911	0.910		
prm4	0.985***	0.004	136.964	0.969		
prm5	0.964***	0.006	50.742	0.930		

\*\*\* p < 0.001



ภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

## 6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาระดับของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยศึกษาจากตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 165 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ขั้นต่ำ 100 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด ผลการศึกษาระดับของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีระดับมากที่สุด รองลงมาคือ



ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างจากบางงานวิจัยในอดีตที่ศึกษา ส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ (นราธิป ภัคดีจันทร์, 2558) ทั้งนี้เนื่องจากบริบทของพื้นที่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน จึงทำให้ความคิดเห็นของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันไปด้วย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ โดยงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ เป็นไปตามทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด 4 P's และมีตัวแปรสังเกตได้ 22 ตัวแปร ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 คือ องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร ได้แก่ รสชาติ ประโยชน์ เพียงพอต่อความต้องการ ความหลากหลายของอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบ และความรวดเร็วในการให้บริการ โดยความหลากหลายของอาหารมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวัณกร โภธิสาร และคณะ (2563) ในด้านคุณภาพและความหลากหลาย องค์ประกอบที่ 2 คือ องค์ประกอบด้านราคา ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ ป้ายบอกราคา ความหลากหลายของระดับราคา ราคาที่เหมาะสม ความถูกต้องและรวดเร็วในการชำระเงิน และความสะดวกในการจ่ายเงิน โดยราคาที่เหมาะสมมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวัณกร โภธิสาร, และคณะ (2563) ในด้านความเหมาะสมของราคาและการชำระเงิน องค์ประกอบที่ 3 คือ องค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมี 6 ตัวแปร ได้แก่ ความเหมาะสมของสถานที่ ความสะอาดของร้าน ความปลอดภัยของสถานที่ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ การบริการส่งสินค้า และช่องทางออนไลน์ โดยความสะอาดของร้านมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวัณกร โภธิสาร และคณะ (2563) ในด้านความสะอาดของสถานที่ และองค์ประกอบที่ 4 คือ องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาดมี 5 ตัวแปร ได้แก่ บัตรสะสมแต้ม โปรโมชันส่วนลด ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์ และโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวัณกร โภธิสาร และคณะ (2563) ในด้านบัตรสะสมแต้มและการโฆษณาประชาสัมพันธ์

## 7. ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสตู) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้านควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและนำผลการวิจัยที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดไปพัฒนาแนวทางหรือกลยุทธ์ของธุรกิจในอนาคต ซึ่งจากผลการวิจัยควรเพิ่มปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแจกบัตรสะสมแต้ม มีโปรโมชันส่วนลด

ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์ รวมถึงการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจนำผลการวิจัยไปวิเคราะห์เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้านได้ถูกต้องและตรงประเด็น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน (ข้าวสวย) ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งมีองค์ประกอบของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดจาก 4P's งานวิจัยในอนาคตอาจวิเคราะห์เพิ่มเติมองค์ประกอบเป็น 7P's ในบริบทอื่นหรือสินค้าอื่นๆ รวมถึงศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้านกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารพื้นบ้าน

## 8. เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ โยธานันต์. (2562). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวบ่งชี้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรับส่งพัสดุภัณฑ์. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ*, 10(1), 30-43.
- ณัฐกานต์ รุ่งเรือง, โชติกา นาคประสูต, และธีระพล คุณบุราณ. (2565). การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพรรณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 17(1), 135-146.
- นวัตร โปธิสาร, วิจิตรา โปธิสาร, ศิริทิพย์ พิศวง, จักรกฤษ ใจรัศมี, และพุดผิงษ์ รับจันทร์. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับโอท็อปนวัตกรรมวิถีสู่จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 4(1), 27-37.
- นราธิป ภัคจีจันทร์. (2558). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าโอท็อปของกลุ่มวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 1(2), 55-64.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาคภูมิ ภัควิภาส, และเบญญาภา กันทะวงศ์วาร. (2559). พฤติกรรมและส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(3), 127-139.
- สุวรรณา เขียวภักดี, และชัยณรงค์ ศรีรักษ์. (2564). กลยุทธ์การจัดการภูมิปัญญาขนมไทยในบริบทการส่งเสริมและพัฒนาสู่ชุมชนท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านท่าค้อย จังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 8(2), 90-100.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา. (2563). *รายงานสถิติจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2562*. สงขลา: สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา.
- Wahab, N. A., Hassan, L. F. A., Shahid, S. A. M., & Maon, S. N. (2016). The relationship between marketing mix and customer loyalty in hijab industry: The mediating effect of customer satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 366-371.

- Karim, R., Latip, N. A., Marzuki, A., Haider, S., Nelofar, M., & Muhammad, F. (2021). The impact of 4ps marketing mix in tourism development in the mountain areas: A case study. *Int. J. Econ. Bus. Adm. IJEBA*, 9, 231-245.
- Mohammadi, H., Saghaian, S., & Alizadeh, P. (2018). Prioritization of expanded marketing mix in different stages of the product life cycle: The case of food industry. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 19(5), 993-1003.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis: Pearson new international* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- Son, J., & Jin, B. E. (2019). When do high prices lead to purchase intention? Testing two layers of moderation effects. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(5), 1516-1531.
- Sukamto, R., & Lumintan, D. (2015). The impact of marketing mix towards customer loyalty mediated by customer satisfaction of blackberry Indonesia. *iBuss Management*, 3(2), 316-324.

ผลกระทบของสถานการณ์แพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาต่อผลตอบแทน  
ดัชนีอุตสาหกรรม 8 กลุ่ม ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
THE EFFECTS OF CORONAVIRUS PANDEMIC ON 8 INDUSTRY GROUP  
INDICES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

ต้องพงศ์ พงษ์พานิช<sup>1</sup> ปรัชญา งามจันทร์<sup>2\*</sup> กิตติมา งามวิไลกร<sup>1</sup>  
กุลนาถ ภูธรโคตร<sup>1</sup> เบญจวรรณ ศุภภัทรพร<sup>2</sup> พิชชานันท์ ภาโสภะ<sup>2</sup>  
และ ฐิตาวรรณ อินสะอาด<sup>3</sup>

Thongpong Pongphanich<sup>1</sup> Prajya Ngamjan<sup>2\*</sup> Kittima Ngamvilaikorn<sup>1</sup>  
Kulanart Phutornkotara<sup>1</sup> Benjawan Supapattarapohn<sup>2</sup> Pitchanan Pasopa<sup>2</sup>  
and Thitawan Insa-ad<sup>3</sup>

(Received: October 7, 2022; Revised: December 9, 2022; Accepted: December 16, 2022)

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาต่ออัตราผลตอบแทนของดัชนีอุตสาหกรรม 8 กลุ่ม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้การศึกษาเหตุการณ์เป็นเครื่องมือการทดสอบวิจัยเชิงประจักษ์ งานวิจัยนี้ทำการศึกษาในช่วงเวลาตั้งแต่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 ถึง 2 เมษายน 2563 ผลการศึกษาพบว่าผลกระทบของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อกลุ่มอุตสาหกรรมสองกลุ่ม คือกลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มเทคโนโลยี โดยอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเกินปกติ และอัตราผลตอบแทนสะสมเกินปกติของกลุ่มธุรกิจการเงินมีค่าเป็นลบ ส่วนกลุ่มเทคโนโลยีมีค่าเป็นบวก ซึ่งชี้ให้เห็นว่าภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม แต่ก็ยังคงให้ประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมบางกลุ่ม เช่น กลุ่มเทคโนโลยีที่ยังสามารถสร้างโอกาสให้แก่นักลงทุนในระยะสั้นได้

**คำสำคัญ:** เหตุการณ์ศึกษา ผลตอบแทนดัชนีอุตสาหกรรม ไวรัสโคโรนา

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชีและการเงิน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภาควิชาการบัญชีและการเงิน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\* Corresponding author, E-mail: prachya.ng@ku.th

## Abstract

The aim of this research was to investigate the impact of the coronavirus pandemic on the yields of industry indices of 8 groups on the Stock Exchange of Thailand by using event studies as an empirical research testing tool. The study was conducted in the period from 13 January 2020 to 2 April 2020. The results revealed that the coronavirus pandemic had a statistically significant impact on two industry groups, the financial sector and the technology sector. There was negative impact on the average abnormal returns (AAR) and cumulative abnormal returns (CAR) of the financial sector, while the technology sector was positive. This suggests that under the circumstances of the coronavirus pandemic, the overall economy will be affected. However, it still benefits certain industries such as the technology sector that can still create opportunities for investors in the short term.

**Keywords:** Event Study, Industry Group Indices, COVID-19

## 1. บทนำ

จากการเกิดขึ้นของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงหรือที่เรียกว่าโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus disease 2019: COVID-19) และมีการระบาดใหญ่ทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง ได้สร้างความปั่นป่วนทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562 องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) พบผู้ป่วยติดเชื้อไวรัสโคโรนา รายแรกของโลกที่นครอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ต่อมาในช่วงกลางเดือนมกราคม 2563 เชื้อไวรัสโคโรนาได้แพร่กระจายอย่างรวดเร็วจนเป็นวิกฤตระดับประเทศของจีน ในวันที่ 30 มกราคม 2563 WHO จึงประกาศภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ จนกระทั่งวันที่ 11 มีนาคม 2563 เชื้อไวรัสโคโรนาเกิดการแพร่กระจายไปทั่วโลก ทำให้ WHO ประกาศการระบาดใหญ่ (Pandemic) ซึ่งถือเป็นเหตุการณ์สำคัญระดับโลก การแพร่ระบาดของ COVID-19 ไม่ได้เป็นเพียงวิกฤตด้านสุขภาพของทั่วโลกแต่ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการจำกัดการไหลเวียนของประชากรที่ถูกล็อกตัว การระงับการเดินทางท่องเที่ยวจากต่างประเทศและภายในประเทศ ส่งผลต่อการปิดกิจการของธุรกิจหลายแห่งและความวุ่นวายในตลาดการเงิน เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ รวมไปถึงปฏิกิริยาของราคาและความผันผวนในหุ้นต่างๆ ของตลาดหุ้นทั่วโลก และแนวโน้มทัศนคติทางธุรกิจและการเงินของนักลงทุน

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและส่งผลให้ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกให้เกิดความผันผวน ทำให้นักวิจัยสนใจจำนวนมากการวิจัยภาวะโรคระบาดว่ากระทบต่อภาวะเศรษฐกิจและราคาหุ้นอย่างไร ในงานวิจัยในต่างประเทศที่ผ่านมาพบว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์แต่ละกลุ่มแตกต่างกัน โดยพบว่าข่าวการแพร่ระบาดส่งผล

เชิงบวกต่อราคาหุ้นในกลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม อาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจกลุ่มสุขภาพ แต่กลับส่งผลกระทบต่อหุ้นกลุ่มธนาคาร การขนส่ง และการบริการ (Ramelli & Wagner, 2020; Sayed & Eledum, 2021) สำหรับการศึกษาในประเทศไทยพบว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อหลักทรัพ์ส่วนใหญ่ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพ์แห่งประเทศไทยที่ทำให้ราคาหุ้นลดลง (Panyagometh, 2020) แต่อย่างไรก็ตามบางงานวิจัยพบว่า การแพร่ระบาดของ COVID-19 มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของแต่ละอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพ์แตกต่างกัน (Chalomklang & Chaleampong, 2022) ซึ่งผลการดำเนินงานดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อมูลค่าหุ้นในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาว่ามูลค่าหุ้นในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพ์แห่งประเทศไทยมีปฏิกิริยาอย่างไรต่อเหตุการณ์การแพร่ระบาดทั่วโลกของ COVID-19 โดยใช้เทคนิคการศึกษาเหตุการณ์ (Event Study) เพื่อวัดผลตอบแทนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ภัยพิบัตินี้ในเชิงประจักษ์ และใช้ดัชนีอุตสาหกรรม จำนวน 8 กลุ่ม เป็นตัวแทนหุ้นและกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศไทยในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึง 2 เมษายน 2563 เพื่อให้ครอบคลุมช่วงเวลาที่ยังไม่เกิดเหตุการณ์จนถึงช่วงที่เหตุการณ์ยังดำเนินต่อไป ผลจากการศึกษาจะช่วยให้ทราบว่าทั้ง 8 อุตสาหกรรมมีการตอบสนองต่อเหตุการณ์แพร่ระบาดนี้อย่างไร เพื่อเสนอแนะแนวทางปรับเปลี่ยนน้ำหนักการลงทุนจากกลุ่มธุรกิจหนึ่งไปยังอีกกลุ่มธุรกิจหนึ่ง (Sector Rotation) รวมถึงการจัดสรรพอร์ตโฟลิโอบริหารความเสี่ยงของนักลงทุนเมื่อเกิดเหตุการณ์ในลักษณะนี้ในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่ออัตราผลตอบแทนของหลักทรัพ์ของ 8 กลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพ์แห่งประเทศไทย

## 3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### เหตุการณ์หงส์ดำและตลาดการเงิน

เหตุการณ์หงส์ดำ (black swan) เป็นเหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นน้อยมากแต่หากเกิดขึ้นแล้วจะสร้างความตื่นตระหนกต่อตลาดการเงินและมีความเสียหายอย่างมหาศาลต่อภาคเศรษฐกิจจริง (Nicholas Taleb, 2015) เช่น เหตุการณ์ก่อการร้ายจี้เครื่องบินชนตึกแฝดเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ในนครนิวยอร์ก ในวันที่ 11 กันยายน 2544 ที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก องค์ประกอบของเหตุการณ์หงส์ดำมี 3 ประการ คือ 1) เป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการคาดการณ์โดยปกติ (outliner) หรือไม่มีข้อมูลในอดีตใด ๆ ที่จะบ่งชี้ไปสู่การเกิดขึ้นได้เลย 2) เหตุการณ์นั้นนำมาซึ่งผลกระทบที่ยิ่งใหญ่หรือสร้างความเสียหายอย่างรุนแรง และ 3) เมื่อเกิดขึ้นแล้ว เราจะสามารถกลับไปวิเคราะห์พิจารณาเพื่อหาคำอธิบายของการเกิดเหตุการณ์นั้นได้ นักวิจัยบางคนพบว่าอิทธิพลของความตื่นตระหนกจากความไม่แน่นอนทำให้เกิดความผันผวนในการบริโภค การลงทุน ผลผลิต รวมถึงความผันผวนของตลาดหุ้น (Basu & Bundick, 2017;

Berger, Cerqueiro, & Penas, 2015; Kurmann & Mertens, 2014) นอกจากนี้ยังพบว่าความผันผวนทางการเงินสามารถแพร่ระบาดข้ามตลาดได้หลังจากเกิดภาวะช็อกหรือวิกฤตการณ์ทางการเงินในประเทศหนึ่งๆ (Forbes & Rigobon, 2002) แสดงให้เห็นว่าความตื่นตระหนกจากความไม่แน่นอน นำไปสู่การเคลื่อนไหวทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของราคาหุ้น (King & Soule, 2007)

### การศึกษาเหตุการณ์ของการแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาต่อเศรษฐกิจและตลาดการเงิน

ในปัจจุบันความตื่นตระหนกของการแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19 shock) เป็นประเด็นที่ถูกนำเสนอในสถาบันการศึกษาทางการเงิน (Caballero & Simsek, 2021) เนื่องจากการระบาดใหญ่ส่งผลให้เกิดความตื่นตระหนกต่อการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยี การเงิน เศรษฐกิจ และนโยบายของรัฐบาล (Sharma et al. 2021; Tisdell 2020; Zaremba et al., 2020) จากการลดลงของผลผลิต ภาวะอัตราเงินเฟ้อของต้นทุนการผลิต และการลดลงของอุปสงค์ในธุรกิจบริการบางประเภท นักลงทุนจึงมีแนวโน้มแสดงปฏิกิริยาต่อสถานการณ์ COVID-19 ดังกล่าวโดยจะใช้ความระมัดระวังในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้น (Aslam et al., 2021; Shear et al., 2020) ทำให้นักวิจัยสนใจการวิจัยภาวะโรคระบาดว่ากระทบต่อภาวะเศรษฐกิจและราคาหุ้นอย่างไร หนึ่งในเครื่องมือที่นิยมใช้กันแพร่หลายคือ การศึกษาเหตุการณ์ (event study) จะช่วยให้นักวิจัยเข้าใจว่าปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้นรายบริษัทหรือตลาดโดยรวม เพื่อสร้างกลยุทธ์การลงทุนในการทำกำไรจากผลตอบแทนที่ผิดปกติ

การศึกษาเหตุการณ์ (event study) ที่เสนอโดย Ball and Brown (1968) เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการประเมินผลกระทบของเหตุการณ์ผ่านการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้น แนวคิดพื้นฐานของวิธีนี้คือการค้นหาผลตอบแทนที่ผิดปกติซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ที่กำลังศึกษาโดยการปรับผลตอบแทนที่เกิดจากความผันผวนของราคาในตลาดโดยรวม ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีนักวิจัยนำ event study มาใช้ประเมินผลกระทบจากโรคระบาดที่ส่งต่อตลาดหุ้นเพื่อพยากรณ์และวิเคราะห์ผลกระทบของ COVID-19 โดยใช้หลักการว่าภาวะระบาดของโรคเป็นเหตุการณ์ (event) เช่น Liu et al. (2020) ได้ทดสอบการตอบสนองของตลาดหลักทรัพย์จีนและตลาดเอเชีย จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยวิธี event study และใช้แบบจำลอง Fama and French three-factor model คำนวณหาผลตอบแทนที่ผิดปกติ ในช่วง 10 วันที่ตลาดหลักทรัพย์เปิดทำการหลังจากการระบาดพบว่าผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมเป็นลบ และทดสอบหลักทรัพย์รายอุตสาหกรรมพบว่ากลุ่มไอทีและกลุ่มยารักษาโรคให้ผลตอบแทนผิดปกติสะสมเป็นบวก ในขณะที่กลุ่มท่องเที่ยวและโรงแรมให้ผลตอบแทนผิดปกติสะสมเป็นลบ นักลงทุนที่มีประสบการณ์อาจใช้ข้อมูลตรงนี้ทำการเปลี่ยนอุตสาหกรรมลงทุน (sector rotation) เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ชนะตลาดได้ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ใช้ event study ศึกษาการตอบสนองของตลาดหลักทรัพย์จากการประกาศเหตุการณ์สำคัญ เช่น งานวิจัยของ Al Ali (2020) ใช้วิธี event study และใช้แบบจำลอง Mean-adjusted return และแบบจำลอง Market model ในการคำนวณผลตอบแทนที่ผิดปกติของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย 5 แห่ง ประกอบด้วย Shanghai SE, Nikkei 225, Bombay SE, Hang Seng Index และ KOSPI composite index ผลการศึกษาทั้งสองแบบจำลองพบว่า เมื่อองค์การอนามัย

โลกประกาศ Global pandemic ได้ส่งผลเชิงลบต่อผลตอบแทนที่ผิดปกติอย่างมีนัยสำคัญและยังพบว่าความแตกต่างของอัตราผลตอบแทนช่วงก่อนประกาศและหลังประกาศอย่างมีนัยสำคัญ และในงานวิจัยของ Alam, Alam & Chavali (2020) ได้ใช้วิธี event study ทดสอบผลกระทบของการปิดเมืองในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ว่ามีผลต่อตลาดหลักทรัพย์ของประเทศอินเดียอย่างไร พิจารณาจากอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยโดยใช้แบบจำลอง Market Model กับตัวอย่าง 31 หลักทรัพย์ที่จดทะเบียนใน Bombay Stock Exchange (BSE) ผลการศึกษาพบว่าในช่วงที่ยังปิดเมืองอยู่ ตลาดตอบสนองในเชิงบวกเนื่องจากนักลงทุนคาดว่าสถานการณ์จะดีขึ้นจากการที่จำนวนผู้ติดเชื้อมีโอกาสดลดลง ขณะที่ในช่วงก่อนปิดเมือง (pre-lockdown period) พบอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยที่เป็นลบอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากนักลงทุนไม่มั่นใจกับสถานการณ์กับจำนวนผู้ติดเชื้อที่เพิ่มมากขึ้น

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทยพบการนำวิธีศึกษาเหตุการณ์ (event study) มาใช้ประเมินผลกระทบของเหตุการณ์ผ่านการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้น เช่น Panyagometh (2020) ศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยใช้แบบจำลอง GARCH-M และ event study วิเคราะห์การตอบสนองของราคาหลักทรัพย์และความผันผวนของตลาดในช่วงที่เกิดการระบาด ผลการศึกษาพบว่าหลักทรัพย์ส่วนมากได้รับผลกระทบเชิงลบจากโรคระบาด สาเหตุจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจชะลอตัวด้วยมาตรการควบคุมโรคระบาด เช่น การรักษาระยะห่างทางสังคม การกักตัว และการปิดเมือง แต่มีบางอุตสาหกรรม เช่น ค้าปลีก โดยเฉพาะบริษัทที่กระจายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับยาและอาหารเสริมมีความผันผวนของตลาดสูงกว่าช่วงที่ปกติอย่างมากในช่วง 10 วันที่เกิดเหตุการณ์ (event window) ทำให้นักลงทุนที่มีประสบการณ์สามารถใช้โอกาสจากภาวะความผันผวนนี้สร้างโอกาสทำกำไรได้ นอกจากนี้ Khanthavit (2020) ได้ศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยใช้วิธี event study พบว่าผลตอบแทนของราคาหลักทรัพย์ตอบสนองเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญจากข้อมูลข่าวสารการแพร่ระบาดของโรค เช่น การที่องค์การอนามัยโลกประกาศว่า COVID-19 เป็น Global pandemic แม้ความเสียหายทางเศรษฐกิจยังไม่เกิดขึ้นจริง แต่ช่วงนั้นผลตอบแทนตลาดหลักทรัพย์ได้มีการตอบสนองเชิงลบทันที ส่งผลให้ในอนาคตหากเกิดเหตุการณ์ลักษณะเช่นนี้ขึ้น นักลงทุนที่มีประสบการณ์อาจใช้กลยุทธ์ขายหุ้นที่ถืออยู่แล้วซื้อกลับด้วยต้นทุนที่ถูกลง

ในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาผลกระทบของ COVID-19 กับอัตราผลตอบแทนหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยใช้ดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรม โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้มีการจัดโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group) และหมวดธุรกิจ (Sector) เพื่อให้บริษัทที่ธุรกิจใกล้เคียงกันได้อยู่ในหมวดเดียวกัน และช่วยให้นักลงทุนสามารถเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างบริษัทจดทะเบียนได้ง่ายและสะดวกแก่การนำไปประกอบการตัดสินใจลงทุน 8 กลุ่มเป็นตัวแทนของธุรกิจต่างๆ ประกอบด้วย กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร กลุ่มบริการ และกลุ่มเทคโนโลยี



#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

**ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา** ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้เก็บรวบรวมจากราคาปิดรายวันของดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group) ทั้ง 8 กลุ่ม โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้มีการจัดโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม (industry group) และหมวดธุรกิจ (sector) เพื่อให้บริษัทที่ธุรกิจใกล้เคียงกันได้อยู่ในหมวดเดียวกัน และช่วยให้นักลงทุนสามารถเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างบริษัทจดทะเบียนได้ง่ายและสะดวกแก่การนำไปประกอบการตัดสินใจลงทุน กลุ่มอุตสาหกรรม 8 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (agro & food industry) ประกอบด้วย หมวดธุรกิจการเกษตร (agribusiness) หมวดอาหารและเครื่องดื่ม (food & beverage)
2. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค (consumer products) ประกอบด้วย หมวดแฟชั่น (fashion) หมวดของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน (home & office products) หมวดของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (personal products & pharmaceuticals)
3. กลุ่มธุรกิจการเงิน (financials) ประกอบด้วย หมวดธนาคาร (banking) หมวดเงินทุนและหลักทรัพย์ (finance & securities) หมวดประกันภัยและประกันชีวิต (insurance)
4. กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม (industrial) ประกอบด้วย หมวดยานยนต์ (automotive) หมวดวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร (industrial material & machinery) หมวดบรรจุภัณฑ์ (packaging) หมวดกระดาษและวัสดุการพิมพ์ (paper & printing materials) หมวดปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ (petrochemicals & chemicals) หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์โลหะ (steel)
5. กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (property & construction) ประกอบด้วย หมวดวัสดุก่อสร้าง (construction materials) หมวดบริการรับเหมาก่อสร้าง (construction services) หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (property development) หมวดกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (property fund & REITs)
6. กลุ่มทรัพยากร (resources) ประกอบด้วย หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค (energy & utilities) หมวดเหมืองแร่ (mining)
7. กลุ่มบริการ (services) ประกอบด้วย หมวดพาณิชย์ (commerce) หมวดการแพทย์ (health care services) หมวดสื่อและสิ่งพิมพ์ (media & publishing) หมวดบริการเฉพาะกิจ (professional services) หมวดการท่องเที่ยวและสันทนาการ (tourism & leisure) หมวดขนส่งและโลจิสติกส์ (transportation & logistics)
8. กลุ่มเทคโนโลยี (technology) ประกอบด้วย หมวดชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (electronic components) หมวดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (information & communication technical)

**ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล** ใช้ช่วงเวลาในการเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึง 2 เมษายน 2563 เพื่อให้ครอบคลุมช่วงเวลาที่ยังไม่เกิดเหตุการณ์จนถึงช่วงที่เหตุการณ์ยังดำเนินต่อไป โดยได้แบ่งช่วงเวลาตามการศึกษาเหตุการณ์ดังนี้

**การกำหนดวันที่เกิดเหตุการณ์ (event date)** งานวิจัยนี้กำหนดวันที่เกิดเหตุการณ์คือวันที่ 13 มกราคม 2563 เนื่องจากวันอาทิตย์ที่ 12 มกราคม 2563 ประเทศไทยได้พบผู้ป่วย COVID-19 รายแรกที่เป็นหญิงชาวจีนอายุ 61 ปี แต่ตลาดหุ้นไม่เปิดวันอาทิตย์ จึงใช้วันจันทร์ 13 มกราคม 2563 เป็น event date

**ช่วงประมาณการ (estimation period)** เนื่องจากไม่มีกฎตายตัวในการระบุช่วงประมาณการ งานวิจัยที่ผ่านมา เช่น Brown and Warner (1985) ได้แนะนำให้ใช้ 120 วันก่อนวันเกิดเหตุการณ์ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงใช้ช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562-12 มกราคม 2563 รวมเป็นเวลา 135 วันเป็นช่วงเวลาก่อนเกิดเหตุการณ์ ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ Singh et al. (2020) ที่ศึกษาผลกระทบของโรคระบาดกับผลตอบแทนของหุ้น โดยใช้ช่วงเวลา 150 วันก่อนวันเกิดเหตุการณ์

**ช่วงที่เกิดเหตุการณ์ (event window หรือ observation period)** ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 13 มกราคม 2563-2 เมษายน 2563 รวมเป็นเวลา 80 วัน เป็นช่วงที่เกิดเหตุการณ์ เนื่องจากเห็นว่าหากมีเหตุการณ์สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียน ราคาหุ้นของบริษัทจดทะเบียนนั้นจะค่อยๆ ใช้เวลาในการสะท้อนข้อมูลข่าวสาร ไม่ได้ตอบสนองโดยทันที โดยเฉพาะเป็นเหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (โรคใหม่) ก็ยากที่จะประเมินผลกระทบมาได้ทันที สอดคล้องกับมุมมองของ Fama (1991) กล่าวว่าหากใช้ event window ช่วงระยะเวลาที่สั้นจะช่วยบรรเทาผลกระทบจากข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่สนใจศึกษา

### วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นวิเคราะห์ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่ออัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของ 8 กลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แนวคิด event study ของ Ball and Brown (1968) คือการทดสอบว่าการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจทำให้เกิดผลตอบแทนที่สูงกว่าปกติ (abnormal return: AR) หรือไม่ ซึ่งจะทดสอบอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติเฉลี่ยในช่วงเวลาที่ศึกษา (average abnormal return: AAR) และทดสอบอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติสะสมในช่วงเวลาที่ศึกษา (cumulative abnormal return: CAR) เพื่อทำการทดสอบตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (Semi-strong form efficient market) การเกิด AR จะเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน Semi-strong form efficient market

### การทดสอบสมมติฐาน

#### 1) การทดสอบสมมติฐาน Abnormal Return (AR)

$H_0$ : ไม่มีผลตอบแทนเกินปกติ ณ เวลา  $t$  หรือ  $AR_{it} = 0$

$H_1$ : มีผลตอบแทนเกินปกติ ณ เวลา  $t$  หรือ  $AR_{it} \neq 0$

#### 2) การทดสอบสมมติฐาน Average Abnormal Return (AAR)

$H_0$ : ไม่มีผลตอบแทนเฉลี่ยเกินปกติของช่วงเวลา  $\tau$  หรือ  $AAR_{i\tau} = 0$

$H_1$ : มีผลตอบแทนเฉลี่ยเกินปกติของช่วงเวลา  $\tau$  หรือ  $AAR_{i\tau} \neq 0$

ผลตอบแทนเฉลี่ยเกินปกติของช่วงเวลา  $\tau$  คำนวณได้ด้วย

$$AAR_{i\tau} = \frac{1}{N} \sum_{t=1}^N AR_{it}$$

โดยที่  $\tau = T_1 + 1, \dots, T_2$  และ  $N$  คือจำนวนเหตุการณ์ในช่วงเวลา  $\tau$

### 3) การทดสอบสมมติฐาน Cumulative Abnormal Return (CAR)

$H_0$ : ไม่มีผลตอบแทนเฉลี่ยเกินปกติสะสมของช่วงเวลา  $\tau$  หรือ

$$CAR_i(\tau_1, \tau_2) = 0$$

$H_1$ : มีผลตอบแทนเฉลี่ยเกินปกติสะสมของช่วงเวลา  $\tau$  หรือ

$$CAR_i(\tau_1, \tau_2) \neq 0$$

โดยที่ CAR ของช่วงเวลา  $\tau_1$  ถึง  $\tau_2$  ( $T_1 < \tau_1 \leq \tau_2 \leq T_2$ )

$$\text{คำนวณได้ดังนี้ } CAR_i(\tau_1, \tau_2) = \sum_{t=\tau_1}^{\tau_2} AR_{it}$$

#### การคำนวณอัตราผลตอบแทนเกินปกติ (Abnormal Return: AR)

สามารถคำนวณได้จากผลต่างระหว่างผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริง (actual return) กับผลตอบแทนปกติหรืออัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง (expected return หรือ normal return)

$$AR_{it} = R_{it} - E[R_{it}]$$

โดยที่  $AR_{it}$  = อัตราผลตอบแทนเกินปกติของดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรม ณ เวลา  $t$  โดยใช้ราคาปิดรายวัน

$R_{it}$  = ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงของดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรม ณ เวลา  $t$  โดยใช้ราคาปิดรายวัน

$E[R_{it}]$  = อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรม ณ เวลา  $t$  โดยใช้ราคาปิดรายวัน

#### การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของหลักทรัพย์จาก Market Model

วิธีหา abnormal return ที่คำนวณ จาก market model เป็นวิธีที่นิยมใช้เนื่องจากมีประสิทธิภาพในการคำนวณ AR สูงกว่าวิธีอื่นๆ วิธีนี้มีสมมติฐานว่าผลตอบแทนของหลักทรัพย์กับปัจจัยตลาดมีความสัมพันธ์กัน จึงนำความสัมพันธ์เหล่านั้นมาสร้างแบบจำลองตลาดเพื่อประมาณผลตอบแทนที่คาดหวัง จากนั้นเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงกับอัตราผลตอบแทนของตลาดที่ปรับความเสี่ยงแล้ว

$$AR_{it} = R_{it} - (\hat{\alpha}_i + \hat{\beta}_i R_{m,t})$$

โดยที่  $\hat{\alpha}_i$  และ  $\hat{\beta}_i$  คือ parameters ที่คำนวณได้จากสมการถดถอยของอัตราผลตอบแทนของตลาดที่ปรับด้วยความเสี่ยงคำนวณแล้วดังนี้

$$E(R_{i,t}) = \hat{\alpha}_i + \hat{\beta}_i R_{m,t} + \varepsilon_t$$

โดยที่  $R_{i,t}$  = อัตราผลตอบแทนของดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรม เป็นตัวแปรตาม

$R_{m,t}$  = อัตราผลตอบแทนของตลาด ณ วันที่  $t$  เป็นตัวแปรต้น

$\varepsilon_t$  = stochastic disturbance

## 5. ผลการวิจัย

รายงานผลของ AR, AAR และ CAR ของดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 8 กลุ่ม โดย AR (event date) รายงานการเกิด abnormal return ณ วันเกิดเหตุการณ์ (13 มกราคม 2563) แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลตอบแทนที่สูงกว่าปกติ (AR) อัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติเฉลี่ย (ARR) และอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติสะสมใน (CAR) ของดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 8 กลุ่ม

Industry Index	AR (Event date)	AAR	CAR
AGRO	0.00563	0.00144	0.08377
CONSUM	0.00095	-0.00099	-0.05764
FINCIAL	-0.00302	-0.00214**	-0.12397**
INDUS	-0.02450**	0.00249	0.14464
PROPCON	0.00234	0.00015	0.00895
RESOURC	0.00739	-0.00027	-0.01579
TECH	-0.00178	0.00358***	0.20767***
SERVICE	-0.00301	-0.00067	-0.03888

Standardized beta coefficients, \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.10

จากตารางที่ 1 พบว่า มีอุตสาหกรรมเดียวที่เกิดการลดลงอัตราผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5 คือ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม ในด้านของ AAR และ CAR พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน มีอัตราผลตอบแทนเกินปกติเฉลี่ยที่ -0.00214 และมีอัตราผลตอบแทนเกินปกติสะสมที่ -0.12397 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5 และ พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจเทคโนโลยี มีอัตราผลตอบแทนเกินปกติเฉลี่ยที่ 0.00358 และมีอัตราผลตอบแทนเกินปกติสะสมที่ 0.20767 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 1 ซึ่งผลจากการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินได้รับผลกระทบเชิงลบจาก โควิด 19 ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจเทคโนโลยีได้รับผลดีจากการเกิด โควิด 19 ทำให้เกิดทั้งอัตราผลตอบแทนเกินปกติเฉลี่ยและอัตราผลตอบแทนเกินปกติสะสม ในด้านกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นพบว่า มีทั้ง AAR และ CAR ที่เป็นบวกและลบแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

## 6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ event study เพื่อศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่ออัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของ 8 กลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ช่วงเวลาในการเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 ถึง 2 เมษายน 2563 เพื่อให้ครอบคลุมช่วงเวลาที่ยังไม่เกิดเหตุการณ์จนถึงช่วงที่เหตุการณ์ยังดำเนินต่อไป ผลการศึกษาพบว่าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 2) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 3) กลุ่มธุรกิจการเงิน 4) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 5) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 6) กลุ่มทรัพยากร

7) กลุ่มบริการ และ 8) กลุ่มเทคโนโลยี ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาแตกต่างกัน

ดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติเฉลี่ย (AAR) และอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติสะสม (CAR) เป็นบวกในช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ ได้แก่ กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติเฉลี่ย (AAR) และอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติสะสม (CAR) เป็นลบในช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มบริการ โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ กลุ่มเทคโนโลยี และกลุ่มธุรกิจการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu et al. (2020) ที่พบว่าตลาดหลักทรัพย์จีนและตลาดเอเชียมีการตอบสนองต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในช่วง 10 วันที่ตลาดหลักทรัพย์เปิดทำการหลังจากการระบาด โดยเฉพาะดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรมไอทีและกลุ่มอุตสาหกรรมยารักษาโรคที่มีผลตอบแทนผิดปกติสะสมเป็นบวก สาเหตุเนื่องมาจากอุตสาหกรรมเหล่านี้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากโรคระบาดสวนทางกับหลายอุตสาหกรรม การระบาดของ COVID-19 กลายเป็นตัวเร่งให้อุตสาหกรรมมีอัตราเติบโตอย่างก้าวกระโดด จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้นในการทำงานและการเรียน โดยเฉพาะในช่วงล็อกดาวน์ ในขณะที่กลุ่มธุรกิจการเงินได้รับผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Huber, Huber, and Kirchler (2021) และ Yang and Yang (2021) ที่พบว่าการระบาดใหญ่ของ COVID-19 มีผลกระทบต่อภาคธนาคารอย่างมีนัยสำคัญ อันสืบเนื่องมาจากการลดลงของผลผลิต การผลิต อัตราเงินเฟ้อของต้นทุนการผลิต และการลดลงของอุปสงค์สำหรับบริการบางอย่าง รวมถึงแนวโน้มเชิงลบในอุปสงค์และอุปทานของแรงงานที่ส่งผลเสียต่อฐานะทางการเงินของภาคธุรกิจและภาคครัวเรือนซึ่งเป็นลูกค้าหลักของภาคธนาคารแย่งอย่างเห็นได้ชัด (Satif et al., 2021)

## 7. ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ลงทุน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจทั้งในประเทศและทั่วโลกประเทศเกิดความเสียหายเป็นอย่างมาก รวมไปถึงการส่งผลกระทบต่อดัชนีหลักทรัพย์ในตลาดทุนที่ลดลงในภาพรวม แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายอุตสาหกรรมการตอบสนองต่อสถานการณ์การแพร่กระจายของระบาดกลับมีความแตกต่างกัน นักลงทุนจึงควรใช้ความระมัดระวังในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้น การค้นหาอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติเฉลี่ย (AAR) และอัตราผลตอบแทนเกินกว่าปกติสะสม (CAR) เป็นข้อมูลสำคัญอีกข้อมูลหนึ่งที่นักลงทุนควรพิจารณา นักลงทุนสามารถใช้โอกาสจากภาวะความผันผวนนี้สร้างโอกาสทำกำไรได้จากการใช้กลยุทธ์ sector rotation คือการขายหุ้นที่ถืออยู่แล้วซื้อกลับด้วยต้นทุนที่ถูกลง จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าหาก ผู้ลงทุนทำการลงทุนเพิ่มในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มี AAR

และCAR เป็นบวกในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ เช่น กลุ่มเทคโนโลยี รวมทั้งหลีกเลี่ยงการลงทุนกลุ่มอุตสาหกรรมที่มี AAR และ CAR เป็นลบ เช่น กลุ่มธุรกิจการเงิน จะสามารถสร้างผลตอบแทนเกินกว่าปกติได้

#### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

การศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาเจาะจงเป็นรายหมวดธุรกิจ (sector) ทั้ง 28 หมวด เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบในแต่ละหมวด และอาจพิจารณาทดสอบวัน event date ของการเกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่แตกต่างกัน เช่น วันที่ 15 มกราคม 2563 ที่ยืนยันว่าพบผู้ป่วยคนไทยรายแรกที่เดินทางกลับจากประเทศจีน หรือ วันที่ 12 มีนาคม 2563 ซึ่งเป็นวันที่ WHO ประกาศว่า COVID-19 เป็นโรคระบาดใหญ่ของโลก

### 8. เอกสารอ้างอิง

- AlAli, M. S. (2020). The effect of who COVID-19 announcement on Asian Stock Markets returns: an event study analysis. *Journal of Economics and Business*, 3(3).
- Alam, M. N., Alam, M. S., & Chavali, K. (2020). Stock market response during COVID-19 lockdown period in India: An event study. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 131-137.
- Aslam, F., Ferreira, P., Mughal, K. S., & Bashir, B. (2021). Intraday volatility spillovers among European financial markets during COVID-19. *International Journal of Financial Studies*, 9(1), 5.
- Ball, R., & Brown, P. (1968). An empirical evaluation of accounting income numbers. *Journal of accounting research*, 159-178.
- Basu, S., & Bundick, B. (2017). Uncertainty shocks in a model of effective demand. *Econometrica*, 85(3), 937-958.
- Berger, A. N., Cerqueiro, G., & Penas, M. F. (2015). Market size structure and small business lending: Are crisis times different from normal times?. *Review of Finance*, 19(5), 1965-1995.
- Brown, S. J., & Warner, J. B. (1985). Using daily stock returns: The case of event studies. *Journal of financial economics*, 14(1), 3-31.
- Caballero, R. J., & Simsek, A. (2021). A model of endogenous risk intolerance and LSAPs: asset prices and aggregate demand in a “COVID-19” shock. *The Review of Financial Studies*, 34(11), 5522-5580.
- Chalomklang, C., & Chaleampong, P. (2022). Coronavirus disease 2019 and the performance of companies listed on the Stock Exchange of Thailand (SET). *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 16(2), 125-134.

- Fama, E. F. (1991). Efficient capital markets: II. *The journal of finance*, 46(5), 1575-1617.
- Forbes, K. J., & Rigobon, R. (2002). No contagion, only interdependence: measuring stock market comovements. *The journal of Finance*, 57(5), 2223-2261.
- Huber, C., Huber, J., & Kirchler, M. (2021). Market shocks and professionals' investment behavior—evidence from the covid-19 crash. *Journal of Banking & Finance*, 133, 106247.
- Khanthavit, A. (2020). World and national stock market reactions to COVID-19. *ABAC Journal*, 40(2).
- King, B. G., & Soule, S. A. (2007). Social movements as extra-institutional entrepreneurs: The effect of protests on stock price returns. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 413-442.
- Kurmann, A., & Mertens, E. (2014). Stock prices, news, and economic fluctuations: Comment. *American Economic Review*, 104(4), 1439-45.
- Liu, H., Wang, Y., He, D., & Wang, C. (2020). Short term response of Chinese stock markets to the outbreak of COVID-19. *Applied Economics*, 52(53), 5859-5872.
- Nicholas Taleb, N. A. S. I. M. (2015). The black swan: The impact of the highly improbable. *Victoria*, 250, 595-7955.
- Panyagometh, K. (2020). The effects of pandemic event on the stock exchange of Thailand. *Economies*, 8(4), 90.
- Ramelli, S., & Wagner, A. F. (2020). Feverish stock price reactions to COVID-19. *The Review of Corporate Finance Studies*, 9(3), 622-655.
- Sayed, O. A., & Eledum, H. (2021). The short-run response of Saudi Arabia stock market to the outbreak of COVID-19 pandemic: An event-study methodology. *International Journal of Finance & Economics*.
- Sharma, G. D., Tiwari, A. K., Jain, M., Yadav, A., & Erkut, B. (2021). Unconditional and conditional analysis between covid-19 cases, temperature, exchange rate and stock markets using wavelet coherence and wavelet partial coherence approaches. *Helijon*, 7(2), e06181.
- Shear, F., Ashraf, B. N., & Sadaqat, M. (2020). Are investors' attention and uncertainty aversion the risk factors for stock markets? International evidence from the COVID-19 crisis. *Risks*, 9(1), 2.

- Singh, B., Dhall, R., Narang, S., & Rawat, S. (2020). The outbreak of COVID-19 and stock market responses: An event study and panel data analysis for G-20 countries. *Global Business Review*, 0972150920957274.
- Tisdell, C. A. (2020). Economic, social and political issues raised by the COVID-19 pandemic. *Economic analysis and policy*, 68, 17-28.
- Yang, J., & Yang, C. (2021). Economic policy uncertainty, COVID-19 lockdown, and firm-level volatility: evidence from China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 68, 101597.
- Zaremba, A., Aharon, D. Y., Demir, E., Kizys, R., & Zawadka, D. (2021). COVID-19, government policy responses, and stock market liquidity around the world: A note. *Research in International Business and Finance*, 56, 101359.



## การกำหนดความรับผิดทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่แอบตีปาราชิก

### กรณีอวดอุตริมนุสธรรม

## DETERMINING THE CRIMINAL LIABILITY AGAINST BUDDHIST MONKS IN THE CASE OF THE SENATOR FROM THE PRETENDING POWER OVER NATURAL PERSONS

พีรพจน์ ปิ่นทองดี<sup>1</sup> นิรันตร์ ทรงนิรันตร์<sup>2</sup> ศิริลักษณ์ ประสันแพงศรี<sup>3</sup>

ชาติชาย วิริยะเจริญกิจ<sup>2</sup> และ ปรีชาวัชร เศรษฐภัทรไพศาล<sup>2\*</sup>

Phiraphot Pinthongdee<sup>1</sup> Nirun Throngnirun<sup>2</sup> Siriluk Prasunpangsri<sup>3</sup>

Chatchay Wiriyajaroenkit<sup>2</sup> and Preechawach Savetphataraphaisan<sup>2</sup>

(Received: July 18, 2022; Revised: November 16, 2022; Accepted: December 16, 2022)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเป็นมาของการแอบตีปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสธรรม 2) ศึกษากฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับการกระทำความผิดของพระสงฆ์ภายใต้พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 3) กำหนดความรับผิดทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่ประพฤติผิดกรณีอวดอุตริมนุสธรรม ประเทศไทยยังไม่มีข้อกำหนดโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่แอบตีปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสธรรม จึงทำให้พระสงฆ์บางรูปจงใจละเมิดพระวินัยและไม่เกรงกลัวต่อกฎหมายบ้านเมือง พฤติกรรมดังกล่าวทำให้ผู้คนเสื่อมศรัทธาในพุทธศาสนา จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงหลักความรับผิดทางอาญาของพระสงฆ์ที่แอบตีปาราชิก กรณีอวดอุตริมนุสธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดโทษเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์สังคมในปัจจุบัน จากการวิจัยพบว่า การอวดอุตริมนุสธรรมของพระสงฆ์มีโทษคือ แอบตีปาราชิก มีผลให้พระสงฆ์นั้นขาดจากความเป็นพระและไม่สามารถกลับมาบวชได้อีก ในยุคสมัยกฎหมายตราสามดวงได้มีการบัญญัติความผิดของพระสงฆ์ในกรณีอวดอุตริมนุสธรรมไว้ในกฎหมายบ้านเมือง ภายหลังได้มีการยกเลิกบทบัญญัติดังกล่าว เมื่อพระสงฆ์กระทำผิดจึงได้รับเพียงโทษตามพระวินัยเท่านั้น แต่ไม่มีโทษตามกฎหมายฝ่ายบ้านเมือง ดังนั้น เพื่อเป็นการปกป้องคุ้มครองพุทธศาสนา จึงควรแก้ไขกฎหมายให้มีความผิดและโทษทางอาญา จึงจะทำให้เกิดความเกรงกลัวต่อการกระทำที่ไม่เหมาะสม และสามารถรักษาพุทธศาสนาให้อยู่ในความศรัทธาของพุทธศาสนิกชนได้

**คำสำคัญ:** ความรับผิดทางอาญา พระสงฆ์ แอบตีปาราชิก

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาศิลปศาสตร์ (โครงการจัดตั้งภาควิชาสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาสังคมศาสตร์และพลศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>3</sup> อาจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\* Corresponding author, E-mail: preechawach.s@ku.th

## Abstract

This study aims to 1) investigate the history of the alleged offenses committed by Dhamma Vijaya; 2) study the law and regulations concerning the offense of monks under the Buddhist Sangha Act, B.E.2505; and 3) impose criminal liability on monks who misbehave. Thailand has not yet imposed criminal penalties on monks Pārājika and Buddhist monks deliberately violate the Vinaya. Thus, some monks deliberately violated the discipline and were fearless of the laws of the city. Such behavior causes people to lose faith in Buddhism. Therefore, it is necessary to study the principles of criminal liability of the monks who violate the rule to guide the imposition of penalties appropriately and in accordance with the current social situation. The results indicated that the monk's boasting of the Dharma utrimnus is punishable. As a result, the monks were absent from monasticism and could not return to ordination. In the past, this offense was defined in the civil law. Such provision was later repealed. When a monk commits an offense, he is only punished according to the discipline. In order to protect Buddhism, the law should be amended to include criminal offences and penalties, thus causing fear of abusive acts, and being able to keep Buddhism within the Buddhist faith.

**Keywords:** criminal liability, monk, Pārājika

## 1. บทนำ

คำว่า “อุตริมนุสสรรม” คือ คุณอย่างยิ่งยวดของมนุษย์ ได้แก่ ธรรมวิเศษ มีการสำเร็จฉะฉาน สำรวมมรรคผล เป็นต้น ดังนั้น การอวดอุตริมนุสสรรม ก็ย่อมหมายถึง การอวดตนว่าได้บรรลุเป็นพระอรหันต์ ตั้งแต่ชั้นพระโสดาบันขึ้นไป (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542) บทลงโทษพระสงฆ์ในสมัยพุทธกาลในพระวินัยว่า ภิกษุรูปใดอวดอุตริมนุสสรรม ถือว่าภิกษุรูปนั้นต้องอาบัติปาราชิกและขาดจากความเป็นพระภิกษุไม่สามารถกลับมาบวชได้อีก ส่วนการกำหนดโทษฝ่ายบ้านเมืองตั้งแต่สมัยโบราณฝ่ายอาณาจักรได้วางบทลงโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์ ดังปรากฏในกฎพระสงฆ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกฎหมายตราสามดวง (กฎหมายตราสามดวง, 2506) โดยกฎหมายในอดีตมีการตราบทบัญญัติเพื่อเป็นการลงโทษบุคคลที่ทำให้พระพุทธศาสนาเศร้าหมอง และเป็นที่หาประโยชน์ทางด้านวัตถุหรือทรัพย์สินเงินทองจากการบวชเป็นพระสงฆ์ซึ่งกฎหมายตราสามดวง (Three Seale Code) ในสมัยรัชกาลที่ 1 ได้สืบทอดมาจนถึงรัชสมัยในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้มีการตรากฎหมายต่างๆ ขึ้น โดยใช้ร่างกฎหมายจากแนวคิดประเทศตะวันตกเกี่ยวกับโทษและความผิดทางอาญา จึงทำให้บทบาทของกฎหมายตราสามดวง (Three Seale Code) ต้องยุติบทบาทไป แต่พระสงฆ์ก็ยังต้องปฏิบัติตามศีลและพระปาฏิโมกข์ (เปลื้อง ณ นคร พจนานุกรมแปลไทยเป็นไทย (ฉบับราชบัณฑิตยสถาน)

ในปัจจุบันมีปัญหาที่พบก็คือการปฏิบัติตัวที่ไม่เหมาะสมของพระสงฆ์บางรูป ปฏิบัติตัวไม่คำนึงถึงข้อห้ามตามพระธรรมวินัยคือการอวดอุตริมนุชยธรรม เพื่อให้ได้มาซึ่งชื่อเสียงและลาภสักการะ อันเป็นช่องทางทำไปสู่การได้มาซึ่งทรัพย์สินและวัตถุทางโลก จนทำให้พุทธศาสนิกชนบางส่วนบางกลุ่มไม่ให้ความสนใจหลักธรรมคำสอนของพระบรมศาสดาแต่ไปให้ความสนใจในอิทธิปาฏิหาริย์หรือเกิดความงมงายขึ้นในสังคม การอวดอุตริมนุชยธรรมนั้นถือเป็นความผิดร้ายแรง โดยต้องอาบัติปาราชิก ขาดจากความเป็นพระ ซึ่งการอาบัติปาราชิก เรียกว่า ครุอาบัติ คืออาบัติหนัก (พระธรรมปิฎก ป.อ.ปยุตโต, 2538) ที่จะต้องขาดจากความเป็นพระที่ไม่สามารถกลับมาบวชได้อีก (ในพุทธศาสนาการตั้งโทษอาบัติปาราชิก มี 4 ประการ คือ 1) เสพเมถุน 2) ลักทรัพย์มีมูลค่าตั้งแต่ 5 มาสก ขึ้นไป, มาตรการเงินในครั้งโบราณ 5 มาสก เป็น 1 บาท 3) ข่มขืน และ 4) อวดอุตริมนุชยธรรม ซึ่งเดิมการอวดอุตริมนุชยธรรม ถือเป็นความผิดตามกฎหมายบ้านเมืองดั้งเดิมจะเห็นได้จากกฎของพระสงฆ์ ที่เป็นส่วนหนึ่งของกฎหมายตราสามดวง (2506) กล่าวคือกฎพระสงฆ์ ข้อที่ 5 ภายหลังเมื่อมีการแก้ไขกฎหมายลักษณะอาญา เพื่อให้สอดคล้องตามยุคสมัยตามแบบตะวันตก คือ การร่างประมวลกฎหมายอาญาออกมาบังคับใช้ ในประเทศไทยยังไม่มีกำหนดบทบัญญัติกรณีที่ถูกอวดอุตริมนุชยธรรมแล้วต้องอาบัติปาราชิกเป็นความผิดทางอาญา จึงเป็นผลให้พระภิกษุที่ขาดจากการเป็นพระแล้วสามารถดำรงชีวิตในสังคมอย่างปกติสุข โดยไม่ต้องรับผิดชอบต่อผิดกฎหมายบ้านเมืองใดๆ ทั้งที่บุคคลดังกล่าวเป็นผู้ทำลายศีลธรรมและจารีตประเพณีอันดีงามของสังคมไทย ประกอบกับเป็นการสร้างความงมงายให้กับประชาชนโดยทั่วไป และพฤติกรรมเหล่านี้ยังทำให้ผู้ประพฤติดังกล่าวไม่เกรงกลัวเพราะขาดมาตรการการลงโทษโดยกฎหมายฝ่ายบ้านเมือง

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางการกำหนดความรับผิดชอบของพระสงฆ์ที่ประพฤติดังกล่าวในกรณีอวดอุตริมนุชยธรรม และเพื่อเป็นกลไกป้องกันและลงโทษผู้ที่ประพฤติดังกล่าว อันนำมาซึ่งความมัวหมองของพุทธศาสนาและความศรัทธาของพุทธศาสนิกชนในปัจจุบัน เพื่อให้ทราบถึงสภาพบังคับของกฎหมายไทย อันเกี่ยวกับการกระทำความผิดของพระสงฆ์ในกรณีการอวดอุตริมนุชยธรรม ตลอดจนพัฒนาการเกี่ยวกับการกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อันจะเป็นเหตุผลสำคัญเพื่อนำไปสู่แนวทางการกำหนดโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์ให้เกิดความเหมาะสมกับสถานการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาวิจัยเพื่อนำไปสู่การสร้างกลไกป้องกันและลงโทษพระสงฆ์ที่ประพฤติดังกล่าวหรือมีเจตนาที่ละเมิด พระธรรมวินัย อันนำมาซึ่งความมัวหมองของพุทธศาสนาและความเสื่อมศรัทธาของพุทธศาสนิกชนในปัจจุบัน ประโยชน์จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะทำให้พุทธศาสนิกชนทั่วไปได้ทราบประวัติความเป็นมาของการอาบัติปาราชิกกรณีการอวดอุตริมนุชยธรรมตาม พระธรรมวินัยและเผยแพร่ปัญหาที่สำคัญทราบ และเป็นฐานข้อมูลให้หน่วยงานทางพระพุทธศาสนา สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ มหาเถรสมาคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาแก้ไขกฎหมายเพื่อกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่ประพฤติดังกล่าวและให้ได้รับโทษตามกฎหมายฝ่ายบ้านเมืองเพื่อเป็นแนวทางกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่ประพฤติดังกล่าวเกี่ยวกับกรอวดอุตริมนุชยธรรม

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของการอาบัติปาราชิกกรณีการอวดอุตริมนุสธรรมตามพระธรรมวินัย
2. เพื่อศึกษากฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับการกระทำความผิดของพระสงฆ์ภายใต้บทบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505
3. เพื่อเป็นแนวทางกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่ประพฤติดิถีกรณีการอวดอุตริมนุสธรรม

## 3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาแนวทางการกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิก สามารถสรุปความเป็นมาของการอาบัติปาราชิกกรณีการอวดอุตริมนุสธรรมตามพระธรรมวินัย หลักเกณฑ์แห่งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่ประพฤติดิถีตามพระธรรมวินัย โดยจะนำเสนอผลการศึกษาออกไป 3 ส่วน ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่ประพฤติดิถีตามพระธรรมวินัย

### 3.1 การอาบัติปาราชิกในพระธรรมวินัย

#### 1) ความหมายและลักษณะของการอาบัติปาราชิกในพุทธศาสนา

คำว่า “ปาราชิก” สันนิษฐานว่าแปลว่า “ผู้แพ้” อาจหมายถึง “ผู้แพ้แก่วิถีชีวิตการเป็นภิกษุในพระพุทธศาสนา” ปาราชิกเป็นอาบัติขั้นที่ร้ายแรงที่สุด ภิกษุไม่ว่ารูปใด ถ้าหากอาบัติถึงขั้นปาราชิกแล้วจะสิ้นสภาพการเป็นภิกษุทันที แม้ว่าจะยังครองผ้าเหลืองหรือปฏิบัติตนอย่างภิกษุอื่นๆ อยู่ก็ตาม ภิกษุที่รู้ตนเองว่าอาบัติปาราชิกแล้วสามารถลาสิกขาไปใช้ชีวิตอยู่อย่างฆราวาสทั่วไปได้ แต่หากยังคงถือครองผ้าเหลืองหลอกให้ผู้คนกราบไหว้อยู่อีก ก็จะเป็นบาปพหุหน้าที่พอกพูนขึ้นเรื่อยๆ ข้อห้ามทั้งหลายจึงถูกบัญญัติขึ้นเป็นพระวินัย ห้ามมิให้ภิกษุทำผิดพระวินัยเรียกว่า “อาบัติ” พระภิกษุที่อาบัติต้องรับโทษหนัก

เบาตามความรุนแรงของอาบัติที่กระทำ พระพุทธเจ้าได้ทรงบัญญัติชั้นความผิดที่รุนแรงมากขึ้นตามลำดับ (ปัญญา ใช้บางยาง และคณะ, 2548) ดังนี้ คือ ความผิดขั้นสูงสุด เรียกว่า ปาราชิก ชั้นรองลงมาตามลำดับ คือ สังฆาทิเสส อนิยต นิสสัคคียปาจิตตีย์ ปาจิตตีย์ ปาฏิเทสนียะ แต่ละชั้นมีจำนวนและรายละเอียดต่างกันไป แต่รวมแล้วเป็นข้อห้ามทั้งหมด 227 ข้อ การไม่ทำสิ่งที่ทรงห้ามทั้ง 227 ข้อ ก็คือการรักษาศีล 227 ข้อ ที่พระภิกษุทุกรูปต้องถือปฏิบัติให้เคร่งครัดนั่นเอง

อาบัติ ก็คือ โทษที่เกิดจากการล่วงละเมิดสิกขาบทหรือข้อห้ามแห่งภิกษุ เรียกรวมการละเมิดสิกขาบทหรือข้อห้ามนั้นว่า ต้องอาบัติ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2538) โดยคำว่า อาบัติ มาจากภาษาบาลีว่า อาปตติ หมายถึง “การทำผิดทางวินัยของพระสงฆ์” พระพุทธเจ้าได้ทรงบัญญัติวินัยแก่พระภิกษุสงฆ์ไว้เป็นสิกขาบท 150 ข้อ ให้พระภิกษุปฏิบัติเพื่อควบคุมความประพฤติของภิกษุทั้งทางกาย วาจา และใจ เพื่อการปฏิบัติธรรม ขจัดอาสวะกิเลสตามที่พระพุทธเจ้าเทศนาไว้ หากภิกษุละเมิดวินัยที่พระพุทธเจ้าทรงบัญญัติไว้ก็เรียกว่า อาบัติ หรือต้องอาบัติ เมื่อวินัยมีจำนวนมากดังนี้ ในบางครั้งพระภิกษุจึงอาจเผลอเผลอกระทำผิดไปโดยเจตนาบ้าง ไม่เจตนาบ้าง จึงได้บัญญัติวิธีแก้ความผิดนั้น คนทำผิดต้องรับโทษตามความผิดเพื่อจะได้อภัยและไม่กระทำผิดอีกต่อไป เมื่อความผิดมีความหนักเบาต่างกัน โทษก็ต้องหนักเบาต่างกันไปด้วย การทำผิดทางวินัยหรืออาบัติของพระภิกษุสงฆ์ ได้กำหนดความผิดจากโทษหนักไปเบา (อิริราช มณีภาค, 2546) คือ 1) อาบัติปาราชิก หรืออาบัติบทหนักสุด เรียกว่า “ต้องอาบัติปาราชิก” โทษที่ได้รับเป็นโทษหนัก คือ การขาดจากความเป็นภิกษุ 2) อาบัติสังฆาทิเสส 3) อาบัติถุลลัจจัย 4) อาบัติปาจิตตีย์ 5) อาบัติทุกกฏ 6) อาบัติทุกกฐิต สรุปลง “อาบัติ” มี 7 อย่าง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ครุกาบัติ หมายถึง อาบัติหนัก อาบัติที่มีโทษร้ายแรง มี 2 อย่างคือ อาบัติปาราชิก และ อาบัติสังฆาทิเสส 2) สหุกาบัติ หมายถึง อาบัติเบา อาบัติที่ไม่มีโทษร้ายแรงเท่าครุกาบัติ มี 5 อย่าง คือ อาบัติถุลลัจจัย อาบัติปาจิตตีย์ อาบัติปาฏิเทสนียะ อาบัติทุกกฏ และอาบัติทุกกฐิต ดังนั้น การปฏิบัติตนเพื่อแก้อาบัตินั้นมีต่างๆ กันไป สุดแต่ความหนักเบาของศีลที่อาบัติ มีตั้งแต่วิธีการประกาศความผิดของตนต่อภิกษุอื่น การอยู่ในบริเวณจำกัด เฉพาะเพื่อสำนึกผิดไปจนถึงการขาดจากความเป็นภิกษุและไม่สามารถกลับมาบวชได้อีก

## 2) ประเภทของความผิดที่อาบัติปาราชิก

ในพุทธศาสนาอาบัติปาราชิกมี 4 ประการ ได้แก่ การเสพเมถุน การลักทรัพย์ การฆ่ามนุษย์ และการอวดอุตริมนุสสรรม โดยผู้เขียนจะขออธิบายรายละเอียดโดยสังเขปพร้อมเปรียบเทียบกับฐานความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ประเภทของความผิดที่อาบัติปาราชิก

อาบัติปาราชิก ประเภท	ลักษณะ	ความหมาย	ฐานความผิดตามประมวล กฎหมายอาญา
1	การเสพ เมถุน	การร่วมประกอบกิจกรรมทางเพศ ไม่ว่าจะกระทำกับผู้หญิงหรือผู้ชาย หรือกระทำกับสัตว์ก็ตาม ปาราชิกข้อการเสพเมถุน บางทีก็เรียกกันว่า ปฐมปาราชิก แปลว่า “ปาราชิกข้อแรก”	ความผิดฐานข่มขืนกระทำ ชำเราผู้อื่น ม.276

ตารางที่ 1 (ต่อ)

อาบัติ ปาราชิก ประเภท	ลักษณะ	ความหมาย	ฐานความผิดตามประมวล กฎหมายอาญา
2	การลัก ทรัพย์	การนำทรัพย์ของผู้อื่นไปเป็นของตนโดย เจตนา ในเมืองไทยกำหนดว่า การลัก ทรัพย์มีมูลค่าตั้งแต่ 1 บาทขึ้นไป เป็น การผิดหรือเป็นอาบัติชั้นปาราชิก การ เจตนาแอบอ้างความคิดหรือผลงานของ ผู้อื่นมาเป็นของตน หรือการเบียดบังเอา เงินในกองทุนที่มีผู้ศรัทธาถวายเป็นทาน เพื่อใช้ในกิจของสงฆ์ หรือกิจของศาสนา มาใช้ส่วนตัว ก็ถือว่าเป็นอาบัติปาราชิก เช่นกัน	ความผิดฐานลักทรัพย์ ม.334
3	การฆ่า มนุษย์	การเจตนาทำให้มนุษย์ถึงแก่ความตาย ไม่ว่าจะด้วยวิธีใดๆ ไม่ว่าจะลงมือฆ่าเอง หรือใช้ให้คนอื่นฆ่าให้ก็ตาม ถือเป็น ความผิดปาราชิกข้อที่ 3 ทั้งสิ้น	ความผิดฐานฆ่าผู้อื่น ม.288
4	การอวด อุตริมนุสร กรรม	การพูดอวดผู้อื่นว่าตนได้บรรลุธรรมะ ระดับสูง เช่น บรรลุโสดาบัน บรรลุ อรหันต์ เป็นต้น ไม่ว่าตนจะได้บรรลุธรรม ตามที่ตนได้อวดอ้างไปจริงหรือไม่ก็ตาม	ฐานความฐานฉ้อโกง ม.341

ตามตารางทั้ง 4 ข้อ การอาบัติปาราชิก หากผิดแม้แต่เพียงข้อเดียวก็ถือว่าภิกษุผู้อาบัติสิ้น  
สภาพการเป็นภิกษุแล้ว แม้จะไม่มีใครล่วงรู้หรือจับได้ก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับฐานความผิดตามประมวล  
กฎหมายอาญา ทั้ง 4 ข้อ จะเห็นได้ว่า ฐานความผิดที่เปรียบเทียบกับการอวดอุตริมนุสรกรรมในพระสงฆ์  
ไม่มีกฎหมายกำหนดไว้โดยตรง แต่อาจมีความผิด หากการอวดอุตริมนุสรกรรมนั้นเป็นการสร้างลาภสักการะ  
ให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์โดยมิชอบ ก็ย่อมมีความผิดตามกฎหมายฐานฉ้อโกง

### 3) ลักษณะการอวดอุตริมนุสรกรรมและความผิดตามพระธรรมวินัย

การอาบัติขั้นสูงสุดในทางพุทธศาสนา เรียกว่า “ปาราชิก” เป็นความผิดที่ละเมิดข้อห้ามใด  
ข้อห้ามหนึ่งในจำนวน 4 ข้อ คือ 1) เสพเมถุน 2) ถือเอาของที่เจ้าของเขาไม่ได้ให้หรือลักขโมยนั่นเอง  
3) ฆ่ามนุษย์ให้ตาย 4) อวดอุตริมนุสรกรรมในบทความนี้มุ่งศึกษากรณีของปาราชิก 4 ข้อ คือ “การอวดอุตริ  
มนุสรกรรม” ซึ่งคำว่าอุตริมนุสรกรรมในสิกขาบทนี้ หมายถึงคุณวิเศษที่ภิกษุเจริญกรรมฐานหรือเจริญสมาธิ

จิตจนได้บรรลุคุณธรรมวิเศษ (ปลื้ม โชติชูชูยางกูร, 2552) อันได้แก่ ฌาน เช่น ปฐมฌาน ทุตติยฌาน ตติยฌาน และจตุตถฌาน วิโมกข์ สมาธิ สมาบัติ ฌาน (เช่น วิชชา 3 อภิญญา 6) มรรคภาวนา มรรคผล (โสดาปัตติ มรรค โสดาปัตติผล) วิมุตติ ปิตี หรือความยินดีในฌาน เป็นต้น ส่วนลักษณะของการอวด อุตริมนุสสรรม เช่น การพูดอวดผู้อื่นว่าตนได้บรรลุธรรมระดับสูง เช่น บรรลุโสดาบัน บรรลุอรหัตต์ เป็นต้น อุตริมนุสสรรม (อวดคะหริมะนุสสะทำ) หรือ อุตริมนุชยธรรม (อวดคะหริมะนุสสะยะทำ) แปลว่า “ธรรมอันยวดยิ่ง ของมนุษย์ หรือ ธรรมของมนุษย์ผู้ยวดยิ่ง” ได้แก่ คุณวิเศษซึ่งมนุษย์ธรรมดาไม่สามารถมีหรือเป็นได้ มิใช่ วิสัยของมนุษย์ทั่วไป แต่เป็นวิสัยของผู้บรรลุธรรมขั้นสูงแล้ว โดยภิกษุอวดอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งไม่มีในตน ต้องปราศจากเช่นเดียวกัน เช่น ภิกษุประกาศตนว่าได้บรรลุอรหัตต์หรือบรรลุอนาคามี เป็นต้น ต้องอาบัติแล้ว อนึ่ง การอวดคุณวิเศษนี้ เมื่อภิกษุกล่าวอวดอ้างไปแล้ว ผู้อื่นจะเชื่อหรือไม่เชื่อก็ตาม ไม่ถือเป็นสำคัญ เมื่อมีเจตนาที่จะอวด และผู้ฟังได้ฟังรู้เรื่อง ก็ถือว่าต้องอาบัติปราศจากแล้ว แต่ถ้าหากพูดแล้วผู้ฟัง ฟังไม่เข้าใจ หรือไม่ทราบความหมายของคำพูดนั้น ภิกษุนั้นต้องอาบัติถุลลัจจัย และถ้าภิกษุรูปนั้นพูดบอกคุณวิเศษ ซึ่งไม่มีในตนของภิกษุรูปอื่นให้แก่บุคคลอื่น ถ้าเขาเข้าใจคำพูดของภิกษุนั้นว่าหมายถึงภิกษุใด ภิกษุนั้น ก็ต้องอาบัติถุลลัจจัย ถ้าเขาไม่เข้าใจต้องอาบัติทุกกฏโดยภิกษุผู้พูดอวดอุตริมนุสสรรมที่ไม่มีจริงและ ต้องอาบัตินั้น มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 1) เบื้องต้นเธอรู้ว่าตนเองจักกล่าวเท็จ 2) กำลังกล่าวเท็จอยู่ ก็รู้ว่ากล่าวเท็จ 3) ครั้นกล่าวแล้วก็รู้ว่าตนกล่าวเท็จแล้วซึ่งหากมีเหตุการณ์ครบทั้ง 3 ประการนี้ย่อมเป็นการละเมิดครุอาบัติตามพระธรรมวินัย (สุชีพ ปุญญานุภาพ, 2539) เมื่อเปรียบเทียบกับฐานความผิดตาม ประมวลกฎหมายอาญา แม้จะไม่มีกำหนดเรื่องการอวดอุตริมนุสสรรมเอาไว้โดยตรง แต่การกระทำ ดังกล่าวอาจนำไปสู่ฐานความผิดที่มีองค์ประกอบครบถ้วนฐานฉ้อโกง ตามประมวลกฎหมายอาญา ม.341 นั้นเอง

#### 4) สาเหตุปัญหาการอวดอุตริมนุสสรรมสู่การบัญญัติเป็นความผิดและโทษ

ตามหลักฐานที่ปรากฏในพระไตรปิฎกกรณีการอวดอุตริมนุสสรรมที่พระบรมศาสดาสัมมา สัมมาพุทธเจ้า ได้บัญญัติไว้ในพระไตรปิฎก (ฉบับหลวง) เล่มที่ 1 พระวินัยปิฎก เล่มที่ 1 มหาวิภังค์ ภาค 1 จตุตถปาราชิกสิกขาบท ได้บันทึกกล่าวถึงกรณีต้นพุทธบัญญัติไม่ให้ภิกษุอวดอุตริมนุสสรรม (พระ ธรรมปิฎก ป.อ.ปยุตโต, 2549) คือ คุณวิเศษหรือการบรรลุธรรมอย่างสูงที่เกินปกติของมนุษย์สามัญ เช่น สมาธิ ฌาน สมาบัติ มรรคผล ถ้าอวดโดยที่ตนไม่มีคุณวิเศษนั้นจริง คือ หลอกเขาย่อมต้องอาบัติปราศจาก จากความเป็นภิกษุ ถึงแม้ว่าจะได้บรรลุคุณวิเศษนั้นจริง ถ้าพูดอวดหรือบอกเล่าแก่ชาวบ้าน หรือผู้อื่น ใดที่มีใ้ภิกษุหรือภิกษุณี ก็ไม่พ้นเป็นความผิดเพียงแต่เบาลงมา เป็นอาบัติปาจิตติ ต้นเหตุที่จะให้มีพุทธ บัญญัตินี้เกิดจากในคราวพุทธภิกษุ ภิกษุพวกนี้คิดหาอุบายให้พวกตนมีอาหารฉันโดยไม่ลำบาก กล่าว สรรเสริญกันให้ชาวบ้านฟังทั้งจริงและไม่จริงบ้าง ชาวบ้านเลื่อมใสพากันบำรุงเลี้ยงภิกษุกลุ่มนั้น พระพุทธเจ้าทรงทราบ จึงทรงบัญญัติสิกขาบทขึ้นห้าม ตีเตียนว่าไม่สมควรอวดอ้าง คุณความดีพิเศษกัน เพราะเห็นแก่ท้องและสำหรับผู้ที่อวดอ้างโดยไม่เป็นจริง ทรงตีเตียนอย่างรุนแรงว่าเป็นมหาโจรที่เลวร้ายที่สุดในโลก เพราะบริโภคาอาหารของชาวบ้านชาวเมืองโดยฐานบริโภคา พุทธบัญญัติอีกข้อหนึ่ง ในจำพวก “ห้าม อวดอุตริมนุสสรรม” คือ สิกขาบทที่มีให้ภิกษุแสดงอิทธิปาฏิหาริย์แก่ชาวบ้าน ภิกษุใดแสดงภิกษุนั้นมี ความผิด ต้องอาบัติทุกกฏต้นเหตุเกิดจากเศรษฐีท่านอาบาตรไม้จันทร์แวนไว้ที่ปลายไม้ไผ่ แล้วประกาศทำ

พิสูจน์ว่า ใครเป็นพระอรหันต์ มีฤทธิ์จริงก็ขอถวายบาตรนั้นแต่ให้เหาะไปเอาลงมาพระปิณฑโหลกาทิวาจะ  
ได้ยื่นคำให้การจะรักษาเกียรติของพระศาสนา จึงเหาะขึ้นไปเอาบาตรลงมาพระพุทธเจ้าทรงทราบจึง  
ทรงบัญญัติสิกขาบทห้าม โดยตำหนิว่า ไม่สมควรแสดงอิทธิปาฏิหาริย์ซึ่งเป็นธรรม ถ้าสามัญมุนย์ เพราะเห็น  
แก่บาตร ที่มีค่าต่ำ ทรงเปรียบเทียบทำเช่นนั้นว่าเป็นเหมือนสตรี ที่เผยอวัยะพึงสงวนให้เขาดูเพราะเห็นแก่  
เงินทองของต่ำทราวมเพื่อเป็นการห้ามปรามเหล่าภิกษุที่เห็นแก่ลาภสักการะและเป็นการปกป้องพระธรรม  
วินัย พระพุทธองค์จึงทรงบัญญัติห้ามไม่ให้มีการอวดอุริมุสธรรม อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมของพุทธ  
ศาสนานั้นเอง

สำหรับประเทศไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันพระพุทธศาสนานับว่ามีความสำคัญต่อการ  
ดำรงชีวิตของคนในสังคมซึ่งในอดีตก่อนที่มีพุทธศาสนาเข้ามาเผยแผ่ คนไทยได้ยอมรับศรัทธาเชื่อเรื่องผี  
ไสยเวทศา จึงมีการสักการะและบูชาตลอด เมื่อพุทธศาสนาได้แผ่เข้ามายังดินแดนที่เรียกว่า “สุวรรณภูมิ”  
คนไทยก็เริ่มหันมายอมรับนับถือพุทธศาสนามากขึ้น เนื่องจากพระธรรมคำสอนของพุทธศาสนาสอนให้  
คนรู้จักคิดด้วยเหตุและผล เมื่อเห็นผลจริงแล้วจึงเชื่อและปฏิบัติตามนั้นนับแต่ประเทศไทยมีกรุงสุโขทัย  
เป็นราชธานี ก็มีหลักฐานปรากฏชัดเจนว่าพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองมาก ดังจะเห็นข้อความในศิลาจารึกของ  
พ่อขุนรามคำแหง ซึ่งปรากฏว่าพระมหากษัตริย์ไทยทรงเป็นเอกอัครศาสนูปถัมภก โดยเฉพาะในสมัย  
พระมหาธรรมราชาที่ 1 (พระยาโลไท) พุทธศาสนาได้เจริญถึงขีดสูงสุด และพระองค์ได้ทรงผนวชและศึกษา  
พระไตรปิฎกแตกฉานและทรงพระราชนิพนธ์เทฎุมภิกกา หรือปัจจุบันเรียกว่า “ไตรภูมิพระร่วง” จนล่วงมาถึง  
สมัยกรุงศรีอยุธยาถึงแม้บ้านเมืองจะระส่ำระสายมีการทำลายศาสนสถานจากการสู้รบจากพม่า พุทธศาสนา  
ก็เป็นที่ยังทางจิตใจของคนไทย ซึ่งในสมัยธนบุรี ก็ได้มีการทำนุบำรุงหรือบูรณะให้สมบูรณ์หลังจากที่ถูกข้าศึก  
ทำลายศาสนสถาน กระทั่งสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ พุทธศาสนาก็ได้เจริญรุ่งเรืองอย่างมากเพราะ  
พระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ ทรงมีพระราชศรัทธาเป็นอย่างมาก จึงทำให้พุทธศาสนามีความใกล้ชิดกับวิถี  
ชีวิตของคนไทยมาโดยตลอดจึงกล่าวได้ว่าประวัติศาสตร์ของชาติไทยมีความเกี่ยวพันกับพระพุทธศาสนา  
ตลอดมา ดังนั้นพระสงฆ์จึงเป็นบุคคลที่สังคมคาดหวังไว้มากเพราะถือว่าพระภิกษุสงฆ์ คือ ผู้ที่ถือเพศสมณะ  
เป็นบุคคลที่มีภาวะเหนือกว่าบุคคลทั่วไปว่าจะต้องมีการอบแห่งความประพฤติ โดยเคร่งครัดอันเป็นสิ่งที่ทำ  
ได้ยากสำหรับปุถุชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีความประพฤติทางกายและวาจา ให้ถูกต้องตามพระวินัย  
หากพระภิกษุสงฆ์ปฏิบัติตนย่อหย่อนหรือละเลยเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามพระธรรมวินัยแล้ว การบวชย่อมไม่มี  
ประโยชน์อันใดต่อสังคม เพราะปราศจากอุดมการณ์ทางพระพุทธศาสนา (อดุลย์ นุแปงถา, 2552) เมื่อ  
พุทธศาสนิกชนคาดหวังในตัวพระภิกษุสงฆ์ในฐานะผู้เผยแผ่และปกป้องพุทธศาสนา แต่จากสภาพสังคม  
เปลี่ยนแปลงไป มีคนบางกลุ่มที่อาศัยศาสนาเป็นเครื่องมือในการหาประโยชน์ส่วนตัว นำความเสื่อมโทรม  
มายังพุทธศาสนาในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการอวดอ้างคุณวิเศษเพื่อลาภสักการะ จริงอยู่ที่ว่าพระสงฆ์นั้น  
ถูกคุมคลุม โดยพระธรรมวินัย หากมีพระสงฆ์กระทำความผิด หรือละเมิดพระธรรมวินัยพระสงฆ์ก็ย่อม  
ได้รับโทษตามพระธรรมวินัย หรือเท่ากับว่ากฎหมายมอบอำนาจ ให้สงฆ์ปกครองสงฆ์ด้วยตนเอง เมื่อเกิด  
กรณีพระสงฆ์กระทำความผิด ก็มักจะจะมีปัญหาต่อการดำเนินคดีและลงโทษ แทนที่กฎหมายจะมุ่งคุ้มครอง  
พระพุทธศาสนา กลับกลายเป็นว่ากฎหมายไปคุ้มครองผู้กระทำความผิด หลายครั้งที่มีคำพูดว่า บ้านเมือง  
ไม่ควรยุ่งเรื่องของพระ ควรให้พระจัดการกันเอง ซึ่งในบทความนี้เห็นว่า เรื่องของภิกษุสงฆ์คือเรื่องของ



พุทธศาสนา การที่ผู้ซึ่งเชื่อว่าเป็นผู้เผยแพร่และปฏิบัติตามคำสอนของพระศาสดาเป็นผู้กระทำความผิดเสียเอง นั้นก็ย่อมหมายถึงบุคคลที่บวชเข้ามาไม่มีเจตนาที่จะเผยแพร่และปกป้องพุทธศาสนา จึงมีแนวคิดที่จะให้ ภิกษุสงฆ์ที่ละเมิดพระธรรมวินัย นอกจากจะรับผิดตามพระธรรมวินัยแล้วสมควรจะต้องรับผิดตาม กฎหมายบ้านเมืองด้วย ดังจะเห็นว่ามีการบัญญัติความผิดตามและมีโทษตามกฎหมายนับตั้งแต่สมัยรัชกาล ที่ 1 ที่ได้มีการกำหนดหลักการไว้ในกฎหมายตราสามดวง ภายหลังจากการยกเลิกตามยุคสมัยแต่ปัญหา ดังกล่าวก็ ยังเกิดมาจนถึงปัจจุบัน

### 3.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องในอดีต-ปัจจุบัน

#### 1) การกำหนดความรับผิดทางอาญาของพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิก กรณีอวดอุตริมนุสสรธรรม

##### ในอดีต

การกำหนดความรับผิดต่อพระภิกษุสงฆ์ จะถูกกำหนดไว้ในพระธรรมวินัย เมื่อมีการกระทำความผิดเกี่ยวกับพระธรรมวินัยที่ว่าด้วยการต้องอาบัติของพระสงฆ์ โดยเฉพาะบทลงโทษที่หนัก ซึ่งสูงสุดของโทษบทหนักของพระธรรมวินัยคือ “ปาราชิก” นั่นก็หมายความว่าบุคคลนั้นต้องขาดจากความเป็นพระและ ไม่สามารถกลับมาบวชได้อีก (แสวง อุดมศรี, 2543) ส่วนการลงโทษพระสงฆ์ตามกฎหมายอื่น นอกจากพระธรรมวินัยในสมัยพุทธกาลไม่มีหลักฐานใดปรากฏว่ามีการบัญญัติโทษทางอาญาของพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกเอาไว้ ย่อมเป็นข้อสันนิษฐานได้ว่าในสมัยก่อนโทษทางวินัยจะแยกออกจากโทษทางกฎหมายบ้านเมือง จึงทำให้การลงโทษพระสงฆ์เป็นเพียงการพิจารณากรณีลงโทษเป็นการภายในระบบการปกครองของหมู่สงฆ์ ดังนั้น การลงโทษทางโลกหรือตามกฎหมายฝ่ายบ้านเมืองในกรณีที่มีการอวดอุตริมนุสสรธรรม จึงไม่ปรากฏในประวัติศาสตร์ในยุคของพระศาสดาสัมมาสัมพุทธเจ้า

#### 2) การกำหนดความรับผิดและการบังคับใช้กฎหมายต่อพระสงฆ์ในประเทศไทย

ตามหลักฐานที่ปรากฏในสมัยสุโขทัย กรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรี และสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ตอนต้น ได้มีหลักฐานหลายอย่างเกี่ยวกับการยอมรับพุทธศาสนาว่ามีความเกี่ยวข้องกับวิถีการดำรงชีวิตของคนไทยเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงองค์พระมหากษัตริย์ทุกๆ พระองค์ โดยคนในสังคมก็ยังยอมรับว่าพุทธศาสนาเป็นที่พึ่งทางสังคมเสมอมา ถือเสมอว่าผู้ที่เข้ามาบวชได้บวรพุทธศาสนาแล้วแต่เป็นผู้ที่บวรนาตัวเอง เพื่อเผยแพร่และปกป้องพุทธศาสนาประกอบกับจะต้องปฏิบัติตามหลักพระธรรมวินัยอย่างเคร่งครัด จึงทำให้พระสงฆ์เป็นที่คาดหวังอย่างสูงของพุทธศาสนิกชน ในสมัยรัชกาลที่ 1 คือพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯให้ตรากฎหมายเพื่อให้พระภิกษุสงฆ์และสามเณรประพฤติปฏิบัติตนเคร่งครัดในพระธรรมวินัย ให้พระราชกณะเจ้าอธิการและเจ้าหน้าที่สังฆการีกำกับดูแลและลงโทษผู้ที่ประพฤติผิดพระธรรมวินัยตามสมควรแก่โทษหนักเบา กฎหมายฉบับนี้เรียกว่า “กฎพระสงฆ์” ได้ตราขึ้น ในระหว่างพุทธศักราช 2325 ถึง 2344 รวม 10 ฉบับ ดังที่ปรากฏอยู่ในกฎหมายตราสามดวง แห่งกรุงรัตนโกสินทร์นับเป็นกฎหมายคณะสงฆ์ชุดแรกที่ปรากฏหลักฐานอยู่ถึงปัจจุบัน กฎพระสงฆ์ที่ตราขึ้นมามีอยู่ 10 ฉบับนี้มีเนื้อหาสาระของแต่ละฉบับจะประกอบด้วยข้อความที่ทรงปรารภถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ละเรื่องว่าผิดพระธรรมวินัยข้อใด ทำให้พระศาสนาเสื่อมเสียอย่างไรแล้วทรงมีพระบรมราชโองการห้ามมิให้ทำเช่นนั้นอีกต่อไป พร้อมทั้งกำหนดโทษทางกฎหมายบ้านเมืองเพิ่มจากโทษทางพระธรรมวินัย

อีกส่วนหนึ่ง ตัวอย่างสาระสำคัญของกฎพระสงฆ์แต่ละฉบับซึ่งมีความเกี่ยวพันกับการบัญญัติโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์ ได้แก่ กฎพระสงฆ์ฉบับที่ 5 (กฎหมายตราสามดวง, 2506) มีความว่า “กฎให้ไว้แก่สังฆการีธรรมการ สมเด็จพระบรมนารถพิตร ฯ...มีพระราชโองการ ฯ สั่งว่า...แต่นี้สืบไปเมื่อหน้า ถ้าภิกษุองค์ใดต้องจตุปาราชิกทั้งสี่ แต่อันใดอันหนึ่งปาราชิกแล้ว ให้มาบอกแก่สงฆ์ จงแจ้งแต่ในอุโบสถเดียวนั้น อย่าให้ปกปิดโทษจตุปาราชิกไว้ ปฏิญาณตัวเป็นสงฆ์สมณะ เข้ากระทำสังฆกรรม อุปสมบทกรรมด้วยคณะสงฆ์ให้เป็นมณฑลในสังฆกรรมทั้งปวง... ให้ศาสนาเศร้าหมอง ถ้ามีผู้โจทน์ว่ากล่าวพิจารณาเป็นสังข์ จะเอาตัวเป็นโทษถึงสิ้นชีวิต แล้วให้รับราชบาทขับเขย็นตีโดยญาติโยมจงหนัก อย่าให้เป็นเยี่ยงอย่างสืบไป กฎให้ไว้ ณ วันอาทิตย์ เดือนแปด ขึ้นสิบห้าค่ำ จุลศักราชพันร้อยยี่สิบห้า (พ.ศ. 2326) ปีเถาะ เบญจจก”

จากบทบัญญัติ ดังกล่าวย่อมแสดงให้เห็นว่า กฎหมายในสมัยนั้นไม่ได้แยกความผิดและโทษทางพระวินัยและโทษทางกฎหมายบ้านเมืองออกจากกัน ถึงแม้จะมีรูปแบบการปกครองสงฆ์ในสมัยนั้นก็ตาม แต่เจตนารมณ์ที่แท้จริงคือต้องการที่จะเข้ามาควบคุมและปกป้องพุทธศาสนา ซึ่งการใช้โทษทางวินัยแก่พระสงฆ์ผู้ปฏิบัติที่ทำให้พุทธศาสนาเศร้าหมองก็เป็นเพียงการให้ขาดจากความเป็นพระสงฆ์และห้ามกลับมาบวชใหม่อีก แต่ความผิดฐานทำให้พุทธศาสนาเศร้าหมองและเสื่อมศรัทธานั้นเป็นสิ่งที่คนในสังคมไทยวิพากษ์วิจารณ์และเห็นควรให้มีการลงโทษทางอาญาแก่ผู้ปฏิบัติอนกิริต ซึ่งหากพระสงฆ์รูปใดกระทำความผิดดังกล่าวจะต้องได้รับโทษตามกฎหมายบ้านเมืองด้วยโดยเฉพาะ 1 ใน 4 แห่งการปาราชิกนั้นคือการอวดอุตริมนุสธรรม

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ หลักฐาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคดีที่เกิดขึ้นในกรณีการอวดคุณวิเศษหรืออวดอุตริมนุสธรรม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์ ด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) จากแหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (Data Triangulation) เพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิม และผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ แหล่งข้อมูลมีดังนี้ แหล่งข้อมูลจากเอกสารลำดับต้น ได้แก่ พระไตรปิฎกในส่วนของพระวินัย ในหมวดของมหาวิภัง, ภิกษุณีวิภัง (ข้อห้ามหลักใหญ่) กฎหมายต่างๆ ได้แก่ กฎหมายตราสามดวง ประมวลกฎหมายอาญา พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ตลอดจนระเบียบของมหาเถรสมาคม แหล่งข้อมูลจากเอกสารลำดับรอง ได้แก่ เอกสารงานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลจากข้อเท็จจริงเกี่ยวกับคดีที่เกิดขึ้นในกรณีการอวดคุณวิเศษหรืออวดอุตริมนุสธรรม จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์สังเคราะห์และสรุปผลด้วยวิธีเชิงพรรณนา เพื่อหาแนวทางในการกำหนดโทษต่อพระสงฆ์ที่กระทำความผิดดังกล่าวต่อไป



พิจารณาระหว่างข้อเท็จจริงกับบทบัญญัติของกฎหมาย ส่วนบทบัญญัติของประมวลกฎหมายอาญา ก็ไม่มีบทบัญญัติที่เป็นการกำหนดความผิดและโทษทางอาญาของพระสงฆ์เกี่ยวกับอาบัติปาราชิก แต่บทบัญญัติทั้งหลายที่เกี่ยวกับศาสนานั้นจะเน้นย้ำไปทางการปกป้องและคุ้มครองพุทธศาสนาในภาพรวมเพื่อไม่ให้เกิดความเสื่อมเสียและถูกเหยียดหยาม โดยตามประมวลกฎหมายอาญาได้ให้ความคุ้มครองแก่สถาบันศาสนาไว้ 3 ประการ ดังที่บัญญัติไว้ในกฎหมายอาญา ดังนี้ คือ 1) การกระทำแก่วัตถุหรือสถานอันเป็นที่เคารพในทางศาสนาอันเป็นการเหยียดหยามศาสนา 2) การก่อให้เกิดความวุ่นวายในที่ประชุมศาสนิกชน และ 3) การแต่งกายหรือใช้เครื่องหมายในศาสนาโดยมิชอบโดยการคุ้มครองศาสนาทั้ง 3 ประการนี้ไม่รวมถึงการกล่าวหาว่าถูก ดูหมิ่น หรือ วิพากษ์วิจารณ์ศาสนาใด ไปในทางเสียหายเพราะไม่ได้เป็นการกระทำโดยตรงต่อวัตถุหรือสถานอันเป็นที่เคารพในทางศาสนา (วิสาร พันธนะ, 2538) เมื่อพิจารณาต่อบทกฎหมายกับพฤติกรรมการอวดอุตริมนุสธรรม ก็ไม่สามารถที่จะตีความอย่างชัดเจนว่าเป็นการดูหมิ่นหรือเหยียดหยามศาสนาอย่างไร ดังนั้น ในทางปฏิบัติจึงไม่มีกฎหมายในฝ่ายบ้านเมืองนำไปปรับใช้กับกรณีที่เกิดขึ้นกับพระสงฆ์ที่ประพฤติดังได้

## 2) การกำหนดความรับผิดตามกฎหมายเฉพาะ

พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ.2505 ได้บัญญัติหลักการเพื่อรักษาพระธรรมวินัยของพระพุทธศาสนา โดยกฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดให้มหาเถรสมาคมมีอำนาจหน้าที่ออกกฎหมายมหาเถรสมาคม ออกข้อบังคับ วางระเบียบ ออกคำสั่ง มีมติ หรือออกประกาศ โดยไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายและพระธรรมวินัย ใช้บังคับได้ (โชติ ทองประยูร, 2535) และจะมอบให้พระภิกษุรูปใด หรือคณะกรรมการ หรือ คณะอนุกรรมการ เป็นผู้ใช้อำนาจหน้าที่ก็ได้ ดังบทบัญญัติที่ได้กำหนดถึงอำนาจของมหาเถรสมาคม ในมาตรา 15 จัตวา กำหนดว่า เพื่อรักษาพระธรรมวินัย และเพื่อความเรียบร้อยดีงามของคณะสงฆ์ มหาเถรสมาคมจะตรากฎหมายมหาเถรสมาคม เพื่อกำหนดโทษหรือวิธีลงโทษทางการปกครองสำหรับพระภิกษุและสามเณรที่ประพฤติดังกล่าวให้เกิดความเสียหายแก่พระศาสนาและการปกครองคณะสงฆ์ก็ได้ นั่นก็ย่อมหมายความว่า การกระทำใดที่ภิกษุสงฆ์ได้กระทำให้ลงโทษและเป็นการละเมิดพระธรรมวินัย กฎหมายได้กำหนดให้อำนาจของมหาเถรสมาคมในการลงโทษทางวินัยสำหรับภิกษุสงฆ์ เพื่อให้พระภิกษุสงฆ์ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่าง

ภายใต้พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ.2505 ได้กำหนดถึงหลักการที่ชัดเจน เพื่อส่งเสริมให้พระพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองและเพื่อประโยชน์แก่การปกครองคณะสงฆ์ (พระราชรัตนกวี, 2523) จึงมีการกำหนดหลักกฎหมายเพื่อนิคหกรรม (แปลว่า การดำหนิการลงโทษ) และการสละสมณเพศ ไว้ในมาตรา 24 ว่า “พระภิกษุจะต้องรับนิคหกรรมก็ต่อเมื่อกระทำการล่วงละเมิดพระธรรมวินัย และนิคหกรรมที่จะลงแก่พระภิกษุก็ต้องเป็นนิคหกรรมตามพระธรรมวินัย” จากบทบัญญัตินี้ขอขยายความเพื่อเข้าใจยิ่งขึ้น คือการที่กฎหมายบัญญัติไว้เช่นนั้นก็เพื่อวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ คือ ภิกษุจะรับโทษ (นิคหกรรม) ได้ก็ต่อเมื่อมีการล่วงละเมิดพระธรรมวินัย และจะต้องพิจารณาต่อไปว่า โทษที่จะลงแก่พระสงฆ์ จะต้องเป็นโทษที่กำหนดไว้ในพระธรรมวินัยเท่านั้น หมายความว่า การจะลงโทษพระสงฆ์ นอกเหนือจากพระธรรมวินัยไม่อาจกระทำได้ ปัญหาตามมาก็คือ เมื่อพระภิกษุกระทำความผิดตามพระธรรมวินัยแล้ว แต่ผลกระทบบทหรือปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับทางโลกด้วย แต่ไม่มีกฎหมายบ้านเมืองฉบับใดกำหนดให้ความผิดของพระสงฆ์กรณีอาบัติปาราชิก ต้องรับโทษตามกฎหมายฝ่ายบ้านเมืองนอกจาก

พระธรรมวินัย มีเพียงประมวลกฎหมายอาญาในความผิดเกี่ยวกับการเหยียดหยามศาสนาเท่านั้น แต่ก็ไม่ตรงเสียทีเดียวและปัญหาดังกล่าวจึงยังไม่มีกำหนดตัวบทกฎหมายให้ลงโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสสรรม จึงต้องหาแนวทางในการกำหนดโทษทางอาญาที่จะลงแก่พระสงฆ์ที่ประพฤติดังต่อไปนี้

## 5.2 กระบวนการยุติธรรมและการลงโทษพระสงฆ์

### 1) กระบวนการยุติธรรมและการลงโทษพระสงฆ์ตามพระธรรมวินัย

มาตรการในการลงโทษพระภิกษุสงฆ์ผู้กระทำความผิด ผู้ปฏิบัติไม่สมควรแก่สมณภาวะ (อิทธิราช มณีภาค 2546) มี 2 ประการ คือ

1.1) การลงโทษปรับอาบัติ ตามที่กำหนดไว้ในความผิดแต่ละกรณีตามสิกขาบทที่บัญญัติในพระปาติโมกข์ เป็นการกำหนดบทลงโทษตามสิกขาบทที่มาในปาติโมกข์ คือว่าด้วยการลงโทษตามประเภทของการอาบัติ

1.2) การลงโทษโดยมาตรการที่สงฆ์กำหนดไว้ โดยการลงโทษตามที่พระสงฆ์กำหนดไว้เรียกว่าการลงโทษนิคหกรรม โดยการลงโทษนิคหกรรมถือว่าการลงโทษครั้งที่ 2 หลังจากที่มีการปรับอาบัติภิกษุผู้ฝ่าฝืนละเมิดสิกขาบทที่มาในปาติโมกข์หรือกฎข้อห้ามอื่นใดตามสมควรแก่กรณี โดยนิคหกรรมดังกล่าว แบ่งออกเป็น 5 ประการ กล่าวคือ 1) ตัชชะนียกรรม คือกรรมอันสงฆ์พึงทำแก่ภิกษุผู้ควรชู้(ส่วนมากเป็นโทษลงแก่ภิกษุผู้มีความบาดหมาง การทะเลาะวิวาท การก่อเรื่องอื้อฉาว) 2) นิยสกรรม คือ การลงโทษโดยการถอดยศของพระสงฆ์ 3) ปัพพาทนียกรรม คือ การลงโทษโดยการขับไล่ 4) ปฎิสารณียกรรม คือ การลงโทษโดยการให้ตริภคตรองสำนึก และ 5) อุกเขปนียกรรม คือ การลงโทษโดยยกออกจากหมู่

### 2) กระบวนการยุติธรรมและการลงโทษพระสงฆ์ตามกฎหมายหมายบ้านเมือง

กระบวนการยุติธรรมกับการลงโทษพระสงฆ์เริ่มชัดเจนตั้งแต่สมัยกฎหมายตราสามดวง จนถึงสมัยพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 จึงมีการเปลี่ยนแปลงปฏิรูปกฎหมายเกี่ยวกับกระบวนการยุติธรรม ได้ทรงดำเนินการเริ่มจัดทำประมวลกฎหมายอาญาเป็นฉบับแรก และประมวลกฎหมายอื่นที่สำคัญตามลำดับ ซึ่งการจัดทำประมวลกฎหมายฉบับต่างได้มีแนวความคิดสำนักกฎหมายทางตะวันตก ต่อมาในรัชสมัยของพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ได้มีการตราพระราชบัญญัติกฎหมายวิธีพิจารณาความมาบังคับใช้โดยเฉพาะกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา กำหนดวิธีการอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อนำตัวผู้กระทำความผิดกฎหมายบ้านเมืองมาลงโทษ ดังนั้นการที่จะนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษจึงมีหลักสำคัญว่า โทษนั้นจะต้องบัญญัติเป็นความผิดด้วย การตีความกฎหมาย การปรับข้อเท็จจริงกับหลักกฎหมายจึงถูกนำมาใช้ในการพิจารณาคดี เพื่อให้เกิดความยุติธรรม

การกระทำของพระสงฆ์ที่อวดอุตริมนุสสรรมและประพฤติดินให้ศาสนาเสื่อมเสียนั้นตามพระธรรมวินัยนั้นถือว่าเป็นความผิดที่มีโทษอาบัติหนักคือการปาราชิก ซึ่งพระสงฆ์นั้นจะต้องลาสิกขาบทและไม่สามารถกลับมาบวชได้อีก เมื่อมีการยกเลิกกฎพระสงฆ์ฉบับที่ 5 เนื่องจากมีการบัญญัติประมวลกฎหมายอาญาออกมาบังคับใช้และไม่ได้นำหลักเกณฑ์ฐานความผิดอาบัติปาราชิกมากำหนดไว้ โดยในประมวลกฎหมายอาญากำหนดเพียงความผิดฐานดูหมิ่นศาสนาที่กระทำต่อวัดหรือสถานที่เคารพ การก่อความวุ่นวาย หรือการแต่งกายเรียนแบบ ปรากฏในประมวลกฎหมายอาญา ม. 206-208

(ทวิเกียรติ มินะกนิษฐ, 2549) ประกอบกับพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ก็ไม่ได้บัญญัติฐานความผิดเกี่ยวกับการอวดอุตริมนุสสรรมเอาไว้เป็นความผิด ความผิดเกี่ยวกับการอวดอุตริมนุสสรรมของพระสงฆ์ จึงไม่ได้อยู่ในขอบข่ายที่จะต้องดำเนินคดีกับพระสงฆ์ที่ปฏิบัตินอกกริต ดังนั้นการดำเนินกระบวนการพิจารณาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความปัจจุบันจึงยังไม่มีอำนาจในการนำตัวผู้กระทำความมาลงโทษได้

### 5.3 การวิเคราะห์การกำหนดความรับผิดทางอาญาของพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสสรรม

#### 1) ความรับผิดทางอาญาของพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสสรรมตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

พระธรรมวินัยถือว่าเป็นกฎเกณฑ์หลักที่เป็นแม่บทแห่งข้อปฏิบัติของพระภิกษุสงฆ์ และมีการกำหนดโทษเอาไว้ตั้งแต่ในสมัยพุทธกาล หากพระภิกษุสงฆ์ละเมิดพระธรรมวินัย ในความผิดบทยใด ก็ต้องได้รับโทษ ดังนั้น ความผิดตามพระธรรมวินัยนั้น จะถูกบังคับใช้โดยกลไกตามพระธรรมวินัยในระหว่างหมู่สงฆ์กันเอง แต่ความผิดที่กำหนดไว้ในพระธรรมวินัยนั้นไม่เกิดขึ้นในคราวเดียว คือมีเหตุการณ์ที่พระภิกษุสงฆ์ได้กระทำลงไปเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม เช่น กรณีการอวดอุตริมนุสสรรมเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นก็จะนำความมาราบทูลแก่องค์พระศาสดา เมื่อพระศาสดาวินิจฉัยแล้วว่าการกระทำดังกล่าวถือว่าเป็นความผิด จึงได้มีการบัญญัติเพิ่มเติมในความผิดดังกล่าวเข้าไปในพระธรรมวินัย และให้ถือว่าผู้ที่เป็นต้นเหตุแห่งการบัญญัติพระธรรมวินัยไม่มีความผิดและไม่มีโทษ หากเปรียบหลักกฎหมายฝ่ายบ้านเมืองก็คือไม่มีกำหนดว่าเป็นความผิดและไม่มีโทษ แต่หากเป็นการกระทำหลังจากที่มีการบัญญัติไว้ในพระธรรมวินัยแล้ว พระสงฆ์ผู้อวดอุตริมนุสสรรมต้องมีความผิดและต้องได้รับโทษ คือต้องอาบัติปาราชิก โดยให้สิกขาบทและไม่สามารถกลับมาบวชได้อีก

สำหรับประเทศไทยในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกรัชกาลที่ 1 ได้มีการชำระกฎหมายเก่าเพื่อรวบรวมหลักกฎหมายเพื่อบังคับใช้ในเรื่องต่างๆ ที่เรียกว่า “กฎหมายตราสามดวง” โดยเนื้อหาสาระสำคัญของกฎหมายตราสามดวงนั้น ได้กำหนดกฎหมายพระสงฆ์เอาไว้ให้เป็นความผิดตามกฎหมายบ้านเมือง (คหาวรรตน์ เสงตระกูล, 2550) แสดงว่าในยุคนั้น พระสงฆ์ที่ประพฤติไม่ควรมีการอวดอุตริมนุสสรรมหรืออวดอ้างคุณวิเศษย่อมมีผลคือ อาบัติปาราชิก นอกจากจะถูกลงโทษตามพระธรรมวินัยโดยหมู่สงฆ์ด้วยกันแล้ว ในบริบทของกฎหมายฝ่ายบ้านเมือง (ฝ่ายอาณาจักร) พระสงฆ์ที่กระทำความผิดนี้จะต้องได้รับโทษตามกฎหมายฝ่ายบ้านเมืองด้วย เนื่องจากเจตนารมณ์ของกฎหมายตามสามดวง เห็นว่า ความผิดการอวดคุณวิเศษที่ไม่มีอยู่ในตนนี้เป็นการประพฤติดนของพระสงฆ์ในฐานะตัวแทนของพุทธศาสนาที่มีหน้าที่จะต้องเผยแผ่พระธรรมคำสอนของพระศาสดา ขณะเดียวกันพระสงฆ์ก็มีหน้าที่ปฏิบัติให้เป็นแบบอย่างที่ดีงาม พุทธศาสนิกชนจึงมองว่าพระสงฆ์คือผู้ที่จะต้องถูกเคารพสักการะ แต่เมื่อพระสงฆ์กลับเป็นผู้กระทำความผิดเสียเอง ย่อมนำมาซึ่งความเศร้าหมองของพุทธศาสนา ประกอบกับองค์พระมหากษัตริย์ในยุคนั้นเป็นพุทธมามกะ ที่มีหน้าที่จรรโลงพุทธศาสนาให้คงอยู่สืบไป ดังนั้น การกำหนดความผิดการอวดอุตริมนุสสรรมของพระสงฆ์ที่จงใจละเมิดพระธรรมวินัย กฎหมายตราสามดวงจึงให้ถือว่าการประพฤติดนเช่นนี้เป็นความผิดตามกฎหมายบ้านเมืองด้วย ซึ่งต่อมามีการยกเลิกกฎหมายตราสามดวง

และมีการตราประมวลกฎหมายลักษณะอาญาเข้ามาแทนและได้ยกเลิกบทบัญญัติอันเกี่ยวกับกฎหมายพระสงฆ์ เนื้อหาที่เกี่ยวกับการลงโทษพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสสรรมก็ถูกยกเลิกไปด้วย ปัจจุบันไม่มีกฎหมายฉบับใดที่กำหนดความผิดเกี่ยวกับการประพฤติกอวตอุตริมนุสสรรมเป็นความผิดและโทษตามกฎหมายฝ่ายบ้านเมือง หากจะพิจารณาจากพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักในการปกครองสงฆ์ บทบัญญัติของกฎหมายก็เป็นเพียงการกำหนดให้อำนาจมหาเถรสมาคมในการลงโทษพระสงฆ์ที่ประพฤติพระธรรมวินัย ซึ่งมีโทษสูงสุดก็เพียงการปาราชิก คือขาดจากความเป็นพระและไม่สามารถกลับมาบวชใหม่ได้อีก ปัญหาคือ พระสงฆ์ที่ปาราชิก ขาดจากความเป็นพระสงฆ์ (ให้ลาสิกขา) แล้วกลับไปใช้ชีวิตอย่างปกติสุข ใช้ทรัพย์สินและปัจจัยของตนที่สะสมในระหว่างครองเพศพรพชิต แต่ความผิดทั้งหลายที่ได้สร้างขึ้นจากการอวดคุณวิเศษเพื่อลบล้างการและหาประโยชน์จากผู้เลื่อมใสศรัทธา และเกิดความเสียหายต่อพระพุทธศาสนาอย่างมาก ส่วนประมวลกฎหมายอาญาในปัจจุบันก็มีบทบัญญัติเพียงแต่ความรับผิดทางอาญาเกี่ยวกับศาสนฐานความผิดคือ การลบหลู่ดูหมิ่น เหยียดหยามพุทธศาสนา เท่านั้น จะเห็นได้ว่าหลังจากที่มีการแก้ไขบทบัญญัติแห่งกฎหมายโดยการยกเลิกกฎหมายของพระสงฆ์ภายใต้กฎหมายตราสามดวง การกระทำความผิดในเหตุ4แห่งปาราชิกก็ถูกยกเลิกไปด้วย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการแก้ไขกฎหมายเข้ามาควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อเป็นการปกป้องคุ้มครองพระพุทธศาสนา โดยการกำหนดโทษที่จะลงอาญาแก่พระสงฆ์ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505

## 2) ความเหมาะสมในการกำหนดความรับผิดทางอาญาของพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสสรรม

การอวดอุตริมนุสสรรมถือว่าเป็นการกระทำที่เป็นความผิดหนักหรือครุอาบัติ การที่พระศาสนาเสื่อมสาบสูญเพราะเจ้าบัญญัติการอวดอ้างคุณวิเศษเอาไว้ให้เป็นความผิดหนักย่อมมีเหตุผลสำคัญ และได้เห็นแล้วว่าหากกำหนดไว้ให้เป็นความผิดธรรมดา ความเสื่อมเสียที่เกิดจากการอวดอ้างคุณวิเศษเพื่อการได้มาซึ่งลาภสักการะและอาจทำให้พุทธศาสนากลายเป็นที่อาศัยหนทางแห่งการหาประโยชน์และขาดความเลื่อมใสศรัทธาแก่ภิกษุสงฆ์ทั่วไปมากที่สุด จึงเป็นปฐมเหตุแห่งการบัญญัติเพื่อแสดงข้อห้ามใหญ่ไม่ให้มีการกระทำ หากมีการฝ่าฝืนก็จะถูกปรับอาบัติในโทษชั้นสูงสุดคือ ปาราชิก โดยขั้นตอนหรือกระบวนการพิจารณาความผิดของคณะสงฆ์ตั้งแต่สมัยพุทธกาลจนถึงปัจจุบันได้ให้อำนาจแก่พระภิกษุสงฆ์ที่มีความอาวุโสเป็นผู้พิจารณา กระทั่งในประเทศไทยปัจจุบันก็มีกลไกการลงโทษไม่ต่างกันคือ ให้อำนาจพระชั้นผู้ใหญ่ของมหาเถรสมาคมที่มีการแต่งตั้งตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 เป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาดความผิดโดยถือเอาพระธรรมวินัยเป็นหลัก ดังนั้น การลงโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกตามพระธรรมวินัยในปัจจุบันจึงถือว่าเป็นกลไกที่เหมาะสมที่จะทำให้การปกครองของคณะสงฆ์เป็นไปด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม

สำหรับการลงโทษพระสงฆ์ที่มีความผิดตามพระธรรมวินัยจะเห็นได้ว่า กฎหมายบ้านเมืองมิได้กำหนด ความผิดและโทษเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกเอาไว้ แม้ในประมวลกฎหมายอาญาซึ่งเป็นกฎหมายหลักเกี่ยวกับการกำหนดความผิดและโทษก็ไม่มีตัวบทกฎหมายใดกำหนดให้การกระทำความผิดอาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสสรรมเป็นผู้มีความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับศาสนา นอกจากนี้พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

พระสงฆ์โดยเฉพาะก็ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการลงโทษ แต่จะให้เป็นอำนาจของมหาเถรสมาคมในการลงโทษในความผิดนั้นเป็นการเฉพาะภายในหมู่คณะสงฆ์ เมื่อวิเคราะห์แล้วจึงอาจกล่าวได้ว่า ความผิดที่เป็นอาบัติปาราชิกกรณีการอวดอุตริมนุสสรรมหรือการอวดคุณวิเศษเพื่อหวังลาภสักการะนั้น ไม่มีบทบัญญัติใดตามกฎหมายฝ่ายบ้านเมืองที่สามารถลงโทษทางอาญาต่อพระภิกษุสงฆ์ได้ ตามหลักการและเหตุผลทางกฎหมายคือ ไม่มีกฎหมายบัญญัติไว้เป็นความผิด เมื่อไม่มีความผิดจึงไม่มีโทษตามกฎหมาย

เมื่อวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการกำหนดความผิดและโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์ในปัจจุบัน สามารถสรุปปัญหาที่อาจเกิดขึ้น คือ ปัญหาเกี่ยวกับการกระทำความผิดเพิ่มขึ้นในสังคม เนื่องจากยังไม่มีกฎหมายฉบับใดเอาผิดทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่ประพฤติผิดกรณีอุตริมนุสสรรมหรือการอวดคุณวิเศษเมื่อไม่มีกฎหมายบ้านเมืองที่ยอมถูกลงโทษเพียงการปาราชิกเท่านั้น หมายความว่าคนๆ นั้นก็สามารถออกไปใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุขโดยไม่มีความคิดใดๆ เลย ดังนั้น เมื่อไม่มีกฎหมายใดกำหนดว่าเป็นความผิดและ ไม่มีโทษ จึงเกิดปัญหาคือ มีบุคคลเข้ามาอาศัยพุทธศาสนาเป็นเครื่องมือในการหาประโยชน์มีจำนวนเพิ่มขึ้น ส่วนปัญหาอีกประการหนึ่งที่ต่อเนื่องจากการถูกลงโทษทางวินัยของพระสงฆ์หลังจากอาบัติปาราชิกแล้ว หากพระสงฆ์จะกลับมาบวชอีกครั้งที่ๆ ที่ทราบว่าเป็นข้อห้ามไม่สามารถบวชได้อีกแล้ว หากคนเหล่านั้นจะเข้ามาหาประโยชน์และสร้างความศรัทธาหมองให้พุทธศาสนาอีก ประเด็นนี้ยังไม่มกลไกใดที่ชัดเจนที่จะเข้าตรวจสอบว่าบุคคลนั้นเคยต้องโทษอาบัติปาราชิก 1 ใน 4 เหตุมาแล้วหรือไม่หรือเคยสร้างความเสียหายให้กับพุทธศาสนาแล้ว ประกอบกับกระบวนการตรวจสอบก็ทำได้ยาก กรณีนี้จึงถือว่าเป็นช่องว่างอย่างหนึ่งที่จะทำให้ผู้กระทำความผิดไปแล้วมากระทำความผิดซ้ำอีก ปัญหาดังกล่าวอาจจะเป็นปัญหาที่ทวีคูณเพิ่มมากขึ้นในอนาคตหากยังไม่มีการบัญญัติความผิดและโทษเพื่อใช้บังคับกับบุคคลผู้เคยต้องโทษอาบัติปาราชิก

#### 5.4 แนวทางการกำหนดความรับผิดทางอาญาของพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิก กรณีการอวดอุตริมนุสสรรม

ปัจจุบันการกระทำละเมิดพระธรรมวินัยของพระสงฆ์ โดยเฉพาะกรณีการอวดคุณวิเศษเพื่อให้ได้ลาภสักการะนั้นได้สร้างความเสียหายและเป็นเหตุให้พระสงฆ์เหล่านั้นเป็นผู้ต้องอาบัติปาราชิกประเภทอื่นๆตามมามาก การลงโทษพระสงฆ์ภายใต้พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 โดยกำหนดให้มหาเถรสมาคมเป็นผู้มีอำนาจในการวินิจฉัยลงโทษ การลงโทษนั้นถึงแม้จะเป็นกลไกตามที่กฎหมายกำหนดและมีขั้นตอนในการดำเนินกระบวนการพิจารณาก็ตาม แต่การลงโทษนั้นก็เป็นเพียงการลงโทษในหมู่คณะสงฆ์ด้วยกันเท่านั้น แต่ความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อพุทธศาสนา จะเหี้ยมหยาดความเสียหายที่เกิดขึ้นอันกระทบกระเทือนต่อจิตใจของพุทธศาสนิกชนอย่างไร จะป้องกันอย่างไร และในฐานะที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่นับถือพุทธศาสนาเป็นส่วนใหญ่ จะมีกลไกอะไรเพื่อเป็นเครื่องปกป้องคุ้มครองพุทธศาสนาเนื่องจากขณะนี้ยังไม่มีกฎหมายที่กำหนดไว้เพื่อเป็นการปกป้องพุทธศาสนา โดยเฉพาะกรณีความผิดที่เกี่ยวกับการอวดอุตริมนุสสรรมของพระภิกษุสงฆ์ จากเหตุผลทั้งหลายที่ได้กล่าวมา ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ถึงแนวทางการกำหนดความรับผิดทางอาญาของพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกกรณีการอวดอุตริมนุสสรรมตั้งแต่ออดีตที่ผ่านมาในแง่ของพระธรรมวินัยแล้วน่าจะเป็นเครื่องมือหลักของมหาเถรสมาคม ที่จะนำมาเป็น



บทลงโทษพระภิกษุสงฆ์ที่ละเมิดพระธรรมวินัย ซึ่งจะทำให้พระพุทธศาสนาเป็นที่เคารพศรัทธาและเป็นที่พักพิงของคนในสังคม

หากพิจารณาเหตุผลของการรักษาความสงบเรียบร้อยของฝ่ายบ้านเมือง ขณะนี้ยังไม่มีกฎหมายฉบับใดที่จะเป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหารบ้านเมืองที่จะนำพระสงฆ์ที่ปฏิบัติไม่เหมาะสมไม่ควรและสร้างความเสื่อมเสียให้กับพุทธศาสนาไปลงโทษทางอาญา เนื่องจากสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป จิตใจของคนในสังคม ไม่มีจิตที่ย้ำเกรงกลัวต่อบาป และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในสังคม ใช้พุทธศาสนาเป็นช่องทางในการหาประโยชน์นั้นวันแต่จะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น หากไม่มีการบัญญัติกฎหมายหรือเพิ่มเติมบทลงโทษทางอาญาในกฎหมาย หรือมีมาตรการใดๆ ที่จะเข้ามาเป็นเครื่องในการปกป้องคุ้มครองพุทธศาสนา นอกเหนือจากกลไกที่มีอยู่ขนาดนี้ ก็ย่อมทำให้พุทธศาสนาเสื่อมโทรมและเสื่อมศรัทธาลง ดังนั้น คณะผู้ศึกษาจึงเห็นว่า เมื่อทราบปัญหาที่แท้จริงแล้วว่าการกระทำทั้งหลายที่เกิดขึ้นจากการไม่มีบทลงโทษที่จะนำมาลงแก่ความผิดที่เกิดขึ้นในกฎหมายบ้านเมือง บุคคลที่กระทำความผิดนอกจากไม่เกรงกลัวต่อบาปแล้วยังไม่เกรงกลัวต่อกฎหมายฝ่ายบ้านเมืองด้วย เนื่องจากไม่มีบทกฎหมายใดๆ มาบังคับแก่ผู้ละเมิดพระธรรมวินัย แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสสรธรรมจึงมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องมีขึ้นในสังคมไทย ฉะนั้น หากในปัจจุบันจะมีการกำหนดโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์ขึ้นอีกครั้งหนึ่งก็ย่อมไม่ใช่เรื่องแปลก เพราะประเทศไทยเคยมีบทบัญญัติดังกล่าวแล้ว ซึ่งในอดีตปัญหาการอวดอ้างคุณวิเศษยังมีไม่มากเพราะพระสงฆ์ในสมัยก่อนการบวชเข้ามาในพุทธศาสนาก็คือการบวชเพื่อศึกษาพระธรรมและปฏิบัติตนเพื่อมรรคผลนิพพาน ไม่ใช่บวชเพื่อแก้กรรมหรือบวชเพื่อความสบายใจหรือหลบหลีกปัญหาทางโลกชั่วคราว ด้วยเหตุผลตามที่ได้กล่าวมาจึงสมควรนำบทบัญญัติที่เป็นการป้องปรามต่อผู้ไม่หวังดีและหาประโยชน์จากพุทธศาสนา ให้ได้รับโทษและเป็นการปกป้องคุ้มครองพุทธศาสนา

## 6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

บทสรุปของการศึกษาพบว่า การอวดอุตริมนุสสรธรรมเป็นการกระทำที่ผิดพระธรรมวินัยบทหนักคืออาบัติปาราชิก เมื่อได้รับโทษทางทางพระวินัยถึงที่สุดแล้ว ก็คือ ให้ขาดจากความเป็นพระสงฆ์และไม่สามารถกลับมาบวชใหม่ได้อีก และควรจะต้องได้รับโทษตามกฎหมายฝ่ายบ้านเมืองด้วย แต่กฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งประมวลกฎหมายอาญา พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ.2505 ยังไม่ได้กำหนดเป็นความผิดและโทษเอาไว้ จึงไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายต่อผู้กระทำละเมิดพระธรรมวินัยได้ การกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาจึงเป็นแนวทางที่สามารถแก้ไขปัญหาไม่ให้มีการละเมิดพระธรรมวินัย ดังปรากฏตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความผิดอาบัติปาราชิก (อวดอุตริมนุสธรรม)

ความผิดอาบัติ ปาราชิก (อวดอุตริมนุสธรรม)	การลงโทษตามพระ ธรรมวินัย	การลงโทษตามกฎหมาย บ้านเมือง	ผลการบังคับใช้ กฎหมาย
อดีต	ได้รับโทษคืออาบัติ ปาราชิก (ไม่สามารถ กลับมาบวชได้อีก)	มีกฎหมายกำหนดเป็น ความผิดและโทษไว้ใน กฎหมายสงฆ์ 10 ข้อ (กฎหมายตราสามดวง)	สามารถนำผู้กระทำ ความผิดมาลงโทษ ตามกฎหมายได้
ปัจจุบัน	ได้รับโทษคืออาบัติ ปาราชิก (ไม่สามารถ กลับมาบวชได้อีก)	ประมวลกฎหมายอาญา / พ.ร.บ.คณะสงฆ์ พ.ศ.2505 ไม่ได้กำหนดไว้เป็นความผิด และโทษ	ไม่สามารถบังคับใช้ กับพระสงฆ์ที่ละเมิด พระธรรมวินัย (ปาราชิก)

จากตารางสรุป จะเห็นได้ว่าเมื่อไม่มีมาตรการทางกฎหมายใดมาใช้บังคับ จึงเห็นสมควรที่จะ  
ทบทวนบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันประกอบกับเหตุผลและความจำเป็นทางสังคมที่จะต้องมี  
เครื่องมือ เพื่อควบคุมไม่ให้บุคคลเข้ามาหาประโยชน์จากช่องว่างในทางพุทธศาสนา ประกอบกับเหตุผล  
ทางสังคมในอดีตที่ผ่านมาที่มีการกำหนดความรับผิดชอบทางอาญาต่อพระสงฆ์ที่อาบัติปาราชิก ดังที่ปรากฏใน  
สมัยกฎหมายตราสามดวงที่กำหนดกฎหมายของพระสงฆ์ 10 ข้อเอาไว้ ต่อมาได้มีการยกเลิกกฎหมาย จึงถือได้ว่า  
ประเทศไทยขาดเครื่องมือหลักในการควบคุมหรือเอาผิดกับพระสงฆ์ที่ประพฤติตนไม่เหมาะสมในทาง  
พุทธศาสนา แม้ภายหลังจะมีการตราพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ขึ้นมาเป็นการเฉพาะก็ตาม  
แต่บทบัญญัติแห่งกฎหมายนี้ก็เพียงการกำหนดรูปแบบการปกครองคณะสงฆ์เท่านั้น ขณะเดียวกัน  
ประมวลกฎหมายอาญาก็มีเพียงความผิดที่เกี่ยวกับศาสนาที่มุ่งคุ้มครองเฉพาะวัตถุหรือองค์ภภายใน  
เท่านั้น จากกรณีวิเคราะห์แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบทางอาญา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันปรากฏเหตุผล  
ทางสังคมให้เห็นว่า การลงโทษของพระสงฆ์ที่ประพฤติผิดและได้รับโทษในอดีตที่ผ่านมา มีความ  
เหมาะสมและเพื่อเป็นการปกป้องคุ้มครองพุทธศาสนา ควรจะมีบทบัญญัติดังกล่าวอยู่เพื่อเป็นเครื่องมือ  
ควบคุมไม่ให้มีการละเมิดพระธรรมวินัย แต่ในปัจจุบันไม่มีบทบัญญัติที่เป็นการลงโทษในลักษณะนี้อีก  
จึงสามารถสรุปได้ว่า การที่ไม่มีมาตรการใดๆ ในปัจจุบันมาบังคับหรือกำหนดโทษทางอาญาต่อพระสงฆ์  
ที่อาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุส ธรรมที่หวังลากสักการะก็ย่อมทำให้ผู้ที่กระทำความผิดดังกล่าวมี  
จำนวนมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ศึกษาวิจัยจึงเห็นว่า กฎหมายหรือมาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบันจึงไม่สอดคล้อง  
หรือทันต่อสภาวะการณ์ของปัญหาที่กำลังประสบต่อพุทธศาสนา หากประเทศไทยหรือพุทธศาสนิกชนทุก  
คนต้องการปกป้องหรือคุ้มครองพุทธศาสนา จำเป็นจะต้องหามาตรการที่เหมาะสมคือกำหนดฐานความผิด  
ทางอาญาที่อาบัติปาราชิกกรณีอวดอุตริมนุสธรรมให้เป็นเครื่องมือเพื่อบังคับใช้กับผู้ละเมิดพระธรรมวินัย  
ต่อไป

## 7. ข้อเสนอแนะ

การเสนอแนะในบทความนี้คณะผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวทั้ง 3 มิติดังต่อไปนี้  
**มิติด้านกฎหมายและนโยบาย**

กรมศาสนา มหาเถรสมาคม สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ จะต้องเป็นหน่วยงานหลัก ในการรับฟังและสนับสนุนแก้ไขบทบัญญัติแห่งกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับภายใต้ พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 เพื่อให้มีมาตรการการลงโทษผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับการอวดอุตริมนุสธรรมและให้บรรจุก้าวเข้าไปในปัญหาสำคัญในระดับนโยบายที่จะต้องมีการตรวจสอบและติดตามการแก้ไขภายใต้พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 โดยมหาเถรสมาคม จะต้องทบทวนมาตรการที่เป็นการป้องกันการกลับมาบวชใหม่อย่างชัดเจนของผู้ที่ขาดจากความเป็นพระด้วยเหตุ ปาราชิก เพื่อเป็นกลไกในการป้องกันบุคคลเข้ามาหาประโยชน์ในพุทธศาสนาอีกครั้ง ตลอดจนการสร้างเครื่องมือในการตรวจตราต่อพระสงฆ์ที่อาจมีพฤติกรรม การอวดอุตริมนุสธรรมและการสะสมทรัพย์หรือการหาประโยชน์ใดๆ ในการบวชในพุทธศาสนา

### มิติด้านสังคม

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบจะต้องสนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาแนวทางการกำหนด ความรับผิดชอบและโทษที่จะลงแก่พระสงฆ์ ให้เกิดความเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น ในปัจจุบัน โดยจะต้องเผยแพร่ต่อสังคมถึงเหตุผลและแนวคิดของสำนักบ้านเมือง (Positive Law) ว่ามีความจำเป็นที่จะต้องนำมาเป็นแนวคิดและแนวทางเพื่อหาทางออกที่เหมาะสมเพื่อเป็นการปกป้องคุ้มครองพุทธศาสนา โดยการยกตัวอย่างเหตุผลทางสังคมที่ประเทศไทยเคยกำหนดบทลงโทษต่อพระสงฆ์ ในกฎหมายตราสามดวง เป็นต้น

### มิติด้านพุทธศาสนิกชน

กำหนดกลไกเพื่อสร้างความเข้าใจต่อพุทธศาสนิกชนในประเทศไทย ผ่านกิจกรรมหรือโครงการ หรือสร้างเครือข่ายทางพุทธศาสนาเพื่อให้ทราบถึงปัญหาการใช้ช่องว่างทางกฎหมายมาหาประโยชน์ จากคนในสังคมทุกรูปแบบ ซึ่งพุทธศาสนิกชนต้องเข้าใจถึงผลกระทบที่จะเกิดความเสียหายต่อพุทธศาสนา หากไม่มีการสร้างกลไกในการตรวจตราภาคประชาชนขึ้น ดังนั้น ควรตั้งเป็นคณะกรรมการภาคประชาชน ในการตรวจตราและรายงานการกระทำความผิดหรือการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เพื่อเสนอหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อไป

## 8. เอกสารอ้างอิง

กฎหมายตราสามดวง เล่ม 4 (พ.ศ. 2506) (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: องค์การคำคุณสุสภา.

คชารัตน์ เสงตรระกุล. (2550). การศึกษาป้องกันและควบคุมอาชญากรรมในทัศนะคริสต์ศาสนา

พระพุทธานุชา และกฎหมายตราสามดวง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์สาขาศาสนา  
ธรรมศาสตร์). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

โชติ ทองประยูร. (2535). คำบรรยายกฎหมายมหาเถรสมาคม ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2521) ว่าด้วยการลง

นิคหกรรมพร้อมด้วยเชิงอรรถกฎหมายคณะสงฆ์ คำพิพากษาฎีกาเกี่ยวกับกฎหมายคณะสงฆ์.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา.

- ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ. (2549). *หลักกฎหมายอาญาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- ปลื้ม โชติษฐยางกูร. (2522). *คำบรรยายกฎหมายพระสงฆ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมสภา.
- ปัญญา ใช้บางยาง และคณะ. (2548). *พระวินัย 227 พุทธบัญญัติจากพระไตรปิฎก* (พิมพ์ครั้งที่ 2).  
กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ประยุทธ์โต ปยุตโต). (2538). *วินัยเรื่องใหญ่กว่าที่คิด*. กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.  
\_\_\_\_\_. (2549). *นิติศาสตร์แนวพุทธ*. กรุงเทพมหานคร: สหธรรมิก.
- พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505. (2505). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 79, ตอน 115 ก, ฉบับพิเศษ. หน้า  
29-44.
- พระราชรัตนกวี (ไสว สุจิตโต ). (2523). *คำอธิบายกฎหมายเถรสมาคม ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2521) ว่าด้วยการ  
ลงนิคหกรรม ภาควิชาการและภาคปฏิบัติ พร้อมด้วยพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 และ  
กฎหมายเถรสมาคม ฉบับที่ 11*. กรุงเทพมหานคร: อีรพงษ์การพิมพ์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์  
\_\_\_\_\_. (2542). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิสาร พันธนะ. (2538). *เอกสารการสอนชุดวิชากฎหมายอาญา 2* (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี:  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.
- สุชีพ ปุญญานุภาพ. (2539). *พระไตรปิฎกฉบับประชาชน* (ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: มหามกุฏราชวิทยาลัยใน  
พระบรมราชูปถัมภ์.
- แสวง อุดมศรี. (2543). *พระวินัยปิฎก 1*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- อดุลย์ นุแบ่งถา. (2552). *การดำเนินการทางวินัยกับพระสงฆ์ที่กระทำผิดวินัย: ศึกษาตามพระราชบัญญัติ  
คณะสงฆ์ พ.ศ. 2505*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- อริราช มณีภาค. (2546). *การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการยุติธรรมในพระวินัยปิฎกกับกระบวนการ  
ยุติธรรมของกฎหมายไทย* (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหา  
จุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.



Journal of Liberal Arts  
and Management Science  
Kasetsart University

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

59/6 หมู่ 1 ถนน วปรอ. 366 ตำบลเชียงเครือ

อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร 47000

โทรศัพท์: 0-4272-5039

โทรสาร: 0-4272-5040

Website: <http://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam>

E-mail: [id.journaloflams@gmail.com](mailto:id.journaloflams@gmail.com)