



คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Journal of Liberal Arts and Management Science
Kasetsart University

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566

Vol.10
No.1

January - June 2023



ISSN: 2350-9627 (Print)

ISSN: 2697-3766 (Online)



วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัย ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ให้แก่นิสิต ในระดับบัณฑิตศึกษาคณาจารย์ นักวิจัย โดยมีขอบเขตครอบคลุมสาขาที่เกี่ยวข้องกับด้านศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้แก่ การบัญชี การเงิน การบริหาร การจัดการ การตลาด เศรษฐศาสตร์ การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์ การกีฬาและสหวิทยาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เจ้าของ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่ปรึกษา รองอธิการบดีวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก ทานนนิมิตกุลชัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรชกร	มหาวิทยาลัยนครพนม
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทเวตา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โกวิททย์ พิมพ์วง	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 สมไพรพิทักษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวณิชชา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล อริยอากาศมล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศักดิ์ศรีสุริยา ไตรยราช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัดมนไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรไพโรจน์ อุปปิง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสสรดา พิชญานีธรรมา	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 อำเภอเมือง 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 ได้รับการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน โดยประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดลักษณะ double blind review ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นที่สุด
2. ข้อความ และข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน กองบรรณาธิการและคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วย และมีข้อความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการและคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
3. กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา
4. ลิขสิทธิ์บทความเป็นของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการและของผู้เขียนซึ่งได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนก่อน

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มุ่งมั่นที่จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังนั้น กองบรรณาธิการจึงให้ความสำคัญกับการเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งผ่านการคัดเลือกและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชาของบทความนั้นๆ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการและสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้แก่นักวิจัย อาจารย์ นิสิตนักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจใช้ผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง

วารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566) ประกอบด้วยบทความวิจัยและบทความวิชาการจำนวน 9 เรื่อง ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ความเชื่อของบุคคล การเรียนรู้ส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยว: หลักฐานเชิงประจักษ์จากนักท่องเที่ยวพระธาตุพนมในประเทศไทย 2) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับผลการดำเนินงานขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย 4) อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 5) การเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไรและจุดคุ้มทุนของการปลูกผักเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ 6) การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมและความตั้งใจซื้อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบของผู้บริโภค 7) การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยโดยการอภิमानเชิงชาติพันธุ์วรรณา 8) การเปรียบเทียบดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในระยะเริ่มต้น กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าทุกบทความจะเป็นประโยชน์ต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ของนักวิจัย นักวิชาการและผู้อ่านทุกท่าน และมีส่วนร่วมในการต่อยอดความคิดแก้ไขปัญหาหรือต่อยอดการผลิตนวัตกรรมใหม่ๆ สู่เศรษฐกิจและสังคมไทยเพิ่มมากขึ้น

กองบรรณาธิการขอขอบคุณสำหรับการสนับสนุนด้วยดีเสมอมาจากทั้งผู้เขียนบทความและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ช่วยพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อความสมบูรณ์ของบทความ รวมถึงผู้อ่านทุกท่านที่ได้ติดตามวารสารมาโดยตลอด กองบรรณาธิการจะพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการวิชาการอย่างต่อเนื่อง และยินดีรับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย/บทความวิชาการ	หน้า
การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ความเชื่อของบุคคล การเรียนรู้ส่วนบุคคล และพฤติกรรม การท่องเที่ยว: หลักฐานเชิงประจักษ์จากนักท่องเที่ยวพระธาตุนมในประเทศไทย <i>พรหมภัสสร ชุณหบุญญทิพย์</i>	(1-19)
รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง <i>ปิยาภิศักดิ์ เจียรสุคนธ์ และ บัวจันทร์ อินธิโส</i>	(20-37)
ความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับผลการดำเนินงานขององค์กรของ สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย <i>พัฒนะ พิมพ์แน่น และ อภิ คำเพราะ</i>	(38-54)
อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน <i>จิตพิสุทธิ บุปผาพันธ์ เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล ธัญลักษณ์ เมืองโคตร และ ตติยาภรณ์ ศิริศักดิ์ากุล</i>	(55-71)
การเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไรและจุดคุ้มทุน ของการปลูกผักเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ <i>วัชনীพร เศรษฐสุสัโก และ ชวีศา ตงศิริ</i>	(72-91)
การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมและความตั้งใจซื้อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูป อบกรอบของผู้บริโภค <i>ศรโสภณพณห์ พิมพ์สาลี และ เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล</i>	(92-108)

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย/บทความวิชาการ	หน้า
การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย โดยการอภิमानเชิงชาติพันธุ์วรรณนา <i>ณัฐพัชร์ อภิวัดน์ไพศาล</i>	(109-132)
การเปรียบเทียบดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของประชากรวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร <i>ปาณิสรา ทศนัยนา ภูซงค์ รุ่งอินทร์ เกรียงไกร พร้อมนฤฤทธิ์ บรรณลลิตี ลีทิธิบรรณกุล อรจิรา วงศ์อาษา และ สุรเชษฐ์ อ่อนลีแดง</i>	(133-146)
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาทางการแพทย์และ เชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในระยะเริ่มต้น <i>กิตติกวินท์ เอี่ยมวิริยาวัฒน์</i>	(147-166)

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ความเชื่อของบุคคล การเรียนรู้ส่วนบุคคล และพฤติกรรม
การท่องเที่ยว: หลักฐานเชิงประจักษ์จากนักท่องเที่ยวพระธาตุพนมในประเทศไทย
RELIGIOUS TOURISM, PERSONAL BELIEF, INDIVIDUAL LEARNING, AND
TOURISM BEHAVIOR: EMPIRICAL EVIDENCE FROM PHRA THAT PHANOM
TOURISTS IN THAILAND

พรหมภัสสร ชุณหบุญญทิพย์^{1*}

Prompassorn Chunhabunyatip^{1*}

(Received: March 14, 2023; Revised: April 29, 2023; Accepted: May 12, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ความเชื่อของบุคคล และการเรียนรู้ส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพระธาตุพนมในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวพระธาตุพนมในประเทศไทย จำนวน 400 คนเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้นในการทดสอบผลกระทบทางตรงและเชิงแทรก ผลลัพธ์การวิจัย พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ความเชื่อของบุคคล และการเรียนรู้ส่วนบุคคล มีผลกระทบที่สำคัญเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความเชื่อของบุคคลและการเรียนรู้ส่วนบุคคล มีผลกระทบเชิงแทรกที่จำเป็นต่อความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงศาสนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงศาสนามีบทบาทสำคัญที่มีอิทธิพลและผลกระทบ และสามารถชักจูงและจูงใจต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวและกราบไหว้สักการะพระธาตุพนมในประเทศไทย และความเชื่อของบุคคลและการเรียนรู้ส่วนบุคคลสามารถส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันทั้งทางตรงและทางอ้อมให้นักท่องเที่ยวมาและกลับมาท่องเที่ยวและกราบไหว้สักการะพระธาตุพนมมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารพระธาตุพนมในประเทศไทยและตัวแทนหน่วยงานราชการ สามารถส่งเสริมและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้มีความยั่งยืน โดยต้องบำรุงรักษา จัดการ และสร้างสรรค์คุณลักษณะ คุณประโยชน์ และคุณค่าของพระธาตุพนมให้เป็นอย่างดี เพื่อจูงใจและชักนำให้นักท่องเที่ยวในประเทศไทยและต่างประเทศให้มาและกลับมาท่องเที่ยวและกราบไหว้สักการะพระธาตุพนมอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การเรียนรู้ส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวพระธาตุพนม

¹ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม

Lecturer, Tourism and Service Industry College, Nakhonphanom University

* Corresponding author, E-mail: prompassorn@npu.ac.th

Abstract

This study examines the effects of religious tourism, personal belief and individual learning on the tourism behavior of Phra That Phanom tourists in Thailand. 400 Phra That Phanom tourists in Thailand are the samples of the study. Hierarchical multiple regression analysis was utilized to investigate the direct and moderating effects. The results indicate that religious tourism, personal belief and individual learning significantly and positively affect tourism behavior. In addition, both personal belief and individual learning have critical moderating effects on religious tourism-tourism behavior relationships. In summary, religious tourism plays a significant role in influencing, affecting, motivating, and persuading tourists' behaviors to visit Phra That Phanom in Thailand. Moreover, personal belief and individual learning can, directly and indirectly, promote, support and advance tourists for visiting and revisiting Phra That Phanom. The results suggest that executives and other related government agencies can promote sustainable religious tourism of Phra That Phanom by maintaining, managing and creating the important characteristics, benefits and values that will help motivate and influence all tourists from Thailand and other regions to visit and revisit Phra That Phanom on a regular basis.

Keywords: Religious Tourism, Individual Learning, Tourism Behavior, Phra That Phanom Tourists

1. Introduction

Nowadays, competitive environments and situations have changed continuously and these changes create new coming competitors, increased expectations and wants of clients, growths of digital technologies, pressures of health climates and situations, and forced requirements and compliances of laws and regulations. Indeed, the health climates and situations are called the COVID-19 pandemics have affected business operations, industry activities and the quality of people's lives nationwide and worldwide. Several businesses and industries have closed down their operations, adjusted their activities, changed their methods and procedures or started new operations. For tourism industry, tour operations, airlines, hotels, and other related businesses have gone through several changes, including types, forms, methods, procedures, and contents. Interestingly, since 2022, the situation of the COVID-19 pandemics has recovered as reflected through a decreased number of patients. Accordingly, businesses have returned to renew operations and activities and start their new challenges, effective strategies and efficient techniques. A tourism business has quickly adjusted and repositioned itself to be more challenging and these strategies greatly enhance sustainable tourism, wellness and health tourism and experiential tourism. For the context of experiential tourism, religious tourism is considered one of the oldest and fastest-growing segments which needs explicit reposition during the COVID-19 pandemic (Ahmad et al., 2021). It attracts and motivates tourists with religious purposes, such as pilgrimage, missionary work, or spiritual retreat. It encompasses a wide range of activities, from visiting holy sites and participating in

religious ceremonies to attending religious events and festivals. Moreover, religious tourism is often driven by personal faith, a desire to connect with a particular religious community, or an interest in learning about different religions and their practices. Thus, religious tourism is one of a well-known experiential tourism which focuses on unique and authentic experiences over more traditional forms of tourism.

Religious tourism is considered the most growing and developing tourism sector due to socio-cultural changes. It has a significant impact on benefits of local economies as getting donations and charity and purchasing and spending for accommodations, souvenirs and others and it promotes, enhances and creates local people's qualities of life (Heidari et al., 2021). In addition, religious tourism is defined as contemporary patterns of visitation to places of religious importance or pilgrimage sites where visitors aim to fulfill religious needs and recreational needs (Shinde, 2015). It is a form of travel associated with religious purposes or with a religious orientation. It is a sacred place that people visit to participate in or follow-up on religious ceremonies, a pilgrimage visit, or an activity to fulfill religious duties (Kartal et al., 2015). Visitors have had pilgrimage travels for three reasons: having exclusively religious characters with a motivation for spiritual or religious fulfillment, a journey for sacred celebration and religious rite that are completed on arrival, and a destination for immanent and transcendent together a complex spiritual travel phenomenon. Great religious tourism has a positive relationship with best push and pull motives which attract the power of the visiting destination, superior satisfaction through a positive experience of tourists during their visit which exceed their expectations and certain loyalty via an intention of the tourists to repeat the visit to the travel destination. As mentioned earlier, religious tourism plays a significant role in driving and determining tourists' behaviors.

Interestingly, both personal belief and individual learning are important drivers of tourism behavior. Personal belief is defined as a collection of cultural models and schema constructed to understand, orient and manage experience, using subjective reference to the supernatural for appropriate living (Kline, 2012). It helps share conventional ideas about how the world works that an individual learns by talking and acting with his or her follows who help guide an attention to drawing inferences about and evaluation of experience. It represents a cognitive response which includes interactivity, social role and image, informativeness, opinion, and viewpoint (Ariffin et al., 2018). An individual's personal belief can enhance active direct experience and achieve inferences made based upon past experience that relates to the present stimulus. Thus, personal belief can help to shape an individual attitude towards religious tourism. It is likely to drive, determine and explain tourism behavior. Similarly, individual learning refers to a means or an approach of meaning-oriented learning, instruction learning, planned learning, and emergent learning behavior an individual undertakes to study a given situation to flourish and survive in the complex environment (Kusemererwa et al., 2020). These types of learning have linked an individual's behaviors to self-lifestyle and self-life practice. Moreover, individual learning

is a process through which an individual creates knowledge by interpreting and assimilating a diversity of tacit and/or explicit information (Balbastre et al., 2003). It represents an individual's view and interpretation of the world, including explicit and implicit understandings through dialogues, negotiations or arguments with others. With regard to religious tourism, tourists have visited and revisited the places of religious importance or the pilgrimage sites because they have existing knowledge and experience which attract, motivate and influence them to participate in and follow-up on religious ceremonies, pilgrimage visits, and activities. Accordingly, individual learning is a significant determinant of tourism behavior. Furthermore, both personal belief and individual learning are proposed to moderate the effects of religious tourism on tourism behavior. They can positively strengthen the religious tourism-tourism relationships. More personal belief and individual learning can link to greater the research relationships.

In addition, tourism behavior is a valuable outcome of religious tourism, personal belief and individual learning. It refers to a spontaneous action that presents cognition responses and appears in which involvement with tourism is directly related to great tourism attributes' perceptions as leading to a superior commitment of the selected tourism (Leong, 2017). It reflects to an individual's perceived relevance of the object based on inherent needs, values and interests from the tourism involvement perspective. Therefore, tourism behavior becomes a major result of successfully applying religious tourism, personal belief and individual learning.

This study attempts to examine the effects of religious tourism, personal belief and individual learning on tourism behavior of Phra That Phanom tourists in Thailand through moderating effects of both personal belief and individual learning. For Thailand's aspect, religious tourism has expanded significantly through operations, activities, festivals, and events because there are interesting religious sites which can attract, motivate and influence tourists' visits. In this study, Phra That Phanom tourists in Thailand are the samples of the study because Phra That Phanom is popular among Thai people and Buddhists from other Asian countries although it is seldom visited by non-Asian tourists. It is a famous pagoda in Thailand which is believed to house an important religious relic as the breast bone of the Lord Buddha. Accordingly, why and how Phra That Phanom tourists have visited and revisited are an important issue to investigate. The key research question is how religious tourism affects tourism behavior. The specific research questions are: (1) How personal belief affects tourism behavior, (2) How personal belief moderates the religious tourism-tourism behavior relationships, (3) How individual learning affects tourism behavior, and (4) How individual learning moderates the religious tourism-tourism behavior relationships.

The remainder of this study is organized as follows. In the next section, a brief background and a relevant literature of religious tourism, personal belief, individual learning, and tourism behavior are provided. In addition, the conceptual model is presented and their hypotheses are developed. In

the subsequent section, the information about research methods, including data collection, sample selection, measurements for all variables and statistical techniques are described. Moreover, estimated results and possible discussions are provided. Finally, the study concludes with a discussion of limitations, implications, future research directions, and an overall summary.

2. Objectives of the study

The objectives of the study are presented as follows.

1. To examine the effects of religious tourism, personal belief and individual learning on tourism behavior of Phra That Phanom tourists in Thailand. In
2. To examine the moderating effects of both personal belief and individual learning on the research relationships.

3. Relevant Literature Review and Hypotheses Development

The theory of planned behavior is utilized to explain the effects of religious tourism on tourism behavior. It focuses on modeling behavior that is under an individual's complete volitional control, allowing for incorporating behavior over which an individual has limited volitional control (Ajzen, 1991). It comprises three perceptual constructs of beliefs, including attitude, subjective norms, and perceived behavioral control that influence behaviors with a high degree of accuracy. In the context of religious tourism, tourists have visited and revisited Phra That Phanom mainly because it provides them with valuable outcomes as reflected through their attitudes toward their favorable behaviors. They have been motivated to conform those referents as an intention to bring out their greater behaviors. Next, they have learned and utilized past experience to relate to Phra That Phanom to provide a conceptual guide and encourage behavioral attempts. Therefore, religious tourism has encouraged tourists to continuously visit and revisit Phra That Phanom. Moreover, both personal belief and individual learning play important roles in directing and moderating the religious tourism-tourism behavior relationships. Figure 1 shows the conceptual model of the research relationships.

A. Religious tourism

Religious tourism has continuously increased worldwide and it is largely associated with cultural, spiritual and religious aspects. In this study, religious tourism is a key and significant player affecting and influencing tourism behavior. It refers to contemporary patterns of visitation to places of religious importance or pilgrimage sites where visitors aim to fulfill religious needs and recreational needs (Shinde, 2015). It is a form of travel associated with religious purposes or with a religious orientation. It is a sacred place that people visit to participate in or follow-up on religious ceremonies, a pilgrimage visit, or an activity to fulfill religious duties (Kartal et al., 2015). It promotes visits to sacred places which typically entail visitors' experience with ancient pilgrimage routes, learning about local culture

and creating relationships with local communities. Thus, it can fulfill their needs for spirituality. Next, religious tourism contains the visit of religious ceremonies and conferences, including all the visit of local, regional, national, and international religious destinations (Heidari et al., 2021). It focuses on the visit of religious sites, monuments or destinations with the primary aim of engaging with or intensifying a specific faith. Visitors have had pilgrimage travels for three reasons: having exclusively religious characters with a motivation for spiritual or religious fulfillment, a journey for sacred celebration and religious rite that are completed on arrival, and a destination for immanent and transcendent together with a complex spiritual travel phenomenon. Great religious tourism has a positive relationship with best push and pull motives which increase the power of the visiting destination and superior satisfaction through a positive experience of tourists during their visit which exceeds their expectations and certain loyalty via their intention to repeat the visit to the travel destination.

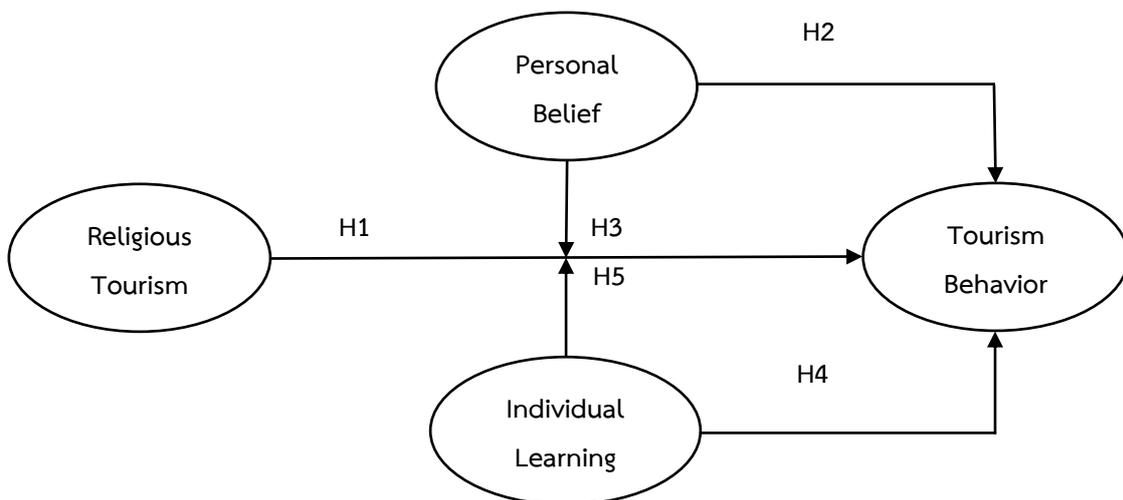


Figure 1 A conceptual model of the religious tourism-tourism behavior relationships

Religious tourism can increase more tourists and possibly lead to higher tourism earnings, learning a cultural legacy, respect of the people of different religions who worship in the places, learning to regard members of other religions, and improvement of the peace in the world through a dialogue among religions. It can generate a greater amount of donations and charity, motivation of faithful participants in the resident trade by purchasing some souvenirs or leaving some votive offering that help create the reputation of certain local craft activities, and a growing number of tourists that help increase the revenues and other benefits obtained by a business dedicated to tourism and hospitality services in a certain religious site. Accordingly, religious tourism plays a significant role in driving and determining tourists' behaviors. It is hypothesized to have a significant and positive effect on tourism behavior. Therefore,

H1: Religious tourism has a positive effect on tourism behavior.

B. Personal belief

Personal belief is the second indicator for determining tourism behavior in this study. It refers to a collection of cultural models and schema constructed to understand, orient and manage experience, using subjective reference to the supernatural for appropriate living (Kline, 2012). It helps share conventional ideas about how the world works and an individual learns by talking and acting with his or her follows who help guide an attention to drawing inferences about and evaluation of experience. It influences an individual's cognitive assessment and interpretation of reality through feeling and behaviors that are largely influenced by a way of the situations (Abu-Doleh & Hammou, 2015). Moreover, personal belief is an aspect of shared identity and dealing with what are considered to be eternal truths and it tends to be held very strongly (Shepherd, 2010). It represents a cognitive response which includes interactivity, social role and image, informativeness, opinion, and viewpoint (Ariffin et al., 2018). An individual's personal belief can enhance active direct experience and achieve inferences made based upon past experience that relates to the present stimulus. It reflects views on what knowledge is, how it is gained and the limits and criteria for determining knowledge (Tickle et al., 2005). Accordingly, personal belief can link to an individual's rational values and reasonable preferences. For a religious tourism aspect, personal belief has forced, motivated and attracted tourists to visit and revisit places of religious importance or pilgrimage sites continuously. It can help shape an individual attitude towards religious tourism. Sustainable and in-depth personal belief can affect and influence them to have obtained great tourism behavior. Thus, personal belief is likely to drive, determine and explain tourism behavior. It is hypothesized to have a significant relationship with tourism behavior. In addition, while personal belief is an important determinant of tourism behavior, it can strengthen the association between religious tourism and tourism behavior. It can also increase the religious tourism-tourism behavior relationships because it helps explain the links between tourists' motivational factor and their reasonable behaviors. Therefore,

H2: Personal belief has a positive effect on tourism behavior.

H3: Personal belief positively moderates the religious tourism-tourism behavior relationships.

C. Individual learning

Individual learning is the last determinant of tourism behavior in this study. It is defined as a means or an approach of meaning-oriented learning, instruction learning, planned learning, and emergent learning behavior an individual undertakes to study a given situation to flourish and survive in the complex environment (Kusemererwa et al., 2020). It is development of new knowledge or insights that have the potential to influence behavior and a drive of individuals to be creative and innovative in their qualities of life (Mutonyi et al., 2020). These types of learning have linked an individual's behaviors to self-lifestyle and self-life practice in a daily life. In addition, individual learning is a process through

which the individual creates knowledge by interpreting and assimilating a diversity of tacit and/or explicit information (Balbastre et al., 2003). It is an exclusive and habitual manner of acquiring knowledge, skills and attitude development. It represents an individual's view and interpretation of the world, including explicit and implicit understandings through dialogues, negotiations or arguments with others. It requires a climate to encourage an individual to follow situational rules and procedures. With regard to religious tourism, tourists visit and revisit the places of religious importance or the pilgrimage sites mainly because they have existing knowledge and experience which attract, motivate and influence them to participate in and follow-up on religious ceremonies, pilgrimage visits, and activities. A tourist with great individual learning is likely to make more commitment with the places of religious importance or pilgrimage sites where visitors come to fulfill religious needs and recreational needs by visiting religious ceremonies and conferences. Thus, individual learning has potential to encourage tourists to acquire understanding and knowledge to fulfill religious needs and recreational needs, improve inside spirituality and enhance great religious behaviors. It is a tourist's ability to acquire new knowledge which requires more understanding to perform effectively under given religious tourism conditions. Accordingly, individual learning is a significant determinant of tourism behavior. It is hypothesized to significantly and positively affect tourism behavior. Moreover, individual learning is also proposed to moderate the effects of religious tourism on tourism behavior. It has potential to affect the strengths of the relationships between religious tourism and tourism behavior. It can cause an amplifying effect on the religious tourism-tourism behavior relationships. Thus, individual learning can positively strengthen the research relationships. Therefore,

H4: Individual learning has a positive effect on tourism behavior.

H5: Individual learning positively moderates the religious tourism-tourism behavior relationships.

D. Tourism behavior

Interestingly, tourism behavior is a significant result of successful religious tourism operations and activities. In this study, tourism behavior is a valuable outcome of religious tourism, personal belief and individual learning. It is defined as a spontaneous action that presents cognition responses and appears in which involvement with tourism is directly related to great tourism attributes' perceptions as leading to a superior commitment of the selected tourism (Leong, 2017). It is a favorable propensity toward a commodity, service or destination of places of religious importance or pilgrimage sites, a tourist's perception of acceptance from referent groups, such as members of the family, relatives, and colleagues for instructing behavior through embracing his or her intention to visit and the tourist's perception of his or her attributes or possession of the necessary expertise to perform a behavior (Jalilvand & Samiei, 2012). It reflects to an individual's perceived relevance of the object based on inherent needs, values and interests from the tourism involvement perspective. In addition, tourism behavior reflects tourists' consumption behavior, including pre-visit, on-site and post-visit of the

tourists to a particular destination (Leri & Theodoridis, 2021). It is an effective means of the intention to revisit and to recommend a destination through the likelihood of their repeating an activity or revisiting a facility and destination. It can substantially impact the dynamics of their tourism decision-making processes. Therefore, tourism behavior becomes a key outcome of successful application of religious tourism, personal belief and individual learning. It is hypothesized to be a result of the factors, namely religious tourism, personal belief and individual learning.

4. Research Methodology

A. Phra That Phanom tourists in Thailand as a sample of the study

Phra That Phanom, a highly-revered pagoda located beside the Mekong river is very well known among Thai people and Buddhists from other Asian countries although it is seldom visited by non-Asian tourists. This famous pagoda located in the Northeast of Thailand is considered a major Buddhist pilgrimage site. According to the legends, Phra That Phanom contains the Lord Buddha's breast bone and it is enshrined. It is one of the most important Theravada Buddhist structures in the region. Every year, a week-long festival at Phra That Phanom attracts thousands of people from both sides of the Mekong river who make pilgrimages to honor the shrine. The festival is traditionally packed with religious events. In Thai folk Buddhism, Phra That Phanom is considered auspicious for all Thai Buddhists. It is a popular pilgrimage destination for those born in the year of the Monkey. They are also regarded as lucky for those born on Sunday. As mentioned earlier, a number of visitors normally come to visit Phra That Phanom to honor the shrine. These people are called as Phra That Phanom tourists. Because of this, a study of Phra That Phanom tourists' behaviors is considered an important topic to investigate because their reasons and values of their visits become a major cause and consequence of religious tourism at Phra That Phanom. The result of the study would serve as useful information for sustainable maintenance, development and improvement of Phra That Phanom. Accordingly, Phra That Phanom tourists in Thailand are considered the appropriate samples of the study.

B. Design, population and sample

This study used convenience sampling to select participants. Because the population of this study could not be counted, 400 Phra That Phanom tourists in Thailand were contacted (Krejcie & Morgan, 1970). To collect data, a questionnaire with dichotomous scales was utilized. The questionnaire was distributed to these participants who made pilgrimages to honor the shrine. They had different characteristics, including gender, age, marital status, education level, occupation, a number of visits to Phra That Phanom, their perception of Phra That Phanom, and their achievement through Phra That Phanom' visits. The participants were asked to complete the questionnaire and return to the researcher. After checking the accuracy and completeness of the returned questionnaires, all information was ready to be used for verifying the research hypotheses.

C. Measures and the questionnaire

In this study, self-developed measurements of these constructs from existing literature were employed. Multiple items were for measuring each construct. Despite their carefully defined constructs, the measurement was impossible for one to directly manifest or observe the scale due to the abstract nature of the construct. The variables were estimated scales derived from their definitions and were applied from relevant literatures of religious tourism, personal belief, individual learning, and tourism behavior. The measurements using a 5-point Likert scale (1 = strongly disagree to 5 = strongly agree) were applied, except for control variables. A source of measurements is presented in Table 1. Measurements of these constructs are self-developed from existing literature as shown in Appendix A. Thus, all earlier mentioned variable measurements were used in this study. Interestingly, control variables were empirically tested, including gender, age and salary. Gender was measured using a dummy variable suggesting that male = 0 and female = 1. In addition, age was measured using a dummy variable indicating that below 35 years old = 0 and equal to or above 35 years old = 1. Next, salary was measured using a dummy variable indicating that below 30,000 baht = 0 and equal to or above 30,000 baht = 1.

D. Tests of factorability, validity and reliability

To achieve factorability, validity and reliability, factor loadings, item-total correlations and Cronbach alpha coefficients were investigated (Hair et al., 2010). The factor loadings of all items were greater than 0.60. In addition, the item-total correlations were greater than 0.30 indicating the achievement of the convergent validity. Next, the Cronbach alpha coefficients as well as the composite reliability were achieved with scoring greater than 0.07. According to these three criteria, all the indices could be accepted. Table 2 presents the factorability, validity and reliability results for multiple-item scales used in this study.

Table 1 A summary of measurements of all variables

Variables	Items	References
Tourism behavior (TB)	8	Jalilvand and Samiei, 2012; Leri and Theodoridis, 2021; Leong, 2017
Religious tourism (RT)	9	Heidari et al., 2021; Kartal et al., 2015; Shinde, 2015
Personal belief (PB)	5	Abu-Doleh and Hammou, 2015; Ariffin et al., 2018; Kline, 2012; Tickle at al., 2005
Individual learning (IL)	5	Balbastre et al., 2003; Kusemererwa et al., 2020; Mutonyi et al., 2020

Table 2 Results of measure validation

Items	Factor Loadings	Item-total Correlation	Cronbach Alpha
Tourism behavior (TB)	0.79-0.94	0.77-0.94	0.96
Religious tourism (RT)	0.68-0.88	0.68-0.87	0.92
Personal belief (PB)	0.85-0.94	0.84-0.94	0.94
Individual learning (IL)	0.89-0.94	0.89-0.95	0.95

E. Statistical techniques for hypotheses testing

This study tested the direct effects of religious tourism, personal belief and individual learning on tourism behavior. It also tested the moderating effects of both personal belief and individual learning on the religious tourism-tourism behavior relationships. To examine the research relationships, hierarchical multiple regression analysis was used as a statistical tool to prove and verify the research results (Tajeddini & Ratten, 2020). In this study, religious tourism was the dependent variable. Next, both personal belief and individual learning were both direct and moderating variables whereas tourism behavior was the dependent variable. Accordingly, the results of this study are presented in the next section.

5. Results and Discussion

In Table 3, descriptive statistics and correlation matrix for all variables are presented. Multicollinearity problem might occur when inter-correlation in each predict variable is more than 0.80, which suggests a strong relationship (Hair et al., 2010). The correlations range from 0.43 to 0.88 for predictor variables that link to consequence variable at the $p < 0.05$ level, which suggests that the predictor variables in the conceptual model can critically affect the consequence variable. However, the correlations range from 0.42 to 0.64 for each predictor variable at the $p < 0.05$ level, which suggests that the possible relationships of the variables in the conceptual model could be tested. Thus, there are no substantial multicollinearity problems encountered in this study.

Table 3 Descriptive statistics and correlation matrix

Variables	TB	RT	PB	IL
Mean	4.03	4.60	4.16	4.14
s.d.	0.91	0.45	0.85	0.84
TB				
RT	0.43***			
PB	0.85***	0.46***		
IL	0.88***	0.42***	0.64***	

*** $p < .01$

Table 4 presents the results of the hierarchical multiple regression analysis and hypotheses testing of the direct and moderating relationships. In this study, religious tourism plays a significant role in driving, determining and explaining tourism behavior. It has a positive effect on tourism behavior ($b = 0.41, p < 0.01$; $b = 0.06, p < 0.03$; $b = 0.09, p < 0.01$; $b = 0.10, p < 0.01$). According to the existing literature, religious tourism is a contemporary pattern of visitation to places of religious importance or pilgrimage sites where visitors aim to fulfill religious needs and recreational needs (Shinde, 2015) and it is a sacred place that people visit to participate in or follow-up on religious ceremonies, a pilgrimage visit, or an activity to fulfill religious duties (Kartal et al., 2015). It motivates, attracts and influences Phra That Phanom tourists to visit and revisit religious sites, monuments or destinations with the primary aim of engaging with or intensifying a specific faith. It also promotes and enhances visits to sacred places which typically entail visitors experience with ancient pilgrimage routes, learning about local culture, and creating relationships with local communities. Accordingly, religious tourism can fulfill their needs for spirituality. *Therefore, Hypothesis 1 is supported.*

Interestingly, personal belief is a critical determinant of tourism behavior. It has a significant positive effect on tourism behavior ($b = 0.17, p < 0.02$; $b = 0.82, p < 0.01$). It is a collection of cultural models and schema constructed to understand, orient and manage experience, using subjective reference to the supernatural for appropriate living (Kline, 2012). It can help share conventional ideas about how the world works and an individual learns by talking and acting with his or her follows who help guide an attention to drawing inferences about and evaluation of experience. Accordingly, personal belief can continuously force, motivate and attract Phra That Phanom tourists to visit and revisit places of religious importance or pilgrimage sites. They can shape their attitudes towards religious tourism that links to great tourism behavior in the long term. Thus, personal belief is a main factor that affects the Phra That Phanom tourists' behaviors through embracing their intention to visit and perceiving relevance of the object based on inherent needs, values and interests from Phra That Phanom tourism involvement perspective. *Therefore, Hypothesis 2 is supported.* Similarly, personal belief also plays a moderating role in strengthening and amplifying the religious tourism-tourism behavior relationships. It positively moderates the effects of religious tourism on tourism behavior ($b = 0.15, p < 0.01$). It is important to consider when interpreting research findings. It can help alter, strengthen and amplify the research relationships. Accordingly, a great personal belief has a critical positive effect on the religious tourism-tourism behavior relationships. *Therefore, Hypothesis 3 is supported.*

Table 4 Results of hierarchical multiple regression analysis and hypotheses testing^a

Variables	TB	TB	TB	TB	TB
RT		0.41*** (0.05)	0.06** (0.03)	0.09*** (0.03)	0.10*** (0.03)
PB			0.17** (0.07)	0.82*** (0.03)	
IL			0.69*** (0.07)		0.83*** (0.03)
RT*PB				0.15*** (0.03)	
RT*IL					0.08*** (0.03)
Gender	-0.03 (0.10)	-0.01 (0.09)	-0.01 (0.05)	-0.01 (0.05)	0.01 (0.05)
Age	0.05 (0.07)	0.06 (0.06)	-0.02 (0.03)	-0.07 (0.03)	-0.01 (0.03)
Salary	0.11 (0.08)	0.07 (0.07)	0.01 (0.04)	0.04 (0.04)	-0.01 (0.04)
Adjusted R ²	0.01	0.18	0.77	0.73	0.77

p<.05, *p<.01, ^a Beta coefficients with standard errors in parenthesis.

In addition, individual learning significantly and positively affects tourism behavior. It has a positive effect on tourism behavior ($b = 0.69, p < 0.01$; $b = 0.83, p < 0.01$). It is a means or an approach of meaning-oriented learning, instruction learning, planned learning, and emergent learning behavior an individual undertakes to study a given situation to flourish and survive in the complex environment (Kusemererwa et al., 2020). It can link to an individual' behaviors to self-lifestyle and self-life practice in a daily life. It is an exclusive and habitual manner of acquiring knowledge, skills and attitude development. It represents an individual's view and interpretation of the world, including explicit and implicit understandings through dialogues, negotiations or arguments with others. In this study, Phra That Phanom tourists have visit and revisit Phra That Phanom because they have existing knowledge and experience which attract, motivate and influence them to participate in and follow-up on religious ceremonies, pilgrimage visits, and activities. With great individual learning, the Phra That Phanom tourists could have more commitments with the places of religious importance or pilgrimage sites in order to fulfill religious needs and recreational needs and visiting religious ceremonies and conferences. Thus, Hypothesis 4 is supported. Moreover, individual learning has a significant positive

moderating effect on the religious tourism-tourism behavior relationships. It positively strengthens, alters and amplifies the effects of religious tourism on tourism behavior ($b = 0.08$, $p < 0.01$). It can change the strength and direction of the research relationships and positively moderate these relationships. Accordingly, individual learning is a significant moderator of the religious tourism-tourism behavior relationship. *Thus, Hypothesis 5 is supported.*

6. Implications and Directions for Future Research

A. Theoretical implication and directions for future research

In this study, the theory of planned behavior is applied and confirmed. It helps explain how religious tourism has an effect on Phra That Phanom tourists' behaviors, including attitude, subjective norms and perceived behavioral control. Religious tourism via Phra That Phanom has motivated and attracted thousands of tourists who make pilgrimages to honor the shrine. Accordingly, the theory of planned behavior is a significant concept that explains and determines the effects of religious tourism on tourism behavior. Religious tourism greatly motivates Phra That Phanom's visits. To expand and verify the current study, future research may need to investigate other dimensions and components of religious tourism through an in-depth and extended review of existing literatures. These dimensions and components may help increase benefits, advantages and gains of new religious tourism's results. In addition, future research may need to incorporate other potential moderators of the conceptual research model to strengthen the religious tourism-tourism behavior relationships. Validated moderators could significantly help strengthen the research relationships. Next, future research may need to collect data from non-Asian tourists in order to verify the generalizability of the study. A comparative study between Thai tourists and non-Asian tourists may help prove the results of the current study and explain better understandings of the results. Moreover, there are many famous pagodas in Thailand. Their religious tourism characteristics and tourism behaviors may be different from Phra That Phanom. Therefore, future research may need to collect data from tourists of these pagodas in order to suggest similarities or differences of the results for developing and maintaining sustainable religious tourism. Finally, this study used tourists as a unit of analysis. Future research may need to collect data from an organization's views of religious tourism in order to enhance religious tourism of Phra That Phanom.

B. Managerial implication

Religious tourism is an important tool for promoting, motivating and advancing Phra That Phanom tourists' visits. It is considered a significant concept that enhances growth and sustainability of Phra That Phanom tourism. Best Phra That Phanom tourism may increase willingness to continuously visit or revisit. Thus, executives who are responsible for managing and maintaining Phra That Phanom need to determine and utilize valuable strategies, techniques and operations in order to survive and sustain this tourism for the long term which may include a week-long festival, development and

application of maintenance system and an inspection schedule of Phra That Phanom characteristics and values. In addition, government agencies related to Phra That Phanom, such as Tourism Authority of Thailand, Nakhon Phanom governor, That Phanom mayor, and others need to utilize a strategic plan for developing Phra That Phanom tourism, including a budget assignment and allocation, a religious event and activity, promotion, and perception campaign. More success of Phra That Phanom administration and operation can create sustainability of its reputation and build economic growth in That Phanom city, Nahon Phanom province and the regions nearby. Finally, tourists would gain benefits from visiting and revisiting Phra That Phanom in the long term.

7. Conclusion

Phra That Phanom is not only a highly-revered pagoda located beside the Mekong river, but it is also a major Buddhist pilgrimage site. Religious tourism for this pagoda has been important for motivating visits of Thai people and Buddhists from other Asian countries. The objective of this study is to examine the effects of religious tourism, personal belief and individual learning on tourism behavior of Phra That Phanom tourists in Thailand. In addition, both personal belief and individual learning are hypothesized to moderate the religious tourism-tourism behavior relationships. In this study, 400 Phra That Phanom tourists in Thailand are the samples of the study. Hierarchical multiple regression analysis is utilized to investigate the research relationships. The results of the study indicate that religious tourism has a significant and positive effect on tourism behavior. In addition, personal belief significantly and positively affects tourism behavior and it critically moderates the religious tourism-tourism behavior relationships. Moreover, individual learning significantly and positively affects tourism behavior and it critically moderates the religious tourism-tourism behavior relationships. For verifying and expanding the current study, future research may need to investigate other dimensions and components of religious tourism, put potential moderators of the conceptual research model, collect data from non-Asian tourists, tourists of each pagoda and an organization's views to verify the generalizability of the study, provide similarities and differences of the result, and enhance religious tourism. In summary, religious tourism is important for Phra That Phanom tourists' visits. The results of this study suggest that executives and government agencies of Phra That Phanom need to use effective strategies, techniques and operations to survive and sustain Phra That Phanom. They can help promote and enhance its sustainability, values and reputations and build economic growth in this region. Accordingly, religious tourism success of Phra That Phanom can create its survival, sustainability and economic growth around this region.

8. References

- Abu-Doleh, J. D., & Hammou, M. D. (2015). The Impact of psychological contract breach on organizational outcomes: The moderating role of personal beliefs. *Journal of Competitiveness Studies*, 23(1/2), 34-54.
- Ahmad, A., Jamaludin, A., Zuraimi, N. S. M., & Valeri, M. (2021). Visit intention and destination image in post-Covid-19 crisis recovery. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2392-2397.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ariffin, S. K., Aun, T. L., & Salamzadeh, Y. (2018). How personal beliefs influence consumer attitude towards online advertising in Malaysia: To trust or not to trust? *Global Business and Management Research: An International Journal*, 10(1), 30-47.
- Balbastre, F., Oltra, V., Martinex, J. E., & Moreno, M. (2003). Individual, group and organizational learning levels and three interactions. *Management Review*, 1(3), 253-267.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 7th ed, New Jersey: Person Prentice Hall.
- Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F., & Jalilvand, M. R. (2021). A networking approach to analyzing religious tourism businesses: The case of Al-Atabat Al-Aliyat in Iraq. *Journal of Islamic Marketing*, 12(2), 427-450.
- Jalilvand, M. R., & Semiei, N. (2012). The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the Theory of Planned behavior (TPB). *Internet Research*, 22(5), 591-612.
- Kartal, B., Tepeci, M., & Atli, H. (2015). Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective. *Tourism Review*, 70(3), 214-231.
- Kline, D. A. (2012). The quaker journey and the framing of corporate and personal belief. *Journal of the Society for Psychology Anthropology*, 40(3), 277-296.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kusemererwa, C., Munene, J. C., Laura, O. A., & Balunywa, J. W. (2020). Individual learning behavior: Do all its dimensions matter for self-employment practice among youths in Uganda? *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 14(3), 373-396.
- Leri, I., & Theodoridis, P. (2021). How do personality traits affect visitor's experience, emotional stimulation and behavior? The case of win tourism. *Tourism Review*, 76(5), 1013-1049.
- Leong, Q., Karim, S. A., Awang, K. W., & Baker, A. Z. A. (2017). An integrated structural model of gastronomy tourists' behavior. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 573-592.

- Mutonyi, B. R., Slatten, T., & Lien, G. (2020). Empowering leadership, work group cohesiveness, individual learning orientation, and individual innovative behavior in the public sector: Empirical evidence from Norway. *International Journal of Public Leadership, 16*(2), 175-197.
- Shepherd, R. (2010). The relationship between personal belief and inspection judgement. *British Journal of Religious Education, 32*(3), 215-227.
- Shinde, K. A., (2015). Religious tourism and religious tolerance: Insights from pilgrimage sites in India. *Tourism Review, 70*(3), 179-196.
- Tajeddini, K., & Ratten, V. (2020). The moderating effect of brand orientation on inter-firm market orientation and performance. *Journal of Strategic Marketing, 28*(3), 194-224.
- Tickle, E. L., Brownlee, J., & Nailon, D. (2005). Personal epistemological beliefs and transformational leadership behaviors. *Journal of Management Development, 24*(8), 706-719.

Appendix A

Measurement of all variables

Items

Religious tourism

RT1: Phra That Panom as the sacred religious site of the northeastern part of Thailand, inspires tourists who make pilgrimages to honor the shrine.

RT2: Phra That Panom as the great pagoda of the growing Buddhism, inspires tourists to make pilgrimages to honor the shrine.

RT3: Phra That Phanom is considered a great pagoda because tourists who make pilgrimages to honor to shrine have faith that it contains Lord Buddha's breast bone.

RT4: Phra That Phanom is believed to be a great pagoda for Buddhists to come and worship at least seven times.

RT5: Phra That Phanom is considered a great pagoda because Buddhists believe that making pilgrimages to honor the shrine will result an auspicious life.

RT6: Phra That Phanom is considered a great pagoda because Buddhists believe that making pilgrimages to honor the shrine once will motivate them to live an honorary life.

RT7: Phra That Phanom is considered a great pagoda because tourists who make pilgrimages to honor the shrine believe that it is the only pilgrimage destination for those who are born in the year of the Monkey.

RT8: Phra That Phanom is considered the largest pagoda in the northeastern of Thailand because it has similar characteristics to a Sunday god who had greater power when compared to other gods and this encourages people who are born on Sunday to come as their pilgrimage destination.

RT9: Phra That Phanom is religious tourism which is believed to enhance joy and happiness of tourists.

Personal belief

PB1: A tourist had believed that worshipping sacred item is an honorary life.

PB2: A tourist has accepted that a sacred item can always bring a growing life.

PB3: A tourist has adhered to sacred items which give his/her benefits of living a good life.

PB4: A tourist had always been confident and trusted that a sacred item affects a spirit and conscious of a human life without any particular reasons based on scientific principles and proofs.

PB5: A tourist has always respected sacred items which are believed to result in an inspiring life .

Individual learning

IL1: A tourist has had a good experience from worshipping sacred items.

IL2: A tourist has always understood that worshipping sacred items can lead to a happy mind.

Appendix A

Continued

Items

Individual learning

IL3: A tourist has been confident that worshipping sacred items can lead to good feelings, spirits and inspirations of a living life.

IL4: A tourist has been aware of a worship of sacred items which is fundamental of a living life.

IL5: A tourist has brought learning through experience, understanding and knowledge of a worship of sacred items as a fundamental guideline in determining and planning life activities.

Tourism behavior

TB1: A tourist has always come to worship Phra That Phanom and made it as a normal way of living life.

TB2: A tourist has searched for an opportunity and a good time to worship Phra That Phanom every year of living life.

TB3: A tourist has clearly planned and determined a schedule of activity and travel for a worship of Phra That Phanom.

TB4: A tourist has been confident that worshipping Phra That Phanom is necessary for living a life of human.

TB5: A tourist would revisit and worship Phra That Phanom when he or she has an appropriate opportunity and a suitable time period.

TB6: A tourist would always recommend and make a word of mouth to relatives, friends and others on the basis of happiness gained from worshipping Phra That Phanom.

TB7: A tourist has always persisted in Phra That Phanom which is a sacred item of an important living life principle.

TB8: A tourist has always understood that a worship of Phra That Phanom is always an honorary life.

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการ กับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง

THE CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF AUDIT COMMITTEE FORMER GOVERNMENT OFFICIALS AND CEO'S DISCRETION ON REAL EARNINGS MANAGEMENT

ปิยาภิศกดิ์ เจียรสุคนธ์^{1*} และ บัวจันทร์ อินธิโส²

Piyaphisak Jaeresukon^{1*} and Buachan Intiso²

(Received: March 4, 2023; Revised: April 18, 2023; Accepted: May 13, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง 2) วิเคราะห์อิทธิพลของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการที่มีต่อการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง โดยใช้ข้อมูลงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2564 จำนวน 1,205 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริงที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 1.985$, $df = 2$, $\chi^2/df = .992$, $GFI = .997$, $AGFI = .984$, $IFI = 1.000$, $CFI = 1.000$, $RMSEA = .000$) 2) การมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการกำไรที่แท้จริง 3) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร 4) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการและมีเชี่ยวชาญทางด้านบัญชี การเงิน และการควบคุมภายในไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร ผลลัพธ์การวิจัยนี้จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับหน่วยงานกำกับดูแลเพื่อนำไปพิจารณาในการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อไป

คำสำคัญ: กรรมการตรวจสอบ อดีตข้าราชการ การจัดการกำไรที่แท้จริง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

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

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

Assistant Professor, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhonphanom University

* Corresponding author, E-mail: Rsu_18@hotmail.com

Abstract

The objectives of this research were twofold: 1) to examine a causal relationship model between audit committee members who were former government officials and CEOs' discretion in real earnings management using empirical data, and 2) to analyze the effects of audit committee members who were former government officials and CEOs' discretion on real earnings management of companies listed on the Stock Exchange of Thailand (SET). Financial statement data from 1,205 listed companies on the SET from 2017 to 2021 were analyzed using a structural equation model (SEM). The study found that 1) the causal relationship model was significantly fitted to the empirical data ($\chi^2 = 1.985$, $df = 2$, $\chi^2 / df = .992$, $GFI = .997$, $AGFI = .984$, $IFI = 1.000$, $CFI = 1.000$, $RMSEA = .000$). 2) The administrative power of the chief executive officer had a positive effect on real earnings management. 3) Audit committees comprising former government officials had a positive effect on the administrative power of the chief executive officer. 4) Audit committees comprised of former government officials with an understanding of accounting, finance, and internal control did not positively affect the chief executive officer's administrative power. This research provides policy recommendations for compliance units to consider good corporate governance.

Keywords: Audit Committee, Former Government, Real Activities Management, Causal Relationship Model

1. บทนำ

การล้มละลายของบริษัทพลังงานเอ็นรอน (Enron) และบริษัทโทรคมนาคมเวิร์ลคอม (WorldCom) ได้สร้างความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงวงการวิชาชีพสอบบัญชีอย่างมาก จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีนักวิชาการและนักวิจัยด้านบัญชีทำการศึกษาและวิเคราะห์สาเหตุของการล้มละลายทั้งสองบริษัท พบว่า มูลเหตุสำคัญของการล้มละลายเกิดขึ้นจากผู้บริหารเข้ามามีบทบาทหรือแทรกแซงกระบวนการจัดทำงบการเงินมากเกินไป (Baker et al, 2019) รวมถึงระบบการควบคุมภายในพบจุดอ่อนที่ทำให้เกิดช่องว่างของโอกาสที่ผู้บริหารจะสามารถกระทำการตกแต่งรายการทางบัญชี (Creative Accounting) ได้อย่างง่ายดาย จึงทำให้สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือ ก.ล.ต. ออกเผยแพร่แนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG Code) ประกอบด้วย 8 หลักการปฏิบัติและกำหนดให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ยึดถือปฏิบัติเพื่อป้องกันปัญหา การฉ้อฉลหรือการทุจริตบัญชี (Accounting Fraud) และมีบทลงโทษสำหรับบริษัทจดทะเบียนฯ ที่มีเจตนาละเลยหรือละเว้นแนวทางการปฏิบัติเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและปกป้องผลประโยชน์ของนักลงทุน

หลักการกำกับ ดูแลกิจการที่ดี	1. ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบในฐานะผู้นำองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่าง
	2. กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลักของกิจการที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืน
	3. เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ
	4. สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร
	5. ส่งเสริมนวัตกรรม และการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ
	6. ดูแลให้มีระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม
	7. รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
	8. สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ภาพที่ 1 แสดงหลักการปฏิบัติตามแนวคิดการกำกับดูแลกิจการที่ดี พ.ศ. 2560
ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2560)

หากพิจารณาหลักการปฏิบัติทั้ง 8 หลักการจะเห็นได้ว่าหลักการปฏิบัติที่ 6 มุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสมจึงเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทที่จะต้องจัดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะแนวทางเกี่ยวกับระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่ดี โดยคณะกรรมการตรวจสอบต้องเป็นอิสระไม่น้อยกว่า 3 รายและ 1 ใน 3 รายต้องมีความเชี่ยวชาญทางด้านบัญชี การเงิน หรือระบบการตรวจสอบภายในอย่างเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างระมัดระวังมากขึ้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560; Al-Absy et al., 2019; Jing, 2019; Qamhan et al., 2018)

อย่างไรก็ตามการแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบตามแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) มิได้มีข้อห้ามให้อดีตผู้ปฏิบัติหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานกำกับดูแลเข้ามาดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการตรวจสอบเว้นแต่การเว้นวรรคเป็นระยะเวลา 2 ปี ก็สามารถเข้าดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการตรวจสอบได้ ดังนั้น กรรมการบริษัทอาจใช้เครือข่ายความสัมพันธ์ใกล้ชิดตัวในการเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมต่อการเป็นกรรมการตรวจสอบ โดยอาจพิจารณาจากตำแหน่ง ประสบการณ์ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และชื่อเสียง (Sultana, 2015) หรืออาจพิจารณาเลือกอดีตข้าราชการ³ ในระดับสูงเข้ามาเป็นกรรมการตรวจสอบ (กนตณัฐ ปุเกตุแก้ว, 2564) เพราะเชื่อว่าความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในด้านกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับของการดำเนินธุรกิจจะเป็นประโยชน์และข้อเสนอแนะที่ดีต่อการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัทและผู้บริหารระมัดระวังมากขึ้น

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept) กล่าวว่า บุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันไม่เพียงแต่มีหน้าที่และบทบาทในสังคมเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งยังเกี่ยวข้องกับการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน (Wasserman & Faust, 1994) งานวิจัยของ Abou-Moghli and

³ พระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2494 หมวด 2 เวลาราชการและการนับเวลาราชการสำหรับคำนวณบำเหน็จบำนาญ มาตรา 19 วรรค 1 นิยามคำว่า อดีตข้าราชการ คือ ข้าราชการซึ่งมีอายุครบหกสิบปีบริบูรณ์แล้ว เป็นอันพ้นจากราชการ เมื่อสิ้นปีงบประมาณที่ข้าราชการนั้นมีอายุครบหกสิบปีบริบูรณ์

Al-Kasasbeh (2012) พบว่า เครือข่ายทางสังคมในรูปแบบที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมส่งผลต่อแนวโน้มการดำเนินธุรกิจและการพึ่งพาอาศัยกัน สอดคล้องกับทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร (Resource Dependence Theory) มองว่าองค์กรไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ทั้งหมดจึงมีความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยทรัพยากรที่สำคัญที่จะนำพาองค์กรจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเพื่อเป้าหมายที่สำเร็จขององค์กร เช่น การเป็นพันธมิตรต่อกัน การควบรวมกิจการ การซื้อหุ้น การเข้าร่วมคณะกรรมการบริหารระหว่างองค์กร (Pfeffer & Salancik, 2003) งานวิจัยของ Imai (2006) พบว่า บริษัทที่มีความสัมพันธ์กับอดีตข้าราชการจะมีผลการดำเนินงานดีกว่าบริษัทที่ไม่มีความสัมพันธ์ เพราะจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงทรัพยากรได้อย่างสะดวก ซึ่งในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจมักจะใช้เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมเมืองทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อเชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจ แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวฯ หากมีมากเกินไปอาจนำไปสู่ความร่วมมือในการบิดเบือนหรือปกปิดข้อมูลบางประการเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกรายงานเป็นไปตามที่ผู้บริหารต้องการ ดังนั้น ความเป็นอิสระจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยลดโอกาสที่ผู้บริหารจะใช้อำนาจในการควบคุมหรือแทรกแซงกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินได้เป็นอย่างดี หากกรรมการตรวจสอบที่มีจุดยืนของตนเองอย่างเหนียวแน่นก็จะปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมาเพื่อดำรงไว้ซึ่งชื่อเสียงและศักดิ์ศรีของวิชาชีพผู้ตรวจสอบ (Teng et al., 2015) ดังนั้น ความเป็นอิสระที่ผู้วิจัยได้กล่าวมานั้นยังเป็นหนึ่งในข้อกำหนดการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของข้าราชการที่มุ่งเน้นให้เกิดความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ แม้ว่าบทบาทและหน้าที่ของอดีตข้าราชการที่กำลังปฏิบัติหน้าที่อยู่ไม่ได้ขึ้นตรงต่อหน่วยงานของภาครัฐแต่ด้วยความสำนึกถึงซึ่งและความเที่ยงธรรมในบทบาทและหน้าที่เพื่อผดุงเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นข้าราชการที่ควรแก่ความไว้วางใจและความเชื่อมั่นของบุคคลสาธารณะ จึงนำมาสู่คำถามการวิจัยที่ว่ากรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการมีอิทธิพลต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหารและการจัดการกำไรที่แท้จริงหรือไม่ และเป็นไปในทิศทางใด จึงเป็นประเด็นใหม่ที่น่าสนใจศึกษาในบริบทประเทศไทยโดยมีจุดมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการนำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ อาทิ แนวคิดการจัดการกำไรที่แท้จริง ทฤษฎีตัวแทน ทฤษฎีการบัญชีผลประโยชน์ แนวคิดกรรมการตรวจสอบ แนวคิดเครือข่ายทางสังคม ทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร ความสัมพันธ์ทางการเมืองส่งผลให้เกิดการบูรณาการทางแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง ซึ่งเป็นกรณีศึกษาที่แตกต่างจากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาที่นิยมเลือกศึกษากับกรรมการตรวจสอบที่มีใช่เป็นอดีตข้าราชการ ดังนั้นงานวิจัยนี้จะเป็นการขยายขอบเขตการศึกษาจากอดีตที่ผ่านมาในอีกรูปแบบหนึ่งและผลของการศึกษาจะให้ข้อมูลสำคัญในการกำหนดนโยบาย หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกรรมการตรวจสอบมากขึ้น ผลจากการวิจัยจะสามารถให้ข้อมูลสำคัญกับบริษัทจดทะเบียนหน่วยงานกำกับดูแลเพื่อนำไปใช้ประกอบการพิจารณาคุณสมบัติและองค์ประกอบของกรรมการตรวจสอบมากขึ้น และคาดว่าจะประโยชน์กับหน่วยงานกำกับดูแล เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่จะนำข้อมูลไปใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงหลักเกณฑ์ นโยบาย หรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติผู้ตรวจสอบให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

1. ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริงกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. วิเคราะห์อิทธิพลของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการที่ส่งผลต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหารและการจัดการกำไรที่แท้จริง

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการจัดการกำไรที่แท้จริง (Real Earnings Management)

การจัดการกำไรที่แท้จริงเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริหารต้องการแสดงผลการดำเนินงานให้แตกต่างไปจากสภาพแวดล้อมที่ควรจะเป็นเพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลเกิดความเข้าใจผิดหลงเชื่อได้ว่ากิจการมีผลกำไรเป็นไปตามเป้าหมาย (Beyer et al., 2018; Qamhan et al., 2018) การจัดการกำไรที่แท้จริงที่ผู้บริหารเลือกกระทำ อาทิ 1) การเพิ่มยอดขายโดยการเร่งระยะเวลาหรือให้ส่วนลดราคาหรือให้เงื่อนไขเครดิตเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายเพิ่มขึ้น 2) การปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตไปยังสินค้าคงเหลือมากขึ้นเพื่อให้ต้นทุนขายสินค้าลดลงและจะทำให้กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 3) ปรับลดค่าใช้จ่ายที่ขึ้นอยู่กับอำนาจของฝ่ายบริหาร เช่น การวิจัยและพัฒนา การโฆษณา การขายและบริหาร มีงานวิจัยจำนวนมาก อาทิ Beyer et al. (2018) และ Roychowdhury (2006) พบว่า ผู้บริหารนิยมจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมากกว่าการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง (Accrual-based earning management) เนื่องจากสามารถจัดการกำไรได้ง่ายกว่าวิธีรายการคงค้าง อีกทั้งสามารถดำเนินการได้ทันทีโดยไม่ต้องรอถึงสิ้นสุดของรอบระยะเวลาบัญชี งานวิจัยนี้จึงเลือกใช้ตัวแบบการจัดการกำไรที่แท้จริงตามแนวคิดของ Roychowdhury (2006) ที่พิจารณารายการธุรกิจที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการดำเนินงานของกิจการซึ่งเป็นผลสะท้อนจากการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเพื่อจัดการกำไร 3 รายการ ดังนี้

1) กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cash flow from operations) เป็นรายการที่สะท้อนให้เห็นถึงการจัดการรายได้ของผู้บริหาร เนื่องจากรายได้ที่เกิดขึ้นควรก่อให้เกิดกระแสเงินสดจากการดำเนินงานแต่เมื่อใดก็ตามที่ผู้บริหารมีการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดรายได้สูงแต่ไม่ก่อให้เกิดกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน เช่น การกระตุ้นยอดขายด้วยการให้ส่วนลดการค้าหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ในช่วงสิ้นปีเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีการสั่งซื้อสินค้ามากขึ้นย่อมทำรายได้ทั้งปีของบริษัทที่มีมูลค่าที่สูงขึ้นมากกว่ารายได้ตามปกติของบริษัท

2) ค่าใช้จ่ายในดุลพินิจของผู้บริหาร (Discretionary expense) เป็นรายการที่สะท้อนการจัดการค่าใช้จ่ายของผู้บริหารเพื่อลดหรือเพิ่มค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในงวดบัญชี ซึ่งจะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเพิ่มหรือลดกำไรขิงกิจการ โดยผู้บริหารสามารถเลือกนโยบายการบัญชีจากการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารที่จะเร่งหรือชะลอการรับรู้ค่าใช้จ่ายในงวดบัญชี เช่น ค่าใช้จ่ายการโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

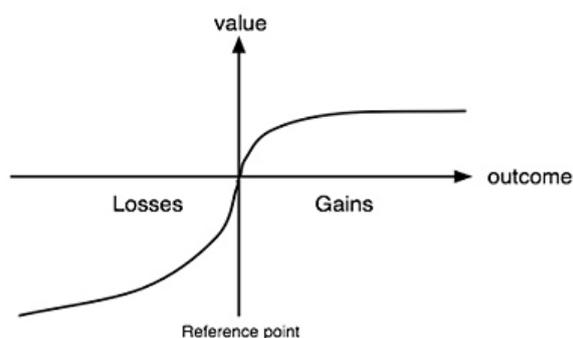
3) ต้นทุนการผลิต (Production cost) เป็นรายการที่สะท้อนให้เห็นถึงการเลือกใช้นโยบายในการกำหนดปริมาณสินค้าที่จะทำการผลิตในแต่ละช่วงเวลา และการผลิตสินค้ามากในช่วงสิ้นปีย่อมมีผลทำให้ต้นทุนขายของกิจการลดลงได้ เนื่องจากต้นทุนการผลิตไปจมอยู่ที่สินค้าคงเหลือปลายงวดและทำให้กำไรของบริษัทสูงขึ้นเมื่อเทียบกับในช่วงเวลาปกติของบริษัท แต่ต้นทุนการผลิตอาจไม่สามารถค้นพบเจอได้ในรายงานทางการเงิน โดยปกติจะนิยมใช้ข้อมูลต้นทุนในการขายและต้นทุนในการบริการแล้วนำมาบวกกับสินค้าคงเหลือปลายงวดและหักด้วยสินค้าต้นงวด จะทำให้ได้ต้นทุนการผลิตโดยประมาณ อย่างไรก็ตามหากเป็นกิจการที่ไม่มีต้นทุนในการขายหรือต้นทุนการบริการก็จะใช้ข้อมูลที่แสดงให้เห็นต้นทุนกิจการ เช่น ต้นทุนการรับเหมาก่อสร้าง ต้นทุนค่าเช่า และต้นทุนการขายพร้อมที่ดิน เป็นต้น

ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory)

เกิดขึ้นระหว่างตัวการ (Principle) คือ ผู้ถือหุ้นกับตัวแทน (Agent) คือ ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้กระทำการแทน หมายถึง ผู้บริหาร (Chief Executive Officer) ที่ทำงานได้รับเงินเดือนเป็นค่าตอบแทนจากการทำงาน (Jensen & Meckling, 1976) ความสัมพันธ์ทั้งสองขึ้นอยู่กับ “ผลประโยชน์” หากเมื่อไรที่ผลประโยชน์ทั้งสองฝ่ายสอดคล้องกันก็จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อกิจการ แต่ถ้าเมื่อไรที่ผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่ายไม่สอดคล้องกันอาจนำไปสู่ปัญหาตัวแทนหรือที่เรียกว่า ความขัดแย้งผลประโยชน์ (Conflict of Interest) (Dechsukhum, et al., 2022) ดังนั้นจะแสดงให้เห็นได้ว่าผลประโยชน์ของผู้บริหารสอดคล้องกับแรงจูงใจในการจัดการกำไร

ทฤษฎีการบัญชีผลประโยชน์ (Positive Accounting Theory)

อธิบายแรงจูงใจของผู้บริหารในการจัดการกำไรอาจเกิดขึ้นจากสมมติฐานใดสมมติฐานหนึ่ง (Watts & Zimmerman, 1986) ดังต่อไปนี้ 1) ผลประโยชน์ของผู้บริหาร (Bonus Plan Hypothesis) ผู้ถือหุ้นอาจทำข้อตกลงในสัญญากับผู้บริหารระบุถึงค่าตอบแทนที่ผู้บริหารจะได้รับจากการทำงานอาจยึดติดกับผลประโยชน์ประกอบกรที่ยังถ้าผู้บริหารสร้างผลประโยชน์สูงเท่าไรยิ่งทำให้ผู้บริหารได้รับผลตอบแทนสูงเท่านั้น 2) การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน (Debt Covenant Hypothesis) เจ้าหนี้จะทำสัญญาผูกมัดกับผู้บริหารเพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าผู้บริหารจะสามารถรักษาระดับอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญไม่ให้ต่ำกว่าเกณฑ์เพื่อรักษาระดับความเชื่อมั่นของกิจการ 3) ต้นทุนทางการเมือง (Political Cost Hypothesis) ภาษี (Tax) เป็นต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่หลายธุรกิจพยายามหลีกเลี่ยงหรือลดต้นทุนนี้ให้อยู่ในทิศทางที่ควรจะเป็น (Almashaqbeh et al., 2018) ดังนั้น ผู้บริหารจะพยายามหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ขาดทุนหรือแสดงผลการดำเนินงานที่ลดลง สอดคล้องกับทฤษฎี Prospect Theory อธิบายแรงจูงใจของผู้บริหารในการตกแต่งกำไร กล่าวคือ ความพึงพอใจของคนจะขึ้นอยู่กับความมั่นคงที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงเปรียบเสมือนพหุคูณภาษาอังกฤษ “S” นั่นคือ มนุษย์จะมีความพึงพอใจต่อเมื่อความมั่นคงนั้นสูงกว่าจุดอ้างอิงแม้เพียงเล็กน้อย และจะมีความพึงพอใจลดลงเมื่อความมั่นคงนั้นต่ำกว่าจุดอ้างอิงแม้เพียงเล็กน้อย ดังนั้นทฤษฎี Prospect Theory สามารถอธิบายพฤติกรรมแรงจูงใจของผู้บริหารในการตกแต่งกำไรเพื่อหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ขาดทุนที่ต่ำกว่าจุดอ้างอิงเพื่อไม่ให้ผู้มีส่วนได้เสียมีความพึงพอใจลดลง



ภาพที่ 2 แสดงแรงจูงใจของผู้บริหารในการตกแต่งกำไร
ที่มา: Kahneman and Tversky (1979)

กรรมการตรวจสอบ (Audit Committee)

แนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้กำหนดแนวทางการกำกับดูแลกิจการให้มีความเหมาะสมสำหรับการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน โดยแนวทางดังกล่าวกำหนดให้กรรมการบริษัทต้องจัดตั้งกรรมการตรวจสอบอิสระ (Audit Committee) อย่างน้อย 3 ราย และ 1 ใน 3 รายต้องมีความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน หรือระบบการตรวจสอบภายในเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความเชื่อถือได้ของงบการเงิน (อนุวัฒน์ ภัคดี และ ศิลพร ศรีจันทเพชร, 2564)

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)

มีพื้นฐานจากทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) โดยมีหลักการที่ว่าบุคคลในสังคมจะมีความสัมพันธ์กันในแต่ละบทบาทหน้าที่ของตนเอง ภายใต้บทบาทหน้าที่นี้อาจนำไปสู่เครือข่ายทางสังคมที่จะมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจหรือแลกเปลี่ยนความคิดซึ่งกันและกัน (Emerson, 1976)

ทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร (Resource Dependence Theory)

เป็นแนวคิดของ Pfeffer และ Salancik อธิบายถึงมุมมอง 5 มุมมองของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร ได้แก่ 1) มุมมองพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสังคมขององค์กร 2) องค์กรไม่สามารถดำเนินการได้อย่างลำพังอาจมีข้อจำกัดบางประการที่ต้องอาศัยความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรและสังคมขององค์กร 3) การพึ่งพาอาศัยระหว่างองค์กรนำมาสู่ความอยู่รอดและประสบความสำเร็จภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน 4) การดำเนินธุรกิจจะไม่ประสบความสำเร็จหากขาดการมีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน และ 5) รูปแบบการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันจะเสริมสร้างพลังระหว่างระหว่างองค์กรและพฤติกรรมองค์กร (Hillman et al., 2009) ดังนั้นมุมมองทั้ง 5 มุมมองจะแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการเชื่อมโยงการพึ่งพาอาศัยกันและกัน (Abid et al., 2014) เช่น การสร้างพันธมิตร การร่วมทุน การควบรวมกิจการและการซื้อกิจการ การไขว่หน้า การไขว่หน้ากรรมการบริหารระหว่างองค์กร เป็นต้น ทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากรจึงเป็นหนึ่งทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ (ธีระ เทิดพุทธธรรม, 2561) ในบทบาทของกรรมการตรวจสอบ เช่น การคัดเลือกกรรมการตรวจสอบที่มีคุณสมบัติพิเศษ ความเป็นมืออาชีพ ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องการดำเนินธุรกิจ ทักษะและความรู้

ความสัมพันธ์ทางการเมือง (Political Connection)

อาจมีผลต่อการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงโอกาสในการเจริญเติบโตของกิจการ กล่าวคือ ทุกรูปแบบของการดำเนินธุรกิจอาจมีความสัมพันธ์ทางการเมืองในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งแฝงอยู่ด้วยเสมอ (Fan et al., 2007) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างนักธุรกิจกับการเมืองดำเนินไปในลักษณะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และนักธุรกิจก็ได้ประโยชน์บางประการจากการเข้าไปมีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับแนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept) และทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร ตามที่กล่าวมาข้างต้น

สมมติฐานการวิจัย

1. การมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) การที่ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (ผู้บริหาร) คือบุคคลเดียวกันในทางทฤษฎีตัวแทนมองว่าหากบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีอำนาจการตัดสินใจแทนตัวการ อาจนำไปสู่ปัญหาเรื่องผลประโยชน์ (Jensen & Meckling, 1976) หากทบทวนถึงบทบาทของประธานกรรมการจะมีบทบาทในการกำกับและควบคุมกรรมการบริษัทให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ผู้บริหารมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และควบคุมการบริหารงานของบริษัท ดังนั้น บทบาททั้งสองมีความแตกต่างกันควรกำหนดอำนาจหน้าที่ให้มีความชัดเจนเพื่อลดโอกาสที่ผู้บริหารจะเข้าไปแทรกแซงกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินมากเกินไป (Aloui & Jarboui, 2018) จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ผู้วิจัยมีความเชื่อว่าการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหารมีแรงจูง

ในการจัดการกำไรที่แท้จริงเป็นไปตามทฤษฎีตัวแทนและทฤษฎีการบัญชีผลประโยชน์ จึงนำมาสู่การกำหนดสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ดังนี้

(H1) การมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการกำไรที่แท้จริง

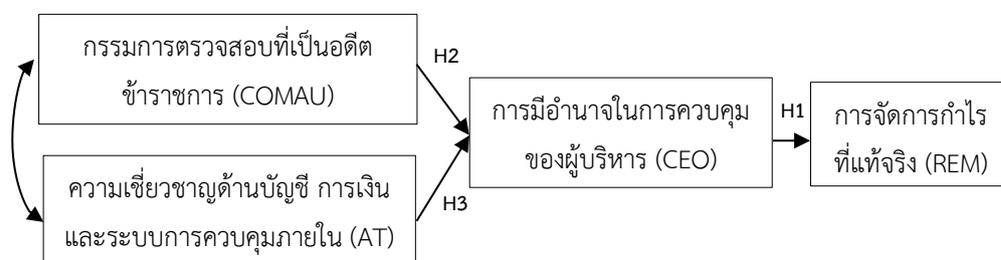
2. กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการ (COMAU) และการมีความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน และระบบการควบคุมภายใน (AT) การดำเนินธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกับข้อกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดขึ้น ข้อกำหนดเหล่านี้อาจทำให้ธุรกิจต้องระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรือขัดแย้งกับกฎหมายที่กำหนด ซึ่งในบางธุรกิจอาจมีการจัดจ้างบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในข้อกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการเพื่อลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น ดังนั้น การเลือกอดีตข้าราชการเข้ามาทำหน้าที่เป็นกรรมการตรวจสอบอาจมีส่วนช่วยให้การดำเนินกิจการมีความราบรื่นเป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ งานวิจัยของ Minnick and Noga (2010) ระบุว่า กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการจะช่วยลดช่องว่างที่ผู้บริหารจะใช้อำนาจการควบคุมที่ไม่เหมาะสมเพื่อการจัดการกำไร กนต์ันฐ ปุเกตุแก้ว (2564) พบว่า กรรมการบริษัทอาจใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวในการเลือกกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการเพื่อเข้ามาลดทอนการใช้อำนาจในการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีคุณภาพ และ Marzuki et. al. (2019) พบว่า อดีตเจ้าหน้าที่รัฐจะปฏิบัติงานอย่างตรงไปตรงมาเพื่อความไว้วางใจมากที่สุดและจะหลีกเลี่ยงการทำงานที่จะทำให้ตนได้รับผลกระทบและนำไปสู่การเสื่อมเสียชื่อเสียง (Dinh & Calabrò, 2019; Jamil, 2020; Namakavarani et al., 2021) นอกจากนี้ งานวิจัยของ เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และคณะ (2564) และ Yonus and Klein (2019) เชื่อว่าการจัดตั้งกรรมการตรวจสอบมีส่วนช่วยลดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำกับการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหารให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ผู้วิจัยมีความเชื่อว่า การดำรงไว้ซึ่งชื่อเสียงและเกียรติภูมิของความเป็นอดีตข้าราชการที่เคยปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา อีกทั้งความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน และระบบการควบคุมภายในจะมีส่วนช่วยลดการใช้อำนาจในการควบคุมของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง จึงนำมาสู่การกำหนดสมมติฐานการวิจัยที่ 2 3 4 และ 5

(H2) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร

(H3) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการที่มีความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน และระบบการควบคุมภายในมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยนำมาสู่การกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 3 แสดงรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริง

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560–2564 จำนวน 858 บริษัท กลุ่มตัวอย่างจะไม่รวมกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน กองทุนรวม กองทรัสต์ กลุ่มบริษัทที่ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วนทุกตัวแปร กลุ่มบริษัทเข้าข่ายถูกเพิกถอน และบริษัทที่มีรัฐบาลถือหุ้น จำนวน 554 บริษัท คงเหลือบริษัทที่นำไปใช้ในการศึกษา จำนวน 304 บริษัท Hair et al. (2013) เสนอว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีความเพียงพอและเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ต้องไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่างหรือควรมีอัตราส่วน 15 ถึง 20 หน่วยต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งกรอบแนวคิดการวิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 15 เท่า X 4 ตัวแปรสังเกตได้ เท่ากับ 60 ตัวอย่าง และ 20 เท่า X 4 ตัวแปรสังเกตได้ เท่ากับ 80 ตัวอย่าง การวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนข้อมูลตัวอย่างจำนวน 1,205 ตัวอย่าง (304 บริษัท X 5 ปี) ข้อมูลมีจำนวนมากพอที่จะสามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวัดค่าของตัวแปร

1) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการ (COMAU)

วัดค่าจากข้อมูลรายบุคคลของคณะกรรมการตรวจสอบในโครงสร้างของคณะกรรมการตรวจสอบที่เผยแพร่ในรายงานประจำปีของแต่ละบริษัท โดยกำหนดค่าเท่ากับ 1 คะแนน เมื่อบริษัทมีกรรมการตรวจสอบเป็นอดีตข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ และกำหนดค่าเท่ากับ 0 คะแนน เมื่อบริษัทไม่มีกรรมการตรวจสอบเป็นอดีตข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ (กนตณัฐ ปุเกตุแก้ว, 2564; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560.)

2) ความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน และการควบคุมภายใน (AT)

วัดค่าจากข้อมูลรายบุคคลของคณะกรรมการตรวจสอบในโครงสร้างของคณะกรรมการตรวจสอบที่เผยแพร่ในรายงานประจำปีของแต่ละบริษัท โดยกำหนดค่าเท่ากับ 1 คะแนน เมื่อบริษัทใดมีกรรมการตรวจสอบเป็นอดีตข้าราชการและมีความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ด้านบัญชี การเงิน และการควบคุมภายใน และกำหนดค่าเท่ากับ 0 คะแนน เมื่อบริษัทใดไม่มีกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการและไม่มีความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ด้านบัญชี การเงิน และการควบคุมภายใน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560; The ASX Corporate Governance Council, 2019; The Organization for Economic Co-operation and Development, 2021)

3) การมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO)

วัดค่าจากโครงสร้างในองค์กรที่มีการควบตำแหน่งผู้บริหารกับประธานกรรมการเป็นบุคคลเดียวกัน โดยกำหนดค่าเท่ากับ 1 คะแนน เมื่อบริษัทมีการควบตำแหน่ง และกำหนดค่าเท่ากับ 0 คะแนน ไม่มีการควบตำแหน่ง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560; The ASX Corporate Governance Council, 2019; The Organization for Economic Co-operation and Development, 2021)

4) การจัดการกำไรที่แท้จริง (REM)

ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวแบบการจัดการกำไรที่แท้จริงตามแนวคิดของ Roychowdhury (2006) ซึ่งวิธีการจัดการกำไรที่แท้จริงสามารถกระทำได้จาก 3 วิธีการและในแต่ละวิธีการมีสมการในการคำนวณดังต่อไปนี้

ตัวแบบชีวิตที่ 1: กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cash flow from operations)

$$\frac{CFO_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{i,t-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{\Delta Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) + \varepsilon_{i,t}$$

ตัวแบบชีวิตที่ 2: ค่าใช้จ่ายในดุลพินิจของผู้บริหาร (Discretionary expense)

$$\frac{TEXPE}{TA_{i,t-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{i,t-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) + \varepsilon_{i,t}$$

ตัวแบบชีวิตที่ 3: ต้นทุนการผลิต (Production cost)

$$\frac{PRODUCT}{TA_{i,t-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{i,t-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{\Delta Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} \right) + \beta_4 \left(\frac{\Delta Sales_{i,t-1}}{TA_{i,t-1}} \right) + \varepsilon_{i,t}$$

โดยกำหนดให้ CFO_{i,t} แทน กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานบริษัท i ปีที่ t Sales_{i,t} แทน ยอดขายบริษัท i ปีที่ t $\Delta Sales_{i,t}$ แทน การเปลี่ยนแปลงของยอดขายปัจจุบันหักด้วยยอดขายที่ผ่านมาบริษัท i ปีที่ t TA_{i,t-1} แทน สินทรัพย์รวมบริษัท i ปีที่ t $\varepsilon_{i,t}$ แทน ค่าความคลาดเคลื่อน (Residual) TEXPE แทน ผลรวมค่าใช้จ่ายการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารบริษัท i ปีที่ t PRODUCT_{i,t} แทน ผลรวมต้นทุนขายสินค้าและการเปลี่ยนแปลงในสินค้าคงเหลือบริษัท i ปีที่ t $\Delta Sales_{i,t-1}$ แทน การเปลี่ยนแปลงของยอดขายปีก่อน (ยอดขายปีที่ -1 หักด้วยยอดขายปีที่ -2) ของบริษัท i ปีที่ t

ในการคำนวณตามตัวแบบที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้แยกหาค่าปกติของรายการตามกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาจะมีลักษณะการเกิดขึ้นของการดำเนินรายการปกติที่แตกต่างกัน ภายหลังจากการคำนวณค่าปกติของรายการลำดับต่อไปจะทำการคำนวณค่าผิดปกติ (Abnormal Value) (REM) หรือค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละรายการ โดยค่าความผิดปกติสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{Abnormal Value (REM)} = \text{Actual Y} - \text{Normal Y}$$

โดยกำหนดให้ 1) Abnormal Value (REM) แทน การจัดการกำไรที่แท้จริง (REM) แทนค่าจากรายการธุรกิจ 3 รายการได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในดุลพินิจของผู้บริหาร และต้นทุนการผลิต ที่แตกต่างจากระดับปกติ และเป็นค่าสัมบูรณ์ของการจัดการกำไรที่แท้จริง (REM) โดยวัดค่าจากผลรวมความผิดปกติของค่าความคลาดเคลื่อนจากกิจกรรมการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้ดุลพินิจของผู้บริหาร คูณด้วย (-1) และต้นทุนการผลิตรวมจะได้เป็นผลรวมของการจัดการกำไรที่แท้จริง (REM) (Ghaleb, 2020) 2) Actual Y แทน รายการธุรกิจ (Y) ซึ่งได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในดุลพินิจของผู้บริหาร และต้นทุนการผลิตที่เกิดขึ้นจริง และ 3) Normal Y แทน รายการธุรกิจ (Y) ซึ่งได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในดุลพินิจของผู้บริหาร และต้นทุนการผลิตตามปกติ

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนครพนม เลขที่ HE 62/66 จะไม่มีการเปิดเผยรายชื่อองค์กรไม่ว่าทุกกรณีใด ๆ ที่จะเป็นความเสื่อมเสียชื่อเสียงและจะทำลายเอกสารทั้งสิ้นเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากระบบฐานข้อมูลออนไลน์ (SETSMART) และเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (www.sec.or.th) ประกอบด้วย รายงานทางการเงิน แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานผลการดำเนินงานประจำปีของแต่ละบริษัทตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2564 เพื่อนำมาแทนค่าตัวแปรของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของกรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการและมีความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน และระบบการควบคุมภายในต่อการจัดการกำไรที่แท้จริงด้วยสมการโครงสร้างและตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าพารามิเตอร์ ดังต่อไปนี้ ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) จำนวนองศาอิสระ (df) (< 3) ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) (> 0.05) สัดส่วนค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระ (χ^2/df) (< 3) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (GFI) (> 0.95) ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) (> 0.90) ดัชนีที่บ่งบอกถึงความกลมกลืนของข้อมูลเชิงประจักษ์ (IFI) (> 0.90) ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (CFI) (> 0.90) และดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) (< 0.05) (Kelloway, 2015)

5. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

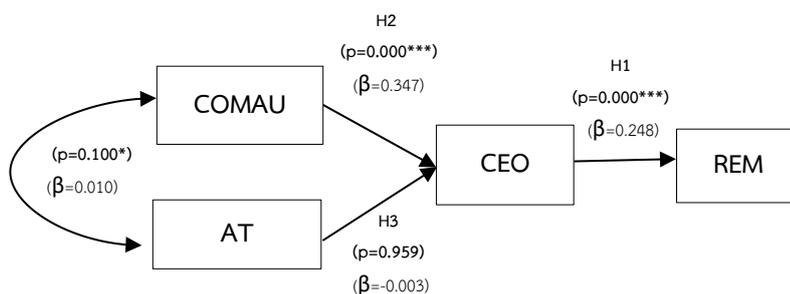
ตัวแปร	REM	CEO	AT	COMAU
การจัดการกำไรที่แท้จริง (REM)	1.000			
การมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO)	0.190**	1.000		
ความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงินการควบคุมภายใน (AT)	0.042	0.069	1.000	
กรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการ (COMAU)	0.141*	0.340**	0.151**	1.000

*, **, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 และ 0.001

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรสังเกตได้ รวม 4 ตัวแปร จำนวน 16 คู่ ไม่มี คู่ใดมีค่าสหสัมพันธ์มากกว่า 0.800 (Hair et al., 2020) จึงไม่ทำให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) และสามารถนำไปวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อไป

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบ

ภาพที่ 4 แสดงรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าพารามิเตอร์ และเมื่อทดสอบสถิติบูทสตร๊ปปิง (Bootstrapping) จำนวน 5,000 รอบ พบว่า ค่าสถิติทั้ง 9 ดัชนีเป็นที่ยอมรับทั้งหมด กล่าวโดยสรุปได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี



$\chi^2 = 1.985$; $df = 2$; $p\text{-value} = .371$; $\chi^2/df = .992$; $GFI = .997$; $AGFI = .984$; $IFI = 1.000$; $CFI = 1.000$; $RMSEA = .000$

ภาพที่ 4 แสดงผลการประมาณค่าพารามิเตอร์

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพล

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการที่ส่งผลต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหารและการจัดการกำไรที่แท้จริง พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่า t-value (Critical Ratio: C.R.) และค่าระดับนัยสำคัญ (p-value) แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน

คู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	ทิศทาง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	C.R. t-value	p-value	ผลทดสอบสมมติฐาน
(H ₁) CEO ---> REM	ตรง	0.248	0.038	4.451	0.000***	มีอิทธิพล
(H ₂) COMAU ----> CEO	ตรง	0.347	0.060	6.366	0.000***	มีอิทธิพล
(H ₃) AT ---> CEO	ตรง	- 0.003	0.060	-0.051	0.959	ไม่มีอิทธิพล

*, **, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 และ 0.001

จากตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่า t-value (Critical Ratio: C.R.) และค่าระดับนัยสำคัญ (p-value) ตามสมมติฐานที่ 1 ถึง 3 พบว่า

- 1) การมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการกำไรที่แท้จริง **ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1**
- 2) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการ (COMAU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) **ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2**
- 3) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการที่มีความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน และระบบการควบคุมภายใน (AT) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) **ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3**

ตารางที่ 3 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพล

ตัวแปรตาม	COMAU			AT			CEO			REM			
	รวม	ตรง	อ้อม	รวม	ตรง	อ้อม	รวม	ตรง	อ้อม	รวม	ตรง	อ้อม	
COMAU							0.347	0.347		0.086		0.086	
AT							-0.003	-0.003		-0.001		-0.001	
CEO	0.347	0.347		-	-0.003					0.248	0.248		
				0.003									
สมการโครงสร้างของตัวแปร							CEO	REM					
ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ (R Square)							0.120	0.061					

สำหรับค่าอิทธิพลทางอ้อมจากตารางที่ 3 พบว่า การจัดการกำไรที่แท้จริง (REM) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการ (COMAU) โดยมีตัวแปรการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) เป็นตัวแปรส่งผ่าน (0.086 (มาจาก 0.347 คูณ 0.248)) รองลงมาการจัดการกำไรที่แท้จริง (REM) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการที่มีความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน และระบบการควบคุมภายใน (AT) โดยมีตัวแปรการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) เป็นตัวแปรส่งผ่าน (-0.001 (มาจาก - 0.003 คูณ 0.248)) ตามลำดับ

สำหรับค่าอิทธิพลรวม การมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) ได้รับอิทธิพลรวมมากที่สุดจากกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการ (COMAU) แสดงค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.347 รองลงมา การจัดการกำไรที่แท้จริง (REM) ได้รับอิทธิพลรวมจากการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) แสดงค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.248 ตามลำดับ

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการกับการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารในการจัดการกำไรที่แท้จริงที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยพิจารณาจากค่าดัชนีของพารามิเตอร์ทั้ง 9 ดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกตัว สรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการกำไรที่แท้จริง สอดคล้องตามที่ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ได้กล่าวไว้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวการกับตัวแทนขึ้นอยู่กับ “ผลประโยชน์” หากเมื่อไรที่ผลประโยชน์ทั้งสองฝ่ายสอดคล้องกันก็จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อกิจการ แต่ถ้าเมื่อไรที่ผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่ายไม่สอดคล้องกันอาจนำไปสู่ปัญหาตัวแทนหรือที่เรียกว่า ความขัดแย้งผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ดังนั้นผลประโยชน์ของผู้บริหารจึงสอดคล้องกับแรงจูงใจในการจัดการกำไร (Jensen & Meckling, 1976) เช่นเดียวกับทฤษฎีการบัญชีผลประโยชน์ (Positive Accounting Theory) อธิบายแรงจูงใจของผู้บริหารในการจัดการกำไรอาจเกิดขึ้นจากสมมติฐานใดสมมติฐานหนึ่ง (Watts & Zimmerman, 1986) ดังต่อไปนี้

1) ผลประโยชน์ของผู้บริหาร (Bonus Plan Hypothesis) 2) การฝ่าฝืนเงื่อนไขทางการเงิน (Debt Covenant Hypothesis) 3) ต้นทุนทางการเมือง (Political Cost Hypothesis) และสอดคล้องกับทฤษฎี Prospect Theory อธิบายแรงจูงใจของผู้บริหารในการตกแต่งกำไรเพื่อหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ขาดทุนที่ต่ำกว่าจุดอ้างอิงเพื่อไม่ให้ผู้มีส่วนได้เสียมีความพึงพอใจลดลง ซึ่งผลการวิจัยตามสมมติฐานข้อนี้เป็นไปตามทฤษฎีทั้ง 3 ที่กล่าวมาข้างต้น **จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1**

2) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการ (COMAU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) เนื่องจาก กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการไม่มีส่วนได้เสียกับการถือหุ้นในบริษัทจึงมีความเป็นอิสระในการทำหน้าที่อย่างตรงไปตรงมาปราศจากการถูกรบกวนจากผู้มีอำนาจสูงสุด นอกจากนี้กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการจะคำนึงถึงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตนเองในสังคมโดยจะหลีกเลี่ยงการทำงานที่จะทำให้ตนเองขาดความเป็นอิสระและอาจนำไปสู่การเสื่อมเสียชื่อเสียง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dinh and Calabrò (2019) พบว่า กรรมการตรวจสอบไม่มีส่วนได้เสียจากการถือหุ้นในบริษัทจึงสามารถแสดงความเห็นได้อย่างเต็มความสามารถและจะพยายามให้ผู้บริหารตระหนักถึงคุณค่าของการวางระบบธรรมาภิบาลให้มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพซึ่งจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของงบการเงิน และ Minnick and Noga (2010) พบว่า กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการจะช่วยลดอำนาจในการควบคุมที่ไม่เหมาะสมเพื่อการจัดการกำไร และงานวิจัยของ Marzuki et al. (2019) พบว่า กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตเจ้าหน้าที่รัฐจะปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมาและหลีกเลี่ยงการทำงานที่จะทำให้ตนขาดความเป็นอิสระหรือถูกรบกวนจะทำให้ตนเสื่อมเสียชื่อเสียง และ Jamil (2020) พบว่า ผู้ตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการจะรักษาชื่อเสียงของตนเองโดยพยายามหลีกเลี่ยงการกระทำที่ไม่เหมาะสมและจะเว้นระยะห่างของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและกรรมการของบริษัทเพื่อให้ตนเองสามารถปฏิบัติงานได้อย่างอิสระ **จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2**

3) กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการที่มีความเชี่ยวชาญด้านบัญชี การเงิน และการควบคุมภายใน (AT) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีอำนาจในการควบคุมของผู้บริหาร (CEO) เนื่องจากหน้าที่หลักในการจัดทำรายงานการเงินให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ กฎหมาย ระเบียบ หรือมาตรฐานการบัญชีอย่างเคร่งครัดเป็นหน้าที่ที่กิจการต้องรับผิดชอบโดยตรงตาม พ.ร.บ การบัญชี พ.ศ. 2543 หมวด 2 ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี⁴ กำหนดไว้ แต่สำหรับกรรมการตรวจสอบมีบทบาทหน้าที่หลัก คือ การตรวจสอบ การควบคุม และการให้ข้อเสนอแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นและผู้บริหารในการจัดทำและรายงานข้อมูลการเงินอย่างโปร่งใส จึงอาจกล่าวได้ว่า กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการไม่มีส่วนได้เสียในการถือหุ้นของธุรกิจนั้น ๆ อาจไม่มีเหตุจำเป็นอันใดที่กรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการจะเื้อแนวทางในการจัดการการเงินให้เป็นไปตามที่ผู้บริหารต้องการ อีกทั้งกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการจะรักษาชื่อเสียงของตนเองและทำหน้าที่ของตนเองอย่างตรงไปตรงมา โดยมีให้สิ่งใด ๆ เข้ามาครอบงำการปฏิบัติหน้าที่ตนเองได้ ประกอบกับความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทำงานในองค์กรภาครัฐที่ผ่านมาจะเป็นประโยชน์ในทางที่ดีทั้งต่อตนเองและผู้ว่าจ้าง แม้ว่าสถานะของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการจะอยู่ในสถานะลูกจ้างอาจมีผลทำให้ความมีอิสระของกรรมการตรวจสอบที่ลดลงเนื่องจากอาจถูกรบกวนหรืออาจมีการประนีประนอมกับผู้บริหารในเรื่องผลประโยชน์ (Jamil, 2020) อย่างไรก็ตาม หากกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการคำนึงถึงชื่อเสียงและกระแสสังคมที่อาจเกิดขึ้นก็จะเป็นการส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลให้มีประสิทธิภาพ **จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3** สอดคล้องกับงานวิจัยของกนต์ฉัตร ปู่เกตุแก้ว (2564) และ Jamil (2020)

⁴ พ.ร.บ การบัญชี พ.ศ. 2543 หมวด 2 มาตรา 8 ให้ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย กิจการร่วมค้า ตามประมวลรัษฎากร เป็นผู้ที่มีหน้าที่จัดทำบัญชี และต้องจัดให้มีการทำบัญชีสำหรับประกอบการประกอบธุรกิจของตน โดยมีรายละเอียด หลักเกณฑ์ และวิธีการตามบัญชีวิธีไว้ในพระราชบัญญัตินี้

พบว่า “ความรู้และประสบการณ์จากการทำงานในหน่วยงานราชการทำให้มีความเข้าใจกฎหมาย ระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางที่ดีต่อการทำงานในการให้ข้อเสนอแนะที่ดี” กนต์ฉัตร ปู่เกตุแก้ว (2564) และ Lin et al. (2015) พบว่า คณะกรรมการตรวจสอบจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านกฎหมาย การบัญชี การเงิน และภาษี

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

ผลการวิจัยนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ขอยกตัวอย่างเช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้นสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประกอบเพื่อการพิจารณากำหนดนโยบาย กฎเกณฑ์ หรือแนวทางของการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงแนวทางเลือกอื่นที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการตรวจสอบ

ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ

การวิจัยนี้พบข้อสังเกต คือ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการต่อการจัดการกำไรที่แท้จริงผ่านตัวแปรการมีอำนาจในการควบคุมของประธานเจ้าหน้าที่บริหารแสดงค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .091 (ตารางที่ 3) เมื่อพิจารณาจากค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติอาจมีความเป็นไปได้ทั้งในทางบวก (Positive) และทางลบ (Negative) เนื่องจาก ค่าระดับนัยสำคัญแสดงผลในระดับที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นเพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย ควรนำประเด็นนี้ไปศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต เช่น 1) อาจมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น 2) การศึกษาและค้นคว้าปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ขนาดกิจการ ความหลากหลายทางเพศ ประเภทของหน่วยงานที่เคยสังกัด กรรมการบริษัทที่เป็นอดีตข้าราชการ เป็นต้น 3) อาจนำผลวิจัยนี้ไปศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อให้ได้ผลอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะในเชิงผู้ใช้ข้อมูล

นักวิชาการสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประกอบเป็นสื่อการจัดการเรียนการสอนทั้งระดับปริญญาตรี โท และเอก เช่น รายวิชาการวิเคราะห์รายงานทางการเงิน สัมมนาทางการบัญชี สัมมนาการสอบบัญชีและการตรวจสอบภายใน เป็นต้น ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินสามารถใช้ผลการวิจัยนี้ประกอบการพิจารณาก่อนการตัดสินใจลงทุน

8. เอกสารอ้างอิง

กนต์ฉัตร ปู่เกตุแก้ว. (2564). กรรมการและกรรมการตรวจสอบที่เป็นอดีตข้าราชการหรือนักการเมือง ความสัมพันธ์กับการไหลของเงินของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและการจัดการกำไรด้วยการสร้างรายการทางธุรกิจ. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*. 43(4), 60-75.

เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย ศิลปพร ศรีจันทเพชร และ อนุวัฒน์ ภักดี. (2564). คุณภาพคณะกรรมการมีผลต่อความมีเสถียรภาพกำไรในกิจการขนาดเล็ก: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*. 44(169), 3-20.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Documents/Regulation/CGCode.pdf>

_____. (2553ข.). คู่มือคณะกรรมการตรวจสอบ. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Documents/Regulation/AChandbook.pdf>

- ธีระ เทิดพุทธธรรม. (2561). ตัวกำหนดการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีต่อผลการดำเนินงานการบริหารด้านการเงินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน, มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- อนุวัฒน์ ภัคดี และ ศิลปพร ศรีจันทเพชร. (2564). ผลกระทบของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบต่อการจัดการกำไรที่แท้จริง: หลักฐานจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 41(4), 1-26.
- Abid, G., Khan, B., Rafiq, Z. & Ahmed, A. (2014). Theoretical Perspectives of Corporate Governance. *Bulletin of Business and Economics*, 3(4), 166-175.
- Abou-Moghli, A. A., & Al-Kasasbeh, M. M. (2012). Social Network and The Success of Business Start- Up. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 134-140.
- Al-Absy, M. S. M., Kulsmail, K. N. I., & Chandren, S. (2019). Audit Committee Chairman Characteristics and Earnings Management: The Influence of Family Chairman. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 11(4), 339-370.
- 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), 25-35.
- Aloui, M., & Jarboui, A. (2018). The Effects of Corporate Governance on The Stock Return Volatility: During the Financial Crisis. *International Journal of Law and Management*, 60(2), 478-495.
- Baker, T. A., Lopez, T. J., Reitenga, A. L., & Ruch, G. W. (2019). The Influence of CEO and CFO Power on Accruals and Real Earnings Management. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 52 (1), 325-345.
- Beyer, B.D., Nabar, S.M., & Rapley, E.T. (2018). Real Earnings Management by Benchmark-Beating Firms: Implications for Future Profitability. *Accounting Horizons*, 32(4), 59-84.
- Dechsukhum, A., Tangeakchit, M. & Laohavisudht, S. (2022). Relationship Between Audit Committee Characteristics and Accounting Conservatism of Listed Companies in The Stock Exchange of Thailand. *Songklanakarin Journal of Management Sciences*, 39(2), 163-182.
- Dinh, T. Q., & Calabrò, A. (2019). Asian Family Firms Through Corporate Governance and Institutions: A Systematic Review of The Literature and Agenda for Future Research. *International Journal of Management Reviews*, 21(1), 50-75.
- Emerson, M. R. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1976), 335-362.
- Fan, P. H. J., Wong, T. J. & Zhang, T. (2007). Politically Connected CEOs, Corporate Governance, and Post-IPO Performance of China's Newly Partially Privatized Firms. *Journal of Financial Economics*, 84(2), 330-357.

- Ghaleb, B. A. A., Kamardin, H., & Tabash, M. I. (2020). Family Ownership Concentration and Real Earnings Management: Empirical Evidence from an Emerging Market. *Cogent Economics and Finance*, 8(1), 1-17.
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing Measurement Model Quality in PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis. *Journal of Business Research*, 109(5-6), 101-110.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance. *Long Range Planning*, 46(1-2), 1-12.
- Hillman, A.J., Withers, M.C. & Collins, B.J. (2009). Resource Dependence Theory: A Review. *Journal of Management*, 35(6), 1404-1427.
- Imai, M. (2006). Mixing Family Business with Politics in Thailand. *Asian Economic Journal*, 20(3), 241-256.
- Jamil, N. N. (2020). The Power of Political Connections: Review on The Impacts of Audit Committee and Corporate Governance. *Journal of Public Administration and Governance*, 10(1), 1-14.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Jing, J. (2019). Does Risk Management Committee Gender Diversity Matter? A Financial Problems Perspective. *Managerial Auditing Journal*, 34(8), 1050-1072.
- Kelloway, E. K. (2015). *Using Mplus for Structural Equation Modeling*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lin, T., Hutchinson, M., & Percy, M. (2015). Earnings Management and The Role of The Audit Committee: An Investigation of The Influence of Cross-Listing and Government Officials on The Audit Committee. *Journal of Management and Governance*, 19(1), 197-227.
- Marzuki, M. M., Haji-Abdullah, N. M., Othman, R., Wahab, E. A., & Harymawan, I. (2019). Audit Committee Characteristics, Board Diversity, and Fraudulent Financial Reporting in Malaysia. *Asian Academy of Management Journal*, 24(2), 143-167.
- Minnick, K., & Noga, T. (2010). Do Corporate Governance Characteristics Influence Tax Management.? *Journal of Corporate Finance*, 16(5), 703-718.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2003). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Stanford University Press.
- Qamhan, M. A., Che Haat, M. H., Hashim, H. A., & Salleh, Z. (2018). Earnings Management: Do Attendance and Changes of Audit Committee Members Matter? *Managerial Auditing Journal*, 33(8/9), 760-778.
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings Management through Real Activities Manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335-370.
- Sultana, N. (2015). Audit Committee Characteristics and Accounting Conservatism. *International Journal of Auditing*, 19(2), 88-102

- Teng, L., Marion H., & Majella P., (2015). Earnings Management and The Role of The Audit Committee: An Investigation of The Influence of Cross-Listing and Government Officials on The Audit Committee. *Journal of Management & Governance, Springer; Accademia Italian di Economia Azaindole (AIDEA), 19(1), 197-227.*
- The ASX Corporate Governance Council. (2019). Corporate Governance Principles and Recommendations. Retrieved 2 December 2022, from <https://www.asx.com.au/documents/asx-compliance/cgc-principles-and-recommendations-fourth-edn.pdf>
- The Organization for Economic Co-operation and Development. (2021). Corporate Governance 2021. Retrieved 2 December 2022, from <https://www.oecd.org/corporate/OECD-Corporate-Governance-Factbook.pdf>
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive Accounting Theory*. London: Prentice-Hall Inc.
- Yonus Z. I. & Klein, C. (2019). Board Composition and Corporate Risk-Taking: A Review of Listed Firms from Germany and the USA. *Journal of Applied Accounting Research, 20(4), 526–542.*

ความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับผลการดำเนินงานขององค์กร ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

RELATIONSHIPS BETWEEN PROACTIVE PUBLIC RELATIONS AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THAILAND

พัฒนา พิมพ์แน่น^{1*} และ อภิ คำเพราะ²

Pattana Pimnan^{1*} and Aphi khamphroh²

(Received: April 18, 2023; Revised: May 11, 2023; Accepted: May 19, 2023)

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย ทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องมีการปรับพัฒนาและสร้างสรรค์กลยุทธ์การบริหารงานและการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความได้เปรียบและศักยภาพทางการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมีผลการดำเนินงานที่ดี รวมถึงสนับสนุน ส่งเสริม และผลักดันให้องค์กรสามารถประสบความสำเร็จ เจริญเติบโต อยู่รอด และยั่งยืนได้ จึงมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับผลการดำเนินงานขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 69 คน และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร และด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยสรุป การประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญและทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมาประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างสรรค์ความได้เปรียบในการดำเนินงานและส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรที่ดี นอกจากนี้ ยังช่วยให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ผลการดำเนินงานขององค์กร สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

Graduate student, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhonphanom University

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

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

* Corresponding author, E-mail: pattana.p@npu.ac.th

Abstract

The economy, culture, and technology have all evolved considerably in recent years. They have compelled firms to adapt, develop, and build managerial and operational strategies in order to obtain a competitive edge and competitiveness in an efficient and effective manner, as well as to achieve excellent performance. Recently, organizational success, development, survival, and sustainability have been aided, supported, and advanced by these competitive advantages and competitiveness. Accordingly, the objective of this research is to investigate the relationships between proactive public relations and organizational performance of higher education institutions in Thailand. This research collects data from sixty-nine executives of public relations and organizational communication of higher education institutions in Thailand and uses the questionnaire as a research tool. Multiple regression analysis of the resulting data finds that proactive public relations, including clear public relations policy; diversified public relations activities and methods; and networks of public relations connection, coordination and dissemination) have a positive relationship and effect on organizational performance. In summary, proactive public relations have a positive relationship and effect on organizational performance. As a result, Thai higher education institutions should prioritize proactive public relations and implement it in their organizations in order to provide a tool for organizational operations that efficiently and effectively provides operational advantage and influences excellent organizational performance. Moreover, proactive public relations can help achieve operational goals in the short-term and sustainable long-term aspects.

Keywords: Proactive Public Relations, Organizational Performance, Higher Education Institutions
in Thailand

1. บทนำ

ในปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวและพัฒนาการบริหารงานและการดำเนินงานของตนเองเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดความสามารถและศักยภาพในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมถึงการสนับสนุน ส่งเสริม และผลักดันให้องค์กรสามารถอยู่รอดและยั่งยืนได้ภายใต้สถานการณ์และสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน เชื่อมโยงต่อไปยังการดำเนินงานในอนาคต ดังนั้น กลยุทธ์ เทคนิค และแนวทางการดำเนินงานที่ดี สามารถช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี ประกอบด้วยการบริหารจัดการองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การผลิตและการดำเนินงาน การบริหารการตลาด การบริหารการเงินและการบัญชี การประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรจำเป็นต้องมีการบูรณาการกลยุทธ์ เทคนิค และแนวทางข้างต้น เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนการบริหารงานและการดำเนินงานขององค์กรให้ดีที่สุด

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นกิจกรรมหนึ่งในการบริหารจัดการองค์กรที่มีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารที่ทุกองค์กรจำเป็นต้องมี นอกเหนือจากการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย และเป็นการสร้างความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อสาธารณชน เพื่อให้เกิดมุมมอง ภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เมื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีได้เกิดขึ้นภายในใจของสาธารณชน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นก็เกิดขึ้นกับองค์กร และส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relations) เป็นกลยุทธ์ที่มีคุณค่า ความสำคัญ และประโยชน์อย่างมากในปัจจุบัน สามารถช่วยสร้างการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย ความเข้าใจที่ดีของบุคคลที่เกี่ยวข้อง และการสร้างความเชื่อถือและความมั่นใจในศักยภาพการดำเนินงานขององค์กร และส่งผลกระทบต่อศักยภาพทางการแข่งขัน ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน และผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดี ทั้งความมั่นคง การเจริญเติบโต การอยู่รอด และความยั่งยืน (บุญยง ธรรมสะอาด, 2564) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถ และความเข้าใจในบริบทที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี เพื่อให้เป็นกลไกและเครื่องมือที่สำคัญ ซึ่งสามารถส่งผลให้เกิดผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีแก่องค์กรได้

ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) เป็นผลลัพธ์ความสำเร็จขององค์กรที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและความสามารถในการบริหารงานและการดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถส่งผลกระทบต่อให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดีและโดดเด่นได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกถือว่าเป็น กลยุทธ์ที่สำคัญที่สามารถสร้างความเข้าใจและส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับบุคคลภายนอก และสร้างภาพพจน์ขององค์กรที่ดี และสามารถส่งผลให้เกิดผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรที่ดีตลอดไป

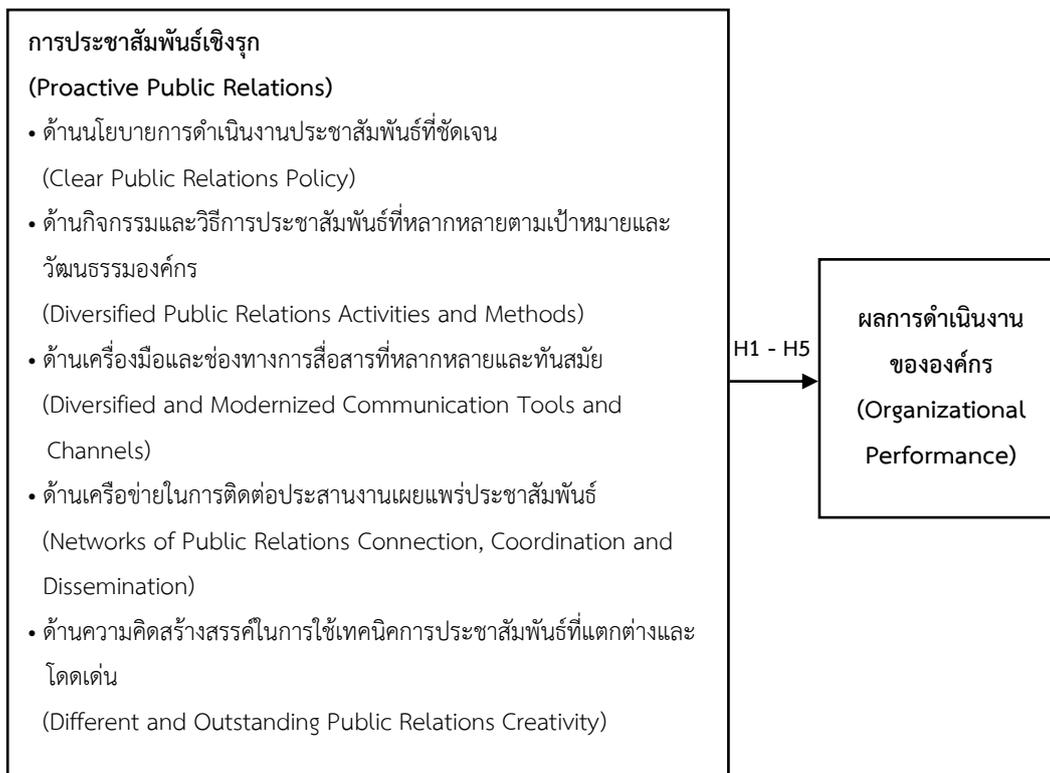
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับผลการดำเนินงานขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย และมีคำถามวิจัยว่าการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรหรือไม่ อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นสถานศึกษาที่จัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาในด้านวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงหลายสาขาวิชาในหลายระดับ รวมถึงปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก มีทั้งมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยเอกชน รวมทั้งการทำวิจัยและให้บริการทางด้านวิชาการแก่สังคม ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพราะฉะนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้น สถาบันอุดมศึกษาต้องแสวงหาและพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กร ส่งผลให้มีผลการดำเนินงานและประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ซึ่งการประชาสัมพันธ์เชิงรุกถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีคุณค่าที่สามารถช่วยองค์กรให้มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับผลการดำเนินงานขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องและการพัฒนาสมมติฐานในการวิจัยในการวิจัยนี้ สามารถแสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยได้ ดังรูปภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและผลการดำเนินงานขององค์กร

3.1 การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relations)

การประชาสัมพันธ์เชิงรุก หมายถึง วิธีการและกระบวนการดำเนินงานที่สร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย และมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับอะไรอย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล (ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนท์, 2558) ซึ่งมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม ผ่านการเลือกใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลูกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วยและคล้อยตาม เกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กร นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในด้านความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนมององค์กรในภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเข้าใจอันดีเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสาร อันจะ

เป็นเครื่องมือสำคัญในการนำข้อมูลข่าวสารจากองค์กรหนึ่งไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย (จินตวิโรจน์ เกษมสุข, 2554) ด้วยเหตุนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกจึงมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาสทางการรับรู้ของข้อมูลข่าวสารให้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สารที่สื่อออกไปสร้างความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี โดยการชี้แจงและให้ความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะมีกิจกรรมใด เพื่อให้เกิดความยอมรับและความร่วมมือและเป็นการสร้างโอกาสทางการรับรู้ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกมีความจำเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดความรู้และมีความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลูกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย และคล้อยตามเกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีกับองค์กร

การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการบริหารงานและ การดำเนินงานขององค์กร สามารถส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและศักยภาพทางการแข่งขัน และก่อให้เกิดผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรที่ดีและประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและในอนาคตระยะยาวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยสามารถจำแนกการประชาสัมพันธ์เชิงรุกได้ ดังนี้ (ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2558)

1) ด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน (Clear Public Relations Policy) เป็นการวางแผนและลำดับวิธีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันและเชื่อมโยงและสอดคล้องกันเป็นอย่างดี ซึ่งต้องมีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร จัดให้มีโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจนและครอบคลุมตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร และกำหนดและมอบหมายให้มีผู้บริหารที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โดยตรง ทำให้การบริหารงานและการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ทั้งความรวดเร็ว ความคุ้มค่า และเชื่อถือได้ ส่งผลต่อความเป็นเลิศในการสื่อสารและการยอมรับของผู้มีส่วนได้เสียตามเป้าหมายที่กำหนดและวางแผนไว้ นอกจากนี้ การกำหนดและพัฒนาการวางแผนการประชาสัมพันธ์ทุกกิจกรรม สื่อกลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา งบประมาณ และบุคคลที่รับผิดชอบ สามารถช่วยให้การบริหารงานและการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ได้และประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี (ชัยนันท์ นันทพันธ์, 2549) ดังนั้น การพัฒนาและกำหนดนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน การวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและธรรมาภิบาล การกำหนดข้อมูลและข้อสนเทศที่จะสื่อสารออกไปต่อคนภายนอก และการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจนการคัดกรองและจัดลำดับความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร ส่งผลให้องค์กรสามารถมีบริหารงาน การดำเนินงาน และการปฏิบัติการที่ช่วยทำให้เกิดความได้เปรียบและศักยภาพทางการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เกิดผลดีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและมีความเป็นเลิศ และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการและการดำเนินงานที่โดดเด่นและอย่างยั่งยืนในระยะยาว

2) ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร (Diversified Public Relations Activities and Methods) เป็นการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพและบริบทในปัจจุบันขององค์กร เพื่อสร้างการรับรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการมีกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ประกอบด้วย การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน การมีส่วนร่วมในการเป็นกรรมการ การแสดงความยินดีในโอกาสพิเศษของหน่วยงานภายนอก การนำเสนอข่าวต่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ในโอกาสพิเศษ และการให้สัมภาษณ์เพื่อเปิดโอกาสอธิบายและขยายความแก่สื่อมวลชน โดยการสื่อสารมวลชน

สัมพันธ์สามารถสร้างและกระชับความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนได้เป็นอย่างดี และมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างองค์กรกับสื่อมวลชน ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ดีและได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และก่อให้เกิดผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีแก่องค์กรเป็นอย่างมากและชัดเจนมากยิ่งขึ้น (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2555) ดังนั้น การสร้างสรรค์กิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร การปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน การเลือกใช้กิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กร การผสมผสานวิธีการกระบวนการและแนวทาง การประชาสัมพันธ์อย่างบูรณาการ และการดำเนินงานกิจกรรมของการประชาสัมพันธ์ที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร จะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุและประสบความสำเร็จในการบริหารงานและการดำเนินงานและมีผลการดำเนินงานที่ดีมากยิ่งขึ้นและอย่างยั่งยืนตลอดไป

3) ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย (Diversified and Modernized Communication Tools and Channels) เป็นการสร้างสรรค์เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ให้หลากหลายและมีความทันสมัยที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุม และมีการสร้างสัมพันธ์ภายในองค์กรและหน่วยงานภายนอกให้มากขึ้นโดยอาศัยช่องทางของสื่อในทุกระบบ ดังนั้น เครื่องมือและช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ทันสมัย และมีการบูรณาการ ทั้งการใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยและการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถช่วยให้มีการสื่อสารและนำข่าวสารและเรื่องราวจากองค์กรไปให้ผู้มีส่วนได้เสียเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยครอบคลุมทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วยการจัดงาน ข่าวแจก การสัมภาษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ วิดิทัศน์และภาพยนตร์ การระดมทุน และการประชุม ซึ่งสามารถช่วยให้สื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (สิทธิ์ีร์ธรรม, 2552) ด้วยเหตุนี้ การประยุกต์ใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัยในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด สามารถช่วยให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในระยะยาว

4) ด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Networks of Public Relations Connection, Coordination and Dissemination) เป็นการเชื่อมโยงกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกไปยังกลุ่มมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งอาจหมายถึงสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารขององค์กรที่ผลิตขึ้น เพื่อเผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชนให้กว้างขวางและมีเครือข่ายในการดำเนินการวางแผนใช้ช่องทางเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 255; สุโร พงษ์ทองเจริญ, 2551) นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ผ่านการมีเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน การดำเนินงาน และการปฏิบัติการขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งผลต่อการสร้างความนิยม ชื่นชม และชื่นชอบ และสร้าง รักษา และปกป้องชื่อเสียงขององค์กรให้อยู่ยาวนานและอย่างยั่งยืนตลอดไป (สุภาวดี พรหมมา, 2549) ดังนั้น การสร้างเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี การจัดตั้งเครือข่ายกลุ่มมวลชนสัมพันธ์กับสื่อมวลชนภายนอก การสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มมวลชนสัมพันธ์เป็นระบบ การเผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชนวงกว้างผ่านกลุ่มมวลชนสัมพันธ์ และการนำเสนอข่าวสารและเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นจริงผ่านเครือข่ายประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ สามารถช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงอย่างโดดเด่นและส่งผลให้องค์กรได้รับและมีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

5) ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น (Different and Outstanding Public Relations Creativity) เป็นการสร้างสรรค์ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์หรือวิธีการดำเนินงานสื่อ

ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ขึ้นมาใหม่ โดยที่ยังไม่เคยมีการทำมาก่อน โดยมีจุดมุ่งหมาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร และสร้างการยอมรับจากบุคคลและบุคคลทั่วไป ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้างความเป็นเลิศและสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ทำให้กลุ่มเป้าหมาย รู้จักองค์กรได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกสามารถริเริ่มสร้างสรรค์วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สื่อ และสร้างสรรค์และพัฒนากิจกรรมการประชาสัมพันธ์ขึ้นมาใหม่และแตกต่าง (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2549) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ พัฒนา และปรับปรุงเทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่าง และโดดเด่นและเป็นเทคนิคใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเรียนรู้และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องในการบริหารงานและการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่ต่อเนื่องและอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย ด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น ถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีคุณค่าและความสำคัญอย่างมาก สามารถช่วยสร้างการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย ความเข้าใจที่ดีของบุคคล ที่เกี่ยวข้อง และการสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพการดำเนินงาน ส่งผลให้มีความได้เปรียบและศักยภาพทางการแข่งขัน ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน และผลลัพธ์การดำเนินงานที่ต่อเนื่องอย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงสามารถสร้างและแสดงสมมติฐานที่เกิดขึ้นในการวิจัยได้ ดังนี้

H₁: การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร

H₂: การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร

H₃: การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร

H₄: การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร

H₅: การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร

3.2 ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance)

ผลการดำเนินงานขององค์กร หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่เป็นภาพรวมขององค์กรหรือผลลัพธ์ที่สะท้อนถึงความสามารถในการบริหารงานและการจัดการองค์กรว่าเป็นไปตามมาตรฐานหรือเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ดังนั้น การกำหนดตัวชี้วัดจึงมีความสำคัญและจำเป็นต่อการบริหารงานและการดำเนินงานของอย่างชัดเจน โดยมีจุดมุ่งหมาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์เพื่อให้มีผลการปฏิบัติงานโดยรวม ทั้งมีการบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบ มีคุณภาพและประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นไปตามเป้าหมายอย่างชัดเจน และและมีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ และได้รับความไว้วางใจจากผู้ที่มาใช้บริการด้วยดีเสมอมา สามารถส่งผลให้องค์กรมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่อย่างโดดเด่นและอย่างยั่งยืนในอนาคตระยะยาว (นกดล รัมโพธิ์, 2557) ซึ่งการวัดผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า

ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา สามารถแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการบริหารงานและการจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการสื่อสารเอกลักษณ์ขององค์กรสู่เป้าหมายภายนอก โดยมุ่งเน้นให้กลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้และการตอบสนองต่อสิ่งที่องค์กรสื่อสารออกไป (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2556) นอกจากนี้ ผลการดำเนินงานขององค์กรยังเป็นผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่มูลค่าเพิ่มด้านเศรษฐศาสตร์และมูลค่าเพิ่มด้านการตลาด (Kaplan & Norton, 1996) ประกอบด้วย 1) ผลผลิตขององค์กร (Organizational Productivity) เป็นความสามารถในการสร้างผลผลิตและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานในเวลาที่กำหนด และมีต้นทุนที่ประหยัดเพียงพอที่จะแข่งขันในราคาตลาดได้อย่างสม่ำเสมอและยั่งยืน ซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์และการยอมรับของตลาดได้อย่างยาวนาน 2) ประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการและเทคโนโลยีที่ใช้ที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายการดำเนินงาน ทั้งการผลิต การบริการ การควบคุม การประกันคุณภาพ การจัดเก็บและกระจายสินค้า การติดตามทวนสอบ และการปรับปรุงแก้ไขปัญหา รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง สามารถส่งผลต่อทั้งมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มทางการตลาด 3) การจัดลำดับเทียบชั้น (Industrial Ranking) เป็นการจัดลำดับตำแหน่งทางการตลาดของผู้บริโภค และการเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันและกลุ่มเดียวกันในทุกมิติรวมกัน ทั้งคุณภาพ ปริมาณ ลักษณะทางกายภาพ ทึบห่อ ขนาด และช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย (Target Group Satisfaction) เป็นความรู้สึกที่มีความสุขและพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการบริหารงานและการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดีทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นผลลัพธ์ความสำเร็จขององค์กรที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยการวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์องค์กรที่ดีและด้านชื่อเสียงขององค์กร (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2556) ด้านการรับรู้ผู้มีส่วนได้เสีย (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2549) และด้านการเพิ่มจำนวนนักศึกษา (สมบุญ สรพัต, 2562) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ 1) ด้านภาพลักษณ์องค์กรที่ดีเป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กร รวมถึงการบริหารจัดการสินค้าและบริการขององค์กร และเป็นภาพสะท้อนกลับของเอกลักษณ์องค์กร 2) ด้านชื่อเสียงขององค์กร (Organizational Reputation) เป็นทัศนคติและความรู้สึกที่มีต่อองค์กรจากผลการดำเนินงานขององค์กร 3) ด้านการรับรู้ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Perception) เป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนในการดำเนินงานขององค์กรของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อองค์กร รวมถึงการรับรู้กิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับองค์กรในการวางแผนและตัดสินใจ และรับรู้ถึงความสำคัญในการอยู่ร่วมกับองค์กร และ 4) ด้านการเพิ่มจำนวนนักศึกษา (Student Increase) เป็นการวัดจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 154 แห่ง (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563: เว็บไซต์) โดยมีผู้บริหารฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับ จำนวน 69 ชุด และมีอัตราการตอบกลับเท่ากับ ร้อยละ 44.81 สอดคล้องกับ Aaker et al., (2001) ที่กล่าวว่า ต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ และมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 23 ข้อ และตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างและจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริหารฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำแนกตามประเภทของสถาบันอุดมศึกษา

ประเภทของสถาบันอุดมศึกษา	จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง (คน)	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)
มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ	26	22
มหาวิทยาลัยของรัฐ	9	9
มหาวิทยาลัยราชภัฏ	38	15
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	9	2
มหาวิทยาลัยเอกชน	72	21
รวม	154	69

4.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะไปทดสอบใช้ (Try - out) กับผู้บริหารฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 30 คนแรก พบว่า (1) การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.537 - 0.890 และผลการดำเนินงานขององค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.540 - 0.876 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2553) ได้นำเสนอกล่าวว่าเกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม ตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไปถือว่ามีความคุณภาพในระดับดีมาก และ (2) การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแต่ละด้าน ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.800 - 0.933 และผลการดำเนินงานขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.838 - 0.933 (ตาราง 54 ภาคผนวก ข) ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al., (2010) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงถือว่ายอมรับได้

4.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและผลการดำเนินงานขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

5. ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับผลการดำเนินงานขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ตามที่ได้ตั้งสมมติฐาน ดังนี้ (1) H_1 : การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน (CPR) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) (2) H_2 : การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร (DAM) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) (3) H_3 : การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย (MDC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) (4) H_4 : การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (NCD) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) และ (5) H_5 : การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ (DOC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) ซึ่งมีรายละเอียดผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล ดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและผลการดำเนินงานขององค์กร

ตัวแปร	OPM	CPR	DAM	MDC	NCD	DOC	VIF
\bar{X}	4.05	4.29	4.34	4.41	4.35	4.31	
s.d.	0.52	0.49	0.60	0.48	0.42	0.65	
OPM	-	0.502*	0.497*	0.358*	0.553*	0.393*	
CPR		-	0.685*	0.648*	0.714*	0.546*	2.774
DAM			-	0.679*	0.579*	0.737*	2.965
MDC				-	0.639*	0.718*	2.693
NCD					-	0.588*	2.384
DOC						-	2.835

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและผลการดำเนินงานขององค์กร

การประชาสัมพันธ์เชิงรุก	ผลการดำเนินงาน ขององค์กร (OPM)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.030	0.573	1.796	0.000*
- ด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่ชัดเจน(CPR)	0.332	0.176	2.747	0.038*
- ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลาก หลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร (DAM)	0.270	0.151	2.783	0.047*
- ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสาร ที่หลากหลายและทันสมัย (MDC)	-0.202	0.177	-1.142	0.258
- ด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ (NCD)	0.507	0.191	2.661	0.010*
- ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิค การประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น (DOC)	-0.006	0.134	-0.044	0.965

F = 7.445, p = 0.000, AdjR² = 0.322

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีค่าตั้งแต่ 2.384 – 2.965 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Keith, 2019)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.358 - 0.553 จากนั้น เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการประชาสัมพันธ์เชิงรุก แต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงานขององค์กร ดังตารางที่ 3

จากตารางที่ 3 พบว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน (CPR) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) (สัมประสิทธิ์การถดถอย = 0.332, p-value < 0.038) เนื่องจากการสร้างความประทับใจที่สามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้ง ภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง สามารถส่งผลให้เกิดการรับรู้ ยอมรับและเชื่อถือในที่สุด ทั้งนี้ เพราะว่า

ภาพลักษณ์เป็นภาพที่มนุษย์รับรู้ด้วยการสร้างเหตุการณ์เทียมขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างภาพภายในใจเกี่ยวกับบุคคลหรือองค์กรที่รับรู้และเข้าใจ และการที่มนุษย์จะเกิดภาพลักษณ์ในใจได้นั้นจะต้องอาศัยความประทับใจที่ได้จากการรับรู้เข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ ดังนั้น การสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพต้องดำเนินการและจัดโครงสร้างการบริหารงานให้เป็นไปตามกรอบโครงสร้างของกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อผลักดันให้สารสนเทศต่าง ๆ เคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ ทำให้องค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร นอกจากนี้ การมีนโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจนนำไปสู่การปฏิบัติและวิสัยทัศน์ของผู้นำในการกำหนดภาพลักษณ์ของหน่วยงาน แต่ละหน่วยงานนั้นจำเป็นต้องมีการตั้งเป้าหมายว่าต้องการเห็นองค์กรนั้นเป็นอย่างไร หากไม่มีการกำหนดเป้าหมายให้เด่นชัด จะทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดทิศทางและแนวทางในการดำเนินงาน (ศิริวรรณ จุลทับ และ จินตนา ตันสุวรรณ นนท์, 2558) ซึ่งการมีนโยบายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยจากนโยบายสู่กลยุทธ์ และขยายผลสู่กิจกรรมกระบวนการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จ โดย การประชาสัมพันธ์เห็นความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์การบริหารงานที่ชาญฉลาด ผ่านการเสริมสร้างการบริหารงานและการประชาสัมพันธ์ที่ดี เกิดขึ้นจากงานดีและมีกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สามารถส่งผลต่อผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีได้ จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₁

การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร (DAM) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) (สัมประสิทธิ์การถดถอย = 0.270, p-value < 0.047) เนื่องจากการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีความหลากหลายให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันและบริบทขององค์กร สามารถสร้างการรับรู้ต่อการบริหารงานและการดำเนินงานได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การความเข้าใจในเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กรอย่างถูกต้องและชัดเจน และสอดคล้องเป็นไปตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ สามารถช่วยให้องค์กรมีความสามารถและศักยภาพในการบริหารงานและการดำเนินงาน และประสบความสำเร็จได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การสื่อสารและมวลชนสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างและกระชับความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างองค์กรกับสื่อมวลชน และมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2555) สามารถส่งผลให้เกิดผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₂

และการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (NCD) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) (สัมประสิทธิ์การถดถอย = 0.507, p-value < 0.010) เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เชิงรุกต้องอาศัยการสร้างเหตุการณ์เทียม เพราะว่าการสร้างเหตุการณ์เทียมถือว่าเป็นกลยุทธ์ เทคนิค วิธีการ และกระบวนการสร้างสถานการณ์ที่ดัดแปลงให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกับองค์กร และเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร โดยมีเป้าหมายสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และสร้างความเลื่อมใสและศรัทธาต่อองค์กรทั้งสินค้าและบริการต่อกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ต้องกระตุ้นหรือสร้างขึ้นมาจำลองขึ้นในรูปแบบของเหตุการณ์ กิจกรรม หรือการกระทำที่มีการวางแผนไว้และมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงสิ่งที่องค์กรต้องการสื่อไปในทิศทางเดียวกัน โดยกำหนดขึ้นมาเป็นนโยบายหรือวางแผนแนวทางที่ชัดเจน ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น สามารถทำให้ใกล้เคียงหรือเสมือนเป็นสิ่งเดียวกับความเป็นจริงมากที่สุด และทำให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์กรมากที่สุด นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์เป็นการสร้างความเข้าใจและ

ทัศนคติที่ดีอันจะนำไปสู่การสนับสนุนและสร้างความร่วมมือและสัมพันธภาพที่ดีระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย (อภิชาต พุกสวัสดิ์, 2556) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงถือว่าเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างภาพลักษณ์และเป็นการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแก่องค์กร และเป็นวิธีการให้ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ อาจมีการจำลองขึ้นในรูปแบบของเหตุการณ์ กิจกรรม หรือการกระทำที่มีการวางแผนไว้เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ป้องกัน และแก้ไขปัญหาความเข้าใจผิด สนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร และเสริมสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กร ด้วยเหตุนี้ การประชาสัมพันธ์จึงเป็นกิจกรรมที่สามารถช่วยให้การดำเนินงานต่างๆ ขององค์กรประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ผ่านวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม สามารถส่งผลให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือและสามารถอยู่ในจิตใจกลุ่มเป้าหมายได้ และก่อให้เกิดผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีต่อองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₄

สำหรับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย (MDC) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) (สัมประสิทธิ์การถดถอย = -0.202, p-value < 0.258) เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัยเป็นการสร้างสรรค์เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ให้หลากหลายและมีความทันสมัยที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุม เช่น การใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย การเลือกเครื่องมือในการสื่อสารที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย การผสมผสานและบูรณาการเครื่องมือการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เป็นต้น (สิทธิ์ อีรสรณ์, 2552) ซึ่งกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ใช้ช่องทางที่หลากหลายและทันสมัยนั้น อาจทำให้ผู้รับข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย เกิดความสับสนในข้อมูลที่เกิดขึ้นได้และมีคำถามเกี่ยวกับความเชื่อถือได้ของข้อมูลและการให้ข่าวสาร นอกจากนี้ อาจทำให้มีการสื่อสารข้อมูลและข่าวสารที่มากเกินไปจนสร้างความไม่สบายใจให้กับผู้รับข้อมูลในประเทศไทย ไม่ได้รับประโยชน์กับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในด้านนี้ และอาจก่อให้เกิดผลที่ไม่ดีหรือเชิงลบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรได้ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย จึงไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรเลย ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H₃

เช่นเดียวกันกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น (DOC) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (OPM) (สัมประสิทธิ์การถดถอย = -0.006, p-value < 0.965) เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่นเป็นการสร้างสรรค์ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์หรือวิธีการดำเนินงานสื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ขึ้นมาใหม่ที่ยังไม่เคยทำมาก่อน ทั้งนี้ โดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป เพื่อสร้างความสนใจแก่ผู้คน สื่อมวลชน และสังคม ซึ่งสามารถสร้างความเป็นเลิศและสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักองค์กรได้ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2549) อย่างไรก็ตาม สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย อาจมีความสามารถและศักยภาพในการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป และเพื่อสร้างความสนใจแก่ผู้คน สื่อมวลชนและสังคม ทั้งความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ การสร้างสรรค์เทคนิคในการ

ประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ การสร้างปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ การเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีและเทคนิคใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และการใช้กลยุทธ์เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่มีการบูรณาการกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย อาจไม่สามารถทำการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่นได้มากมายนัก เนื่องจากสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่มีเป้าหมายเพื่อการบริการวิชาการมากกว่าการมุ่งเน้นการทำกำไรให้กับองค์กร ด้วยเหตุนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น จึงไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรเลย ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H₅

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็นวิธีการและกระบวนการดำเนินงานที่สร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิถีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ซึ่งต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลายและมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมและมีประสิทธิผล และเป็นกลยุทธ์ที่มีคุณค่า ความสำคัญ และประโยชน์อย่างมากที่สามารถช่วยสร้างการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย ความเข้าใจที่ดีของบุคคลที่เกี่ยวข้อง และการสร้างความเชื่อถือและความมั่นใจในศักยภาพการดำเนินงานขององค์กร และส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบและศักยภาพทางการแข่งขัน ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน และผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดี ทั้งความมั่นคง การเจริญเติบโต การอยู่รอด และความยั่งยืน ดังนั้น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับผลการดำเนินงานขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็นตัวแปรอิสระและผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นตัวแปรตาม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 69 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลลัพธ์การวิจัย พบว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร และด้านเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย และด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น เพื่อเป็นการพิสูจน์และยืนยันผลลัพธ์การวิจัยในปัจจุบันนี้ การวิจัยในอนาคตอาจต้อง (1) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในบริบทอื่น ๆ และใช้ตัวแปรอื่นเข้ามาเป็นตัวแปรแทรก (2) ทำการวิจัยเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่นยังมีความสำคัญอยู่หรือไม่ (3) แสวงหาแนวทางและวิธีการในการเพิ่มอัตราการตอบกลับและจำนวนข้อมูลให้มากขึ้น (4) ได้ข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูงฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร สามารถช่วยให้ผลการวิจัยเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ และนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น และ (5) ทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการบริหารงานและการดำเนินงานมากขึ้น โดยสรุป การประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญและทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมาประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างสรรค์ความได้เปรียบในการดำเนินงานขององค์กรและ

ส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรที่ดี นอกจากนี้ ยังช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงาน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างยั่งยืน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ประโยชน์ที่ได้รับเชิงทฤษฎี

การวิจัยนี้ได้พิสูจน์และยืนยันว่าการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ ความจำเป็น และเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการบริหารงานและการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งสามารถส่งผลดีและเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ความสำเร็จ การเจริญเติบโต การอยู่รอด และความยั่งยืนทั้งในปัจจุบันและในอนาคตระยะยาว อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย และด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ด้วยเหตุนี้ จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้ (1) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย ไม่มีส่วนต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจจำเป็นต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในบริบทอื่น ๆ และใช้ตัวแปรอื่นเข้ามาเป็นตัวแปรแทรก เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น (2) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น ไม่มีส่วนต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจจำเป็นต้องทำการวิจัยเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่นยังมีความสำคัญอยู่หรือไม่ ผ่านการทำการทบทวนวรรณกรรมอีกครั้งและการทดสอบเชิงประจักษ์ (3) การวิจัยนี้มีอัตราการตอบกลับและจำนวนข้อมูลที่น่าสนใจในการวิเคราะห์อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้แต่มีจำนวนน้อย ซึ่งอาจส่งผลให้อำนาจในการทดสอบน้อยมาก และไม่มีแรงจูงใจให้เกิดการยอมรับและความเชื่อถือในผลลัพธ์การวิจัยได้ ดังนั้น การวิจัยในอนาคตจำเป็นต้องหาแนวทางในการเพิ่มอัตราการตอบกลับและจำนวนข้อมูลให้มากขึ้นได้อย่างชัดเจน สามารถส่งให้ผลลัพธ์การวิจัยเป็นที่ยอมรับและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงานและการดำเนินงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น (4) การวิจัยนี้มีหน่วยวิเคราะห์เป็นสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย และมีผู้บริหารฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก แต่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นหัวหน้างานและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีหน้าที่และความรับผิดชอบด้านการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารองค์กรมากกว่าการวางแผนและกำหนดนโยบาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้น การวิจัยในอนาคตจำเป็นต้องได้ข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูงฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ซึ่งสามารถช่วยให้ผลลัพธ์การวิจัยเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือได้มากยิ่งขึ้น และ (5) การวิจัยในอนาคตอาจจำเป็นต้องเพิ่มประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยให้มากขึ้น ดังนั้น ต้องการทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ ซึ่งสามารถทำให้มีผลลัพธ์การวิจัยที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการบริหารงานและการดำเนินงานมากขึ้น เช่น การวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยของรัฐและในกำกับกับมหาวิทยาลัยเอกชน การวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยกับในประเทศอื่น เป็นต้น

7.2 ประโยชน์ที่ได้รับเชิงการบริหารจัดการ

การวิจัยนี้ได้ให้ประโยชน์ต่อการบริหารงานและการดำเนินงานขององค์กร และยังสามารถช่วยให้องค์กรมีการพัฒนาและสร้างสรรค์กลยุทธ์การบริหารงานและการดำเนินงานที่มีความสามารถและศักยภาพสูง ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินขององค์กรที่ดีอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย (1) ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน เพราะการมีนโยบายที่ชัดเจนนั้นสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ซึ่งภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กร (2) ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร เพราะสามารถส่งผลให้มีผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และ (3) ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านการสร้างเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพราะการมีเครือข่ายที่ดี สามารถส่งผลให้ผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรโดยรวมดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านชื่อเสียงขององค์กร และด้านการรับรู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

8. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). *ข้อมูลประวัติของสถาบันอุดมศึกษา*. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564, จาก <https://data.go.th/dataset/univ_stf_12_02>.
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2554). *การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2555). *การบริหารการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ*. นนทบุรี: ธรรมสาร.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. (2549). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยุคใหม่: รวบรวมความยอดฮิตสะกิดใจคนทำงานประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นภดล ร่มโพธิ์. (2557). *การวัดผลการปฏิบัติงานองค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญยง ธรรมสะอาด. (2564). *คู่มือปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์: หลักการประชาสัมพันธ์*. สิงห์บุรีและอ่างทอง: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 5, สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, กระทรวงศึกษาธิการ.
- ประทุม กลุ่ย์กลาง. (2549). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2551). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: โพรพรินดิง.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2556). *ตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย*. *วารสารวิจัยสังคม*, 36(2), 215-251.
- ศิริวรรณ จุลทับ และ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2558). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษา*. *เขตภูมิศาสตร์ภาคใต้*. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 2(2), 175-194.
- สิทธิ์ ธีรสรณ์. (2552). *การสื่อสารทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี พรหมมา. (2549). *หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์*. นครศรีธรรมราช: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2553). *สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการศึกษา*. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- สมบูรณ์ สารพัด. (2562). หลักการและทฤษฎีการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรโดยใช้ Balanced Scorecard และการนำไปประยุกต์ใช้, *สยามวิชาการ*, 20(1), 35-48.
- สุไร พงษ์ทองเจริญ. (2551). *Oxford Wordpower Dictionary for Thai Learners ฉบับอังกฤษ-ไทย (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: หน้าต่างสู่โลกกว้าง.
- อภิชาต พุกสวัสดิ์. (2556). *การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Person Prentice Hall.
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1996). Strategic learning: The balanced scorecard. *Strategy and Leadership*, 24, 18-24.
- Keith, T. Z. (2019). *Multiple Regression and Beyond: An Introduction to Multiple Regression and Structural Equation Modeling (3rd ed.)*. Oxfordshire: Routledge.

อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีของ
ผู้ให้บริการท่าอากาศยานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
THE INFLUENCES OF CORPORATE BRAND IMAGE TOWARDS CUSTOMERS'
INTENTION TO USE AND LOYALTY AT UPPER-NORTHEASTERN AIRPORTS

จิตพิสุทธิ์ บุปผาพันธ์¹ เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล^{1*} ธัญลักษณ์ เมืองโคตร²

และ ตติยาภรณ์ ศิริศักดิ์ากุล³

Jitpisut Bubphapant¹ Premruedee Jitkuekul^{2*} Thanyalak Mueangkhot³

and Tatiyaporn Sirisakdakul⁴

(Received: May 5, 2023; Revised: May 30, 2023; Accepted: June 7, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ของภาพลักษณ์องค์กร ความตั้งใจใช้บริการ และความจงรักภักดี ของสายการบินต้นทุนต่ำ 2) ศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ และความจงรักภักดี ของสายการบินต้นทุนต่ำ 3) ศึกษาบทบาทความเป็นตัวแปรแทรกซ้อนของความตั้งใจใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผู้ให้บริการ ณ ท่าอากาศยานเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนทั้งหมด 4 ท่าอากาศยาน จำนวน 399 คน หลังจากนั้นนำไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง 291 ราย (ร้อยละ 72.90) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี 177 ราย (ร้อยละ 44.40) ระดับการศึกษาปริญญาตรี 271 ราย (ร้อยละ 67.90) ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ 191 ราย (ร้อยละ 47.90) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,00 บาท 189 ราย (ร้อยละ 47.40) และสายการบินที่ใช้บ่อยที่สุดภายใน 6 เดือน คือ นกแอร์ 276 ราย (ร้อยละ 64.50) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรของสายการบินมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญ และความตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรแทรกซ้อน พบว่าความตั้งใจใช้บริการเป็นตัวแปรแทรกซ้อนแบบบางส่วน

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์องค์กร ความตั้งใจใช้บริการ ความจงรักภักดี ท่าอากาศยาน สายการบินต้นทุนต่ำ
โมเดลสมการโครงสร้าง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Assistant Professor, Faculty of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University

² อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Lecturer, Faculty of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University

³ นักศึกษาปริญญาเอก คณะเศรษฐศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยปอร์โต ประเทศโปรตุเกส
Ph.D. Student, School of Economics and Management, University of Porto, Portugal

*Corresponding author, Email: premruedee.ch@ku.th

Abstract

This research aims 1) to study the perceived level of corporate brand image, intention to use, and customer loyalty of low-cost airlines, 2) to study the influences of the corporate brand image on intention to use and customer loyalty of low-cost airlines, 3) to investigate the mediating role of intention to use in the relationship between corporate brand image and customer loyalty. Using the questionnaire as a tool for collecting data, 399 customers were included in this study. Data collection was done at the four Upper-Northeastern airports as Nakhonphanom Airport, Loei Airport, Sakon Nakhon Airport, and Udonthani International Airport. After that, the reliability of the questionnaires was tested using Cronbach's alpha coefficient. The statistics applied for data analysis include frequency, percentage, and structural equation models. The results reveal that out of 399 respondents, the majority are 291 female respondents (72.90%), aged between 31-40 years old with 177 respondents (44.40%), graduated Bachelor's degree with 271 respondents (67.90%), occupied as government officers with 191 respondents (47.90%), earned average monthly income 15,001-25,000 Baht with 189 respondents (47.40%), and the most often used airline within the last six months is Nok Air with 276 respondents (64.50%). The results of hypothesis testing shows that the corporate brand image of low-cost airlines significantly demonstrated a positive linear relationship with customers' intention to use and loyalty. Furthermore, the intention to use also positively influences customer loyalty. Concerning the role of the mediator, customers' intention to use is found to be partial mediation.

Keywords: Corporate Brand Image, Intention to use, Customer Loyalty, Airport, Low-Cost Airline, Structural Equation Model

1. บทนำ

การเดินทางโดยเครื่องบินเป็นวิธีหนึ่งของสาธารณชน ทั้งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและเพื่อการติดต่อธุรกิจ ล้วนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งการบริหารเวลาที่มีอยู่จำกัดอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นเหตุผลสำคัญอันดับแรกในการเลือกเดินทางโดยใช้พาหนะชนิดนี้ อย่างไรก็ตามการที่ผู้บริโภคมักจะตัดสินใจซื้อตัวเครื่องบินนั้นก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการพิจารณาความคุ้มค่าเช่นเดียวกับการใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ในอดีตการเดินทางโดยเครื่องบินมีค่าใช้จ่ายที่สูงมากจึงถูกแบ่งโดยอัตโนมัติให้สงวนไว้สำหรับผู้มีฐานะ หรือเมื่อมีคราวจำเป็นจริง ๆ เท่านั้น บุคคลทั่วไปที่ต้องการใช้บริการโดยสารเครื่องบินมักมีข้อจำกัดในแง่ของค่าโดยสารที่สูง แต่ในปัจจุบันมีสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines) ในแต่ละประเทศทั่วโลกที่สามารถทำให้บุคคลทั่วไปมีโอกาสขึ้นเครื่องบินได้มากขึ้น เนื่องจากค่าโดยสารถูกลงกว่าในอดีตและถูกลงกว่าสายการบินแบบดั้งเดิม (Traditional Airlines, Legacy Airlines หรือ Full-service Airlines) (ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี, 2564)

ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Airline) ซึ่งเป็นธุรกิจการเดินทางทางอากาศจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยสายการบินต้นทุนต่ำจะเสนอบริการพื้นฐานที่จำเป็นเท่านั้นเพื่อแลกกับตัวโดยสารราคาถูกและการตัดลดทอนการบริการแบบสายการบินดั้งเดิม มักจะใช้เครื่องบินโดยสารประเภทเดียวและรองรับผู้โดยสารได้ไม่

เกิน 200 ที่นั่ง (Baker, 2013) เพื่อยังคงได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดสายการบิน ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องประเมินและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่เป็นกลยุทธ์หลักของสายการบินต้นทุนต่ำนั้นอาจจูงใจลูกค้าได้ไม่มากนักในปัจจุบัน เนื่องจากสภาพแวดล้อมการเกิดขึ้นของไวรัสโคโรนา (Covid-19 Outbreak) และภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อ ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำหันไปให้ความสำคัญในการสร้างความแตกต่างที่ตราสินค้า โดยพยายามสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเข้าถึงผู้โดยสารในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย (นิรัชยา เลิศเรืองฤทธิ์, 2559)

จนถึงปัจจุบัน งานวิจัยส่วนมากในด้านภาพลักษณ์ตราสินค้ามักมุ่งเน้นไปที่ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการเพียงอย่างเดียว โดยละเลยการศึกษาในด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Brand Image) ซึ่งมีจำนวนน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกัน (Balmer et al., 2020) ภาพลักษณ์องค์กรเป็นความทรงจำที่เชื่อมโยงเกี่ยวองค์กรทั้งหมดของ เช่น วิธีการที่องค์กรใช้ในการบริหารจัดการ บุคลากรภายในองค์กร ผู้ถือหุ้น ซึ่งภาพลักษณ์องค์กรนี้จะมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการวางกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าขององค์กร (Keller, 2003) ในการบริหารภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image Management) ไม่ว่าจะพิจารณาในแง่ใดก็ตาม ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นเป็นต้นทุนที่สำคัญอย่างยิ่ง ทั้งที่เป็นองค์กรภาครัฐหรือเอกชน ทั้งที่เป็นองค์กรธุรกิจ หรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรก็ตาม ทั้งนี้เพราะชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรก่อให้เกิดความศรัทธา การร่วมมือ ตลอดจนแรงบันดาลใจที่จะใช้สินค้าและบริการ ก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างองค์กรกับลูกค้า รวมถึงการเปลี่ยนแปลงคุณค่าของตราสินค้าในสายตาของลูกค้าอีกด้วย (Chiu & Ho, 2022; Raza et al., 2020) อย่างไรก็ตามสายการบินต้นทุนต่ำมักประสบปัญหาในเรื่องของภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของลูกค้า ทั้งในด้านของรูปแบบการดำเนินธุรกิจของสายการบินต้นทุนต่ำและการให้บริการ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำต้องสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้ผู้ให้บริการรับรู้ เพื่อให้สายการบินของตนเองอยู่ในใจของลูกค้า เพื่อเป็นสายการบินอันดับแรกที่ถูกลูกค้าเลือกใช้บริการ

จากความสำคัญของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำต่อผู้บริโภคในปัจจุบันและช่องว่างการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก และจากการศึกษางานวิจัยและบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทำให้คณะผู้วิจัยสามารถระบุช่องว่างการวิจัย และมีความสนใจทำการวิจัยศึกษาในเรื่องภาพลักษณ์ขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศหลากหลายสายการบินให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ อีกทั้งยังมีสายการบินใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นจากการที่มีนโยบายการเปิดเสรีทางการบิน (Open Sky Policy) ของกระทรวงคมนาคม ในปี 2546 (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2565) การขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการค้าระหว่างประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้เกิดการแข่งขันในด้านต่าง ๆ จึงทำให้สายการบินต่าง ๆ พยายามหากลยุทธ์ทางการตลาด และวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจเมื่อได้ใช้บริการและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ไปจนถึงเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงได้มุ่งเน้นในการศึกษาผลของภาพลักษณ์ของสายการบินที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาหน้าที่การเป็นตัวแปรแทรกกลางของความตั้งใจใช้บริการที่มีต่อความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดี ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับการศึกษารูปแบบนี้ในบริบทสายการบินต้นทุนต่ำมีไม่มากนัก อีกทั้งยังทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปปรับใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนทางธุรกิจ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ในภาพลักษณ์องค์กร ความตั้งใจใช้บริการ และความจงรักภักดี ของสายการบินต้นทุนต่ำ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กร ที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ และความจงรักภักดี ของสายการบินต้นทุนต่ำ
3. เพื่อศึกษาบทบาทความเป็นตัวแปรแทรกซ้อนของความตั้งใจใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดี

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

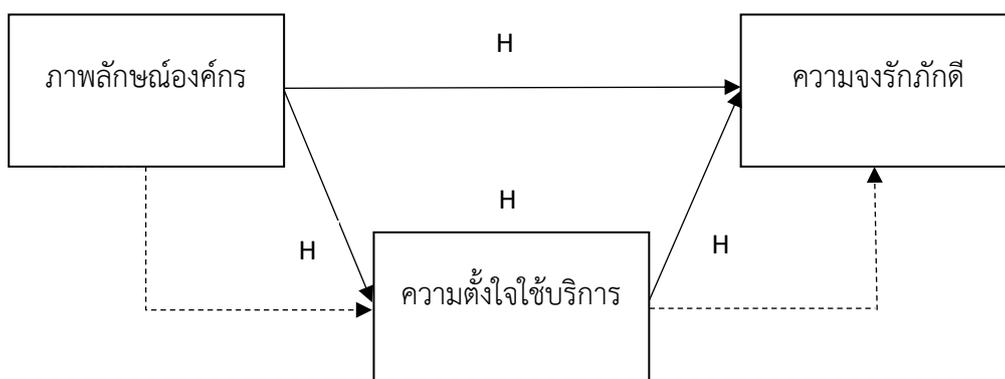
ในตลาดการบินที่มีการแข่งขันอย่างสูง การปรับเปลี่ยนลูกค้าธรรมดาจนนำไปสู่การเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี เป็นสิ่งที่จำเป็น ดังนั้นการระบุถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจสายการบิน ภาพลักษณ์องค์กรทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดที่สำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าและมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี (Wu, 2011) โดยภาพลักษณ์องค์กรเป็นเสมือนภาพที่อยู่ในความทรงจำของลูกค้าที่ทำให้องค์กรใดองค์กรหนึ่งมีความแตกต่างจากคู่แข่ง Keller (2003) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กร เป็นความเชื่อมโยงทั้งหมดที่ผู้บริโภคมีในความทรงจำเกี่ยวกับองค์กร ซึ่งภาพลักษณ์องค์กรนี้จะมามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ในการวางกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าขององค์กร ภาพลักษณ์ของสายการบินมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดลูกค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ มีนักวิชาการหลายคนได้ให้ข้อสังเกตว่าภาพลักษณ์ของสายการบินสามารถที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมกรซื้อของลูกค้าได้ (Fu, 2023) ซึ่งจากงานวิจัยในอดีตหลายงานมีผลการศึกษาว่าภาพลักษณ์ที่ดีเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดพฤติกรรมความจงรักภักดีของลูกค้าได้ (Agmeka et al., 2019; Alam & Noor, 2020; Chan et al., 2022) อีกทั้ง Wang and Tsai (2014) ยังเสนอว่าภาพลักษณ์มีผลในเชิงบวกและมีผลทางตรงต่อคุณภาพที่รับรู้ การรับรู้คุณค่าและความจงรักภักดี ในอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Eun-Ju and Jin-Woo (2017) และ Singh (2021) ที่ได้ทำการศึกษาลแล้วพบว่า ภาพลักษณ์ของสายการบิน ไม่ได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

อีกทั้งยังพบอีกว่าภาพลักษณ์ที่ดีมีผลต่อการรับรู้คุณค่าของลูกค้า และยังส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อหรือใช้บริการของลูกค้าอีกด้วย (Callarisa et al., 2012) กล่าวคือ บริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีจะได้รับความไว้วางใจและความชื่นชอบจากลูกค้ามากกว่าบริษัทที่มีภาพลักษณ์ไม่ดีนัก ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการเพิ่มการรับรู้ถึงคุณค่าของบริษัทนั้น หรือองค์กรนั้น และส่งผลในทางบวกต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้า (Gronholdt et al., 2000) จากงานวิจัยของ Han et al., (2019) พบว่าภาพลักษณ์ของสายการบินที่ดีส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินในประเทศเกาหลีใต้ แต่ในขณะที่ Yang et al., (2012) พบว่า ภาพลักษณ์ของสายการบินไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสายการบิน โดยในงานวิจัยนี้ยังได้ทำการศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของความตั้งใจใช้บริการที่มีต่อความสัมพันธ์ของ ภาพลักษณ์ของสายการบินและความจงรักภักดี โดยจากงานวิจัยที่ผ่านมาจะพบว่า ภาพลักษณ์มีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดี แต่ในความเป็นจริงแล้วเพียงแค่ภาพลักษณ์ที่ดีไม่เพียงพอที่จะบอกได้ว่าลูกค้าจะมีความจงรักภักดีต่อสายการบินหรือไม่ ดังนั้นการพิจารณาอิทธิพลของความตั้งใจซื้อในฐานะตัวแปรแทรกซ้อนจึงมีความน่าสนใจมาก ในการที่จะบอกได้ว่า นอกจากภาพลักษณ์สายการบินที่ดีแล้วยังต้องมีความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าหรือไม่

ในมุมมองทางการตลาดความจงรักภักดีของลูกค้าสามารถที่จะสร้างให้เกิดมูลค่าของลูกค้าตลอดชีวิต (Customer Life Time Value) ซึ่งสามารถสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรในระยะยาว ซึ่งในการที่จะเกิด มูลค่าของลูกค้าตลอดชีวิตได้นั้น จะเกิดจากการที่ลูกค้ามีความชอบในสินค้าหรือบริการและเกิดการซื้อหรือใช้งานซ้ำ ๆ ซึ่งในการที่จะนิยามและวัดความจงรักภักดีของลูกค้าสามารถที่จะทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น Oliver (1999) ได้ให้นิยามความจงรักภักดีไว้ว่าเป็น การที่จะซื้อซ้ำ หรืออุดหนุนสินค้าหรือบริการที่ตนเองต้องการอย่างสม่ำเสมอในอนาคตอย่างมุ่งมั่น ในขณะที่ Hirschman (1970) ได้อธิบายในแง่ของความคาดหวังที่จะกระทำในอนาคต ที่จะส่งผลต่อความชอบ ทศนคติเชิงบวก และการซื้อสินค้าในอนาคต ซึ่งในการที่จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีได้ ลูกค้าจะต้องเกิดจากความตั้งใจในการที่จะซื้อหรือใช้บริการซ้ำ ๆ จนเกิดการพฤติกรรมทำซ้ำจริง ๆ ซึ่งก็จะกลายเป็นความจงรักภักดีในที่สุด (Bowen & Shoemaker, 2003; Lardinoit & Derbaix, 2001; Liang et al., 2022) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถกำหนดสมมติฐานได้ ดังนี้

- H₁: ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดี
- H₂: ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ
- H₃: ความตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดี
- H₄: ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีโดยผ่านตัวแปรแทรกได้แก่ ความตั้งใจใช้บริการ

จากสมมติฐาน ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่กำหนดในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้/เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ คือ สายการบินนกแอร์ และสายการบินแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจาก 4 ท่าอากาศยาน ได้แก่ ท่าอากาศยานนครพนม ท่าอากาศยานเลย ท่าอากาศยานสกลนคร และ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี โดยได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากข้อเสนอของ Hair et al., (2010) ที่ได้เสนอว่าเพื่อความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้างจะต้องมีกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 20 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกต โดยในการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตทั้งหมด 12 ตัว ดังนั้น จำนวนข้อมูลขั้นต่ำที่จะต้องทำการเก็บข้อมูลเท่ากับ 240 ตัวอย่าง โดย

Tabachnick and Fidell (2013) ได้แนะนำว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างที่มีขนาดเหมาะสมจะต้องมีจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยในงานวิจัยนี้ สามารถเก็บข้อมูลมาได้ทั้งสิ้น 399 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นขนาดที่เพียงพอที่จะทำการทดสอบด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตามหลักเกณฑ์ที่กล่าวมา โดยแบ่งการสุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 แบบโควตา (Quota Sampling) ผู้วิจัยทำการกำหนดโควตาเป็นร้อยละ (Percentage) ตามจำนวนของผู้ใช้บริการในแต่ละสนามบิน (รายละเอียด ดังตารางที่ 1) และขั้นตอนที่ 2 คือทำการสุ่มโดยวิธีตามสะดวกหรือโดยบังเอิญ (Convenience Sampling) โดยมีคำถามคัดกรองว่าเป็นผู้ที่เคยใช้บริการ หรือใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ นักแอร์ หรือนักแอร์เอเชียภายในระยะเวลา 6 เดือน สำหรับสาเหตุที่เลือกเฉพาะ 2 สายการบินนี้ เนื่องจากเป็น 2 สายการบินที่มีการให้บริการทั้ง 4 สนามบินที่เป็นพื้นที่เป้าหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แบบโควตา (Quota Sampling) ผู้วิจัยทำการกำหนดโควตาเป็นร้อยละ (Percentage) ตามจำนวนของผู้ใช้บริการในแต่ละสนามบิน (รายละเอียด ดังตารางที่ 1) ตามท่าอากาศยานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เก็บข้อมูลจากการแบ่งจำนวนทั้งหมด 4 ท่าอากาศยาน โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนประชากรตัวอย่าง คือ ท่าอากาศยานนครพนม ท่าอากาศยานเลย ท่าอากาศยานสกลนคร และท่าอากาศยานอุดรธานี โดยเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้/เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง รวมเป็น 399 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ซึ่งจะคิดเป็นสัดส่วนจากจำนวนของผู้ใช้ท่าอากาศยานทั้ง 4 แห่ง แบ่งเป็นสัดส่วนที่จะเก็บจริงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสัดส่วนผู้ใช้จริงทั้ง 4 ท่าอากาศยาน

ท่าอากาศยาน	กลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถาม		
	ผู้ให้บริการ (คน)	คิดเป็นสัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเก็บ (ชุด)
นครพนม	124,180	13.14	53
เลย	64,518	6.83	27
สกลนคร	123,207	13.03	52
อุดรธานี	633,352	67.00	267
รวม	945,257	100	399

ที่มา: สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (2566)

2) แบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้ความสะดวกหรือโดยบังเอิญ (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มหรือเลือกตัวอย่างตามความสะดวกของผู้วิจัยและเจ้าหน้าที่ภาคสนามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยการพิจารณารายละเอียดที่ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามการวิจัยออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสายการบินที่ชอบใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรของสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตามมาตรวัดตามแบบของ Likert (Likert, 1932) โดยจำแนก 3 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน ภาพลักษณ์ด้านบริการ และภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตามการแนะนำของ Bergkvist and Rossiter (2007) ที่กล่าวว่าในการวัดตัวแปรในแต่ละด้านสามารถที่จะวัดด้วยข้อคำถามเพียง 1 ข้อต่อด้านได้ หากตัววัดนั้นมีควมหนักแน่นและชัดเจนเพียงพอ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตามมาตรวัดตามแบบของ Likert (Likert, 1932)

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตามมาตรวัดตามแบบของ Likert (Likert, 1932)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระหรือข้อเสนอแนะที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

4.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) ความเที่ยงตรง (Validity) ในส่วนของการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) วัดด้วยค่า Composite Reliability (CR) ที่จะต้องมีค่ามากกว่า 0.7 และค่า Average Variance Extracted (AVE) ที่จะต้องมีค่ามากกว่า 0.5 (Fornell & Larcker, 1981) ซึ่งผลในการวิเคราะห์พบว่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า ดังตารางที่ 5 และจะอธิบายผลโดยละเอียดในส่วนของผลการวิจัย สำหรับความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) นั้นพิจารณาจากค่ารากที่สองของค่า AVE จะต้องมากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว จากการวิเคราะห์พบว่า ค่ารากที่สองของ AVE มีค่าระหว่าง 0.814 - 0.848 (ดังตารางที่ 5) ซึ่งมากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แต่ละค่าของตัวแปรแฝงที่มีค่าระหว่าง 0.454 - 0.578 (ดังตารางที่ 6) ดังนั้นจึงผ่านเกณฑ์การวัดความเที่ยงตรงเชิงจำแนก อีกทั้งยังมีการตรวจสอบว่าตัววัดที่ใช้ในการวิจัยนั้น สามารถที่จะใช้วัดสิ่งที่ต้องการวัดได้จริงหรือไม่ (Construct Validity) จึงใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อทดสอบความสอดคล้องกันระหว่างข้อมูลและโมเดล

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วทดลองใช้ (Try-out) จำนวน 40 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1974) ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ถ้ามีค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นมาก ซึ่ง Hair et al., (2010) อธิบายว่า ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องไม่น้อยกว่า 0.70 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ปัจจัย	Cronbach Alpha
ภาพลักษณ์องค์กร	0.877
ความตั้งใจใช้บริการ	0.867
ความจงรักภักดี	0.830

4.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่อบรรยายและสรุปลักษณะของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการสรุปผลที่ได้จากการประมวลผลไปสู่กลุ่มประชากรทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และการแปลความหมายของค่าที่คำนวณได้

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์สมมติฐาน ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) หลาย ๆ ปัจจัยพร้อมกัน

5. ผลการวิจัย

ผลการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน ทำให้ทราบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนผู้ตอบสอบถามมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจาก 399 ราย โดยส่วนมากจะเป็นเพศหญิงจำนวน 291 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.90 ซึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.40 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 271 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.90 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐจำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.90 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.40 และสายการบินที่ใช้บ่อยที่สุดภายใน 6 เดือน คือ นกแอร์ จำนวน 276 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.50 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ลักษณะที่มากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	หญิง	291	72.90
อายุ	31 – 40 ปี	177	44.40
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	271	67.90
การประกอบอาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	191	47.90
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15,001 – 25,000 บาท	189	47.40
สายการบิน	นกแอร์	276	64.50

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์องค์กรรวม ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.72 ความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้บริการรวม ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.58 และความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีรวม ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.63 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของตัวแปร

(n=399)

ตัววัด	Mean	S.D.	แปลผล
ภาพลักษณ์องค์กร (IMG)	4.72	1.12	ค่อนข้างเห็นด้วย
- สายการบินนี้มีภาพลักษณ์ในการให้คำแนะนำ ในการใช้บริการต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.98	1.21	ค่อนข้างเห็นด้วย
- สายการบินนี้มีภาพลักษณ์ในเรื่องพนักงานมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	4.68	1.22	ค่อนข้างเห็นด้วย
- สายการบินนี้เป็นองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของคน	4.50	1.32	ค่อนข้างเห็นด้วย
ความตั้งใจใช้บริการ (INT)	4.58	0.84	ค่อนข้างเห็นด้วย
- ท่านมีความตั้งใจเลือกสายการบินนี้เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการใช้บริการ	4.54	0.94	ค่อนข้างเห็นด้วย
- ท่านจะเลือกใช้สายการบินนี้อีกครั้ง เมื่อต้องเดินทางด้วยเครื่องบิน	4.56	0.95	ค่อนข้างเห็นด้วย
- ท่านจะยังคงใช้สายการบินนี้ต่อไป แม้ได้รับคำแนะนำให้ใช้บริการสายการบินอื่น	4.49	0.96	ค่อนข้างเห็นด้วย
- ท่านมีความตั้งใจใช้บริการสายการบินนี้ ถึงแม้ว่าสายการบินจะปรับขึ้นค่าโดยสาร	4.38	1.00	เฉยๆ
- ท่านมีความตั้งใจในการเลือกใช้สายการบินนี้โดยเฉพาะเจาะจง	4.54	0.94	ค่อนข้างเห็นด้วย
ความจงรักภักดี (LOY)	4.63	0.87	ค่อนข้างเห็นด้วย
- ท่านมีความประทับใจและเชื่อมั่นในการให้บริการของสายการบินนี้	4.56	1.12	ค่อนข้างเห็นด้วย
- ท่านจะกลับมาใช้บริการสายการบินนี้อีกอย่างต่อเนื่อง	4.58	1.00	ค่อนข้างเห็นด้วย
- ท่านชอบพูดถึงสายการบินนี้ในด้านที่ดีกับบุคคลอื่น	4.49	1.01	ค่อนข้างเห็นด้วย
- ท่านจะแนะนำชักชวนบุคคลอื่นให้ใช้บริการสายการบินนี้	4.89	0.96	ค่อนข้างเห็นด้วย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของภาพลักษณ์ และความตั้งใจใช้บริการ ต่อความจงรักภักดี

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า สำหรับค่า KMO พบว่าตัวแปรทั้ง 3 มีค่า KMO อยู่ระหว่าง 0.720 - 0.862 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวเหมาะสมที่จะวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า ตัวแปรทั้ง 3 มีค่า Factor loading อยู่ระหว่าง 0.70-0.94 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ตามที่ Hair et al. (2010) ได้แนะนำไว้

จากการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงพบว่าค่า Composite Reliability (CR) ของตัวแปรทั้ง 3 อยู่ระหว่าง 0.884 - 0.916 และค่า Average variance extracted (AVE) มีค่าระหว่าง 0.663-0.719) โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา จะพิจารณาจากค่า Composite Reliability (CR) จะต้องมีค่ามากกว่า 0.7 และค่า Average Variance Extracted (AVE)

จะต้องมีค่ามากกว่า 0.5 (Fornell & Larcker, 1981) ซึ่งพบว่าตัวแปรทั้ง 3 ได้ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงว่าตัวแปรแฝงมีความสอดคล้องกันเป็นอย่างดีสูง ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบ Composite Reliability (CR) และ ค่า Average variance extracted (AVE) ของแต่ละตัวแปร

ตัววัด	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	CR	AVE ($\sqrt{\text{AVE}}$)
ภาพลักษณ์องค์กร (IMG) (KMO=0.720)			
- สายการบินนี้มีภาพลักษณ์ในการให้คำแนะนำในการใช้บริการ ต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ ชัดเจน เข้าใจง่าย	0.80	0.884	0.719 (0.848)
- สายการบินนี้มีภาพลักษณ์ในเรื่องพนักงานมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	0.91		
- สายการบินนี้เป็นองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของคน	0.83		
ความตั้งใจใช้บริการ (INT) (KMO=0.862)			
- ท่านมีความตั้งใจเลือกสายการบินนี้เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการใช้บริการ	0.89	0.916	0.690 (0.831)
- ท่านจะเลือกใช้สายการบินนี้อีกครั้ง เมื่อต้องเดินทางด้วยเครื่องบิน	0.94		
- ท่านจะยังคงใช้สายการบินนี้ต่อไป แม้ได้รับคำแนะนำให้ใช้บริการสายการบินอื่น	0.85		
- ท่านมีความตั้งใจใช้บริการสายการบินนี้ ถึงแม้ว่าสายการบินจะปรับขึ้นค่าโดยสาร	0.81		
- ท่านมีความตั้งใจในการเลือกใช้สายการบินนี้โดยเฉพาะเจาะจง	0.63		
ความจงรักภักดี (LOY) (KMO=0.775)			
- ท่านมีความประทับใจและเชื่อมั่นในการให้บริการของสายการบินนี้	0.70	0.885	0.663 (0.814)
- ท่านจะกลับมาใช้บริการสายการบินนี้อีกอย่างต่อเนื่อง	0.90		
- ท่านชอบพูดถึงสายการบินนี้ในด้านที่ดีกับบุคคลอื่น	0.92		
- ท่านจะแนะนำ ชักชวนบุคคลอื่นให้ใช้บริการสายการบินนี้	0.71		

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้ ภาพลักษณ์องค์กร (IMG) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อ (INT) โดยมีค่าเท่ากับ 0.578 ภาพลักษณ์องค์กร (IMG) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดี (LOY) โดยมีค่าเท่ากับ 0.454 ความตั้งใจซื้อ (INT) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ

ความจงรักภักดี (LOY) โดยมีค่าเท่ากับ 0.572 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ร่วมทั้งหมด ซึ่ง Hair et al., (2010) อธิบายความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรต้นไม่ควรเกิน 0.80 ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

	IMG	INT	LOY
IMG	1		
INT	0.578**	1	
LOY	0.454**	0.572**	1

ในการตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อนของตัวแปรอิสระที่จะนำมาทดสอบสมการโครงสร้าง จะใช้การตรวจสอบค่า Durbin-Watson ในการตรวจสอบ ซึ่งจะต้องมีค่าในช่วง 1.50-2.50 จึงจะไม่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ต่อกัน (Autocorrelation) (White, 1992) ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่าค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.959 ซึ่งมีอยู่ในช่วงที่กำหนด ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระที่ใช้ในงานวิจัยนี้มีความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation

ในการทดสอบสมการโครงสร้างซึ่งทดสอบทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม เมื่อพิจารณาค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องว่าโมเดล (Goodness of fit test) จากสมการโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีสอดคล้อง ด้วยค่า $\chi^2 = 112.888$, $df = 48$, $p = 0.000$, $\chi^2/df = 2.352$, CFI = 0.982, GFI = 0.955, NFI = 0.969, TLI = 0.975, RMSEA = 0.058 ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ค่าสถิติและเกณฑ์พิจารณา

ค่าสถิติ	เกณฑ์พิจารณา	โมเดล
CMIN/DF	CMIN/DF \leq 3 (Schreiber et al., 2006)	2.352
CFI	เข้าใกล้ 0.95 (Byrne, 2013)	0.982
GFI	เข้าใกล้ 1.00 (Byrne, 2013)	0.955
NFI	มากกว่า 0.90 (Bentler, 1992) หรือเข้าใกล้ 0.95 (Byrne, 2013)	0.969
TLI	เข้าใกล้ 0.95 (Hu and Bentler, 1999)	0.975
RMSEA	เข้าใกล้ 0.06 (Hu and Bentler, 1999)	0.058

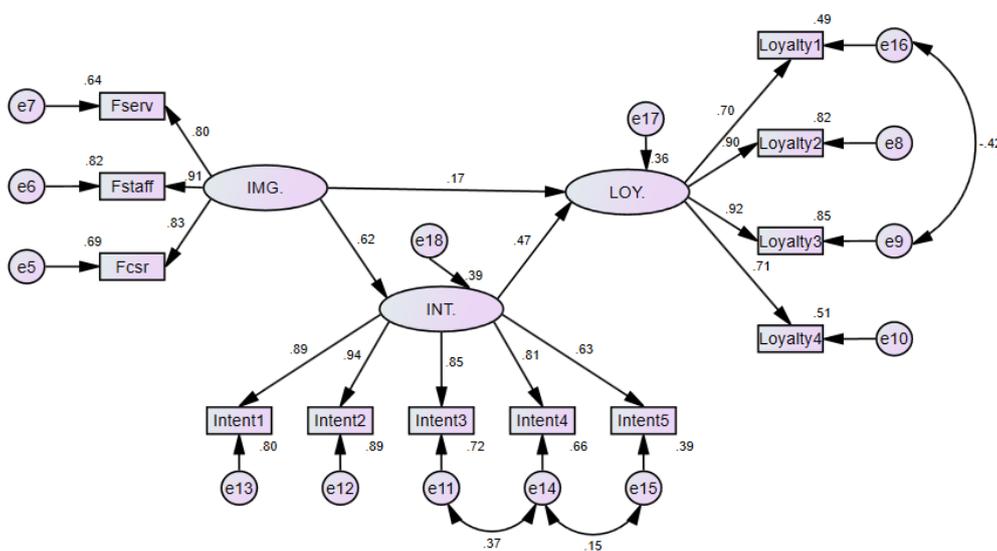
ที่มา: เปรมาฤดี จิตรเกื้อกุล (2560)

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.174 ($t = 2.866$, Sig. = 0.004) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 ภาพลักษณ์องค์กรยังมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.473 ($t = 11.801$, Sig. = 0.000) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 อีกทั้งความตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.623 ($t = 7.622$, Sig. = 0.000) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 3 ดังแสดงในตารางที่ 8 และภาพที่ 2

ตารางที่ 8 แสดงผลของสมการโครงสร้าง

สมการ	ตัวแปรต้น → ตัวแปรตาม	β	t-value	Sig.	สมมติฐาน
1	IMG → LOY	0.174	2.866	0.004	H ₁ Support
2	IMG → INT	0.473	11.801	0.000	H ₂ Support
3	INT → LOY	0.623	7.622	0.000	H ₃ Support

$\chi^2 = 112.888$, $df = 48$, $p = 0.000$, $\chi^2 / df = 2.352$, CFI = 0.982, GFI = 0.955, NFI = 0.969,
TLI = 0.975, RMSEA = 0.058



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรแทรกกลาง (Mediation effect) ได้แก่ ความตั้งใจใช้บริการที่เป็นตัวแปรแฝงที่เชื่อมระหว่างตัวแปร ภาพลักษณ์องค์กร และ ความจงรักภักดีเข้าด้วยกัน โดยพิจารณาจากสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม (Total effect) ที่สูงมาก โดยจะต้องสูงมากกว่า 0.20 (Chin, 1998) โดยในการวิจัยนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวมเท่ากับ 0.292 ซึ่งสูงกว่า 0.2 อีกทั้งเมื่อคำนวณค่า VAF (Variable Account For) พบว่า ได้ค่า VAF เท่ากับ 0.626 ซึ่งหาก ค่า VAF อยู่ระหว่าง 0.2-0.8 แสดงว่า ความตั้งใจใช้บริการเป็นตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน (Partial mediation) โดยจะต้องมีตัวแปรแทรกกลางอื่นอีก (Hair et al., 2014) ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลของตัวแปรภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดี โดยมีตัวแปรแทรกกลางคือความตั้งใจใช้บริการ

	LOY		
	Direct effect	Indirect effect (ผ่านตัวแปรแทรกกลาง INT)	Total effect
IMG	0.174	0.292	0.466

ค่า VAF (Variable Account For) = 0.626

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของสายการบินมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญ และความตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญ และยังพบอีกว่าความตั้งใจใช้บริการมีผลทางบวกต่อความจงรักภักดีมากกว่าภาพลักษณ์ของสายการบิน สอดคล้องกับงานของ Wang and Tsai (2014) ที่พบว่าภาพลักษณ์ที่ดีของสายการบินจะส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดี แต่ในขณะที่ Fu (2023) พบว่า ภาพลักษณ์ของสายการบินไม่ได้มีผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อสายการบิน แต่มีปัจจัยอื่นๆ เช่น ความน่าเชื่อถือของสายการบิน และการรับรู้คุณค่าของแบรนด์ ที่จะนำไปสู่ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อสายการบิน อีกทั้งจากการศึกษาของ Eun-Ju and Jin-Woo (2017) และ Singh (2021) ก็พบว่า ภาพลักษณ์ไม่ได้มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ และผลการวิจัยยังพบอีกว่า ภาพลักษณ์องค์กรที่ดี สามารถที่จะส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการมากกว่าความจงรักภักดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Han et al., (2019) ที่พบว่าลูกค้าในประเทศเกาหลีใต้ให้ความเห็นว่าภาพลักษณ์ของสายการบิน eco friendly ที่ดีจะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสายการบินนั้น ๆ ซ้ำอีก แสดงให้เห็นว่าการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีนั้น ความตั้งใจในการที่จะใช้บริการบ่อย ๆ จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีมากกว่าการที่องค์กรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอย่างเดียว อาจจะเนื่องจากปกติแล้วสำหรับลูกค้าที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ มักจะใช้สำหรับการเดินทางเท่านั้น ดังนั้นเมื่อเดินทางบ่อย ๆ ได้ใช้บริการเป็นประจำ จึงสามารถทำให้เกิดความจงรักภักดีมากกว่าภาพลักษณ์องค์กรที่แต่ละสายการบินนำเสนอ ดังนั้น แต่ละสายการบินควรที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ จนอยากใช้บริการต่อไป และหลังจากลูกค้าใช้บริการต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ลูกค้าก็จะเกิดความจงรักภักดี ซึ่งสอดคล้องกับการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรแทรกกลาง (Mediation effect) ที่พบว่า ความตั้งใจใช้บริการเป็นตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน (Partial mediation) ของความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดี ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Fu (2023) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ของสายการบินไม่ส่งผลโดยตรงกับความจงรักภักดี แต่จะต้องมีตัวแปรอื่นที่ร่วมส่งผลด้วย ซึ่งหากจะมองตามความเป็นจริงแล้วก็จะเห็นว่าภาพลักษณ์องค์กรของสายการบินต้นทุนต่ำไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีมากเท่าใดนัก แต่หากมีการใช้บริการบ่อย ๆ เข้าร่วมด้วยแล้ว จะทำให้เกิดความจงรักภักดีได้มากกว่าแค่การสร้างภาพลักษณ์อย่างเดียวเท่านั้น

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1) Theoretical contribution กรอบแนวคิดที่ทำการทดสอบในงานวิจัยนี้สามารถช่วยให้นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่สนับสนุนสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากมุมมองของภาพลักษณ์ของสายการบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทดสอบตัวแปรแทรกกลาง คือ ความตั้งใจใช้บริการที่เป็นตัวแปรแทรกระหว่างภาพลักษณ์ของสายการบิน และความจงรักภักดี ที่ไม่ค่อยมีงานวิจัยที่ศึกษาในรูปแบบนี้เท่าใดนัก

2) Managerial contribution จากผลการศึกษาพบว่าภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำ ควรจะให้ความสำคัญในด้านนี้มาก ๆ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบความสม่ำเสมอของการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหรือภาคพื้นดิน การฝึกอบรมการให้บริการกับพนักงานเป็นระยะเพื่อให้พนักงานมีความตื่นตัวในการทำงาน สายการบินควรมีแบบสอบถามหรือโทรสอบถามผู้โดยสารถึงความพึงพอใจในการรับบริการและนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผู้ประกอบการสายการบินควรให้ความสนใจในเรื่องความตั้งใจใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบิน โดยอาจจะมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสให้ลูกค้าได้มีโอกาสมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เช่น การสะสมไมล์ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ามีความตั้งใจในการที่จะใช้บริการซ้ำมากยิ่งขึ้น

จากการค้นพบในการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมการโรงแรม การท่องเที่ยวและการบริการได้อีกทั้งการศึกษานี้วิเคราะห์บทบาทสื่อกลางของความตั้งใจใช้บริการ และแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์องค์กรของสายการบินมีผลทางอ้อมต่อความภักดีของผู้โดยสารผ่านความตั้งใจใช้บริการ อาจจะเนื่องจากปกติแล้วสำหรับลูกค้าที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ มักจะใช้สำหรับการเดินทางเท่านั้น ดังนั้นเมื่อเดินทางบ่อย ๆ ได้ใช้บริการเป็นประจำ จึงสามารถทำให้เกิดความจงรักภักดีมากกว่าภาพลักษณ์องค์กรที่แต่ละสายการบินนำเสนอ ดังนั้น แต่ละสายการบินควรที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้อุปกรณ์เกิดความประทับใจ จนอยากใช้บริการต่อไป อาจจะเพิ่มเติม แต่ละสายการบินควรที่จะสร้างภาพลักษณ์ โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ผ่านพนักงาน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์มากที่สุด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีความต้องการที่จะใช้บริการต่อไปมากยิ่งขึ้นจนกลายเป็นลูกค้าประจำของธุรกิจ ซึ่งลูกค้าก็จะเกิดความจงรักภักดี การค้นพบนี้ทำให้หน่วยงานหรือผู้ประกอบการเห็นถึงบทบาทสำคัญของความตั้งใจใช้บริการที่จะส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า โดยเฉพาะในยุคที่การแข่งขันรุนแรงเนื่องมาจากภาวะการหยุดบินของสายการบินในช่วงโควิด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) เนื่องจากพบว่า ความตั้งใจใช้บริการเป็นตัวแปรแทรกกลางแบบบางส่วน (Partial mediation) ซึ่งแสดงว่ายังมีตัวแปรอื่น ๆ ที่เป็นตัวแปรแทรกกลางในความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรและความจงรักภักดี ดังนั้นในการวิจัยต่อไป นอกจากภาพลักษณ์องค์กร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีแล้ว อาจจะทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เช่น คุณค่าของตราสินค้า คุณภาพการบริการ หรือประสบการณ์ของลูกค้า เพื่อที่จะเข้าใจถึงสาเหตุที่ส่งผลให้ลูกค้ามีความตั้งใจใช้บริการและความจงรักภักดีต่อสายการบินต้นทุนต่ำอย่างเหมาะสม

2) ในการวิจัยในอนาคต ควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมโดยการพิจารณาเปรียบเทียบสายการบินในแต่ละพื้นที่/สนามบิน หรือเปรียบเทียบแต่ละสายการบิน เนื่องจากความแตกต่างของ พื้นที่ สนามบิน หรือแม้กระทั่งสายการบิน

ก็ส่งผลให้ผู้ใช้บริการอาจมีความภักดี หรือความตั้งใจซื้อต่อสายการบินที่แตกต่างกัน ซึ่งหากได้ข้อมูลเฉพาะกลุ่มมากขึ้นก็จะสามารถทำให้แต่ละสายการบินสามารถกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

8. เอกสารอ้างอิง

- ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี. (2564). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-66 ธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศ. วิจัยกรุงศรี. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2566, จาก https://www.krungsri.com/getmedia/c8ca3a9b-43ee-4d82-872d-712ba3ba57cf/IO_Air_Transport_210303_TH_EX.pdf.aspx.
- เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล. (2560). บทบาทของความน่าเชื่อถือของตราสินค้าในการเป็นตัวแปรแทรกกระหว่างความคุ้นเคยต่อตราสินค้าและทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม. ศรีปทุมปริทัศน์ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- นิรัชยา เลิศเรืองฤทธิ์. (2559). การรับรู้คุณค่าตราสินค้าและพฤติกรรมที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ ของผู้โดยสารชาวไทย: กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชีย (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ. สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2565). รายงานการพิจารณาศึกษาเรื่องมาตรการสนับสนุนสายการบินของไทยภายใต้นโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรี. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2566, จาก https://www.senate.go.th/document/Ext27141/27141728_0002.PDF
- Agmeka, F., Wathoni, R.N., & Santoso, A.S. (2019). The influence of discount framing towards brandreputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851-858.
- Alam, M., & Noor, N. (2020). The relationship between service quality, corporate image, and customer loyalty of generation Y: an application of S-O-R paradigm in the context of superstores in Bangladesh. *Sage Open*, 10(2).
- Baker, D. Mc. A., (2013). Service quality and customer satisfaction in the airline industry: A comparison between legacy airlines and low-cost airlines. *American Journal of Tourism Research*, 2(1), 67-77.
- Balmer, J. M., Lin, Z., Chen, W., & He, X. (2020). The role of corporate brand image for B2B relationships of logistics service providers in China. *Journal of Business Research*, 117, 850-861.
- Bentler, P. M. (1992). On the fit of models to covariances and methodology to the Bulletin. *Psychological bulletin*, 112(3), 400.
- Bergkvist, L., & Rossiter, J. R. (2007). The predictive validity of multiple-item versus single-item measures of the same constructs. *Journal of marketing research*, 44(2), 175-184.
- Bowen, J. T., & Shoemaker, S. (2003). Loyalty: A strategic commitment. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(5-6), 31-46.
- Byrne, B. M. (2013). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Routledge.
- Callarisa, L., Garcí a, J.S., Cardiff, J., & Roshchina, A. (2012). Harnessing social media platforms to measure customer-based hotel brand equity. *Tourism Management Perspectives*, 4, 73-79.

- Chan, V., Chiu, D., & Ho, K. (2022). Mediating effects on the relationship between perceived service quality and public library app loyalty during the COVID-19 era. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102960.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Cronbach, L. J. (1974). *Consistency and Stability of Interaction Effects from Classroom to Classroom*. Pilot Studies.
- Eun-Ju S., & P. Jin-Woo. (2017). A Study on the Impact of Airline Corporate Reputation on Customer loyalty. *International Business Research*, 10(1), 59-67.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Fu, Y. K. (2023). Airline brand image, passenger perceived value and loyalty towards full-service and low-cost carriers. *Tourism Review*, (ahead-of-print).
- Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: cross-industry differences. *Total quality management*, 11(4-6), 509-514.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Thousand Oaks: Sage.
- Han, H., Lee, K. S., Chua, B. L., Lee, S., & Kim, W. (2019). Role of airline food quality, price reasonableness, image, satisfaction, and attachment in building re-flying intention. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 91-100.
- Han, H., Yu, J., Chua, B.L., Lee, S., & Kim, W. (2019). Impact of core-product and service-encounter quality, attitude, image, trust and love on repurchase: full-service vs low-cost carriers in South Korea. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(4), 1588-1608.
- Hirschman, A.O. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Harvard University Press: Cambridge, MA, USA.
- 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.
- Keller, T. (2003). Parental images as a guide to leadership sensemaking: An attachment perspective on implicit leadership theories. *The Leadership Quarterly*, 14(2), 141-160.
- Lardinois, T., & Derbaix, C. (2001). Sponsorship and recall of sponsors. *Psychology & Marketing*, 18(2), 167-190.
- Liang, J. K., Eccarius, T., & Lu, C. C. (2022). Investigating re-use intentions for shared bicycles: A loyalty phase perspective. *Research in Transportation Business & Management*, 43, 100696.

- Likert, R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*. Archives of psychology.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of marketing*, 63(4_suppl1), 33-44.
- Raza, M., Salleh, S., Tariq, B., Altayyar, R., & Shaari, H. (2020). Investigating the effects of customer-based brand equity on turnover intentions with mediating effect of customer citizenship behavior. *Management Science Letters*, 10(2), 279-286.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of educational research*, 99(6), 323-338.
- Singh, G., Slack, N., Sharma, S., Mudaliar, K., Narayan, S., Kaur, R., & Sharma, K.U. (2021). Antecedents involved in developing fast-food restaurant customer loyalty. *The TQM Journal*, 33(8), 1753-1769.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics* (Vol. 6, pp. 497-516). Boston, MA: pearson.
- Wang, Y. H., & Tsai, C. F. (2014). The relationship between brand image and purchase intention from award winning mutual funds. *The International Journal of Business and Finance Research*, 8(2), 27-40.
- White, K. J. (1992). The Durbin-Watson test for autocorrelation in nonlinear models. *The Review of Economics and Statistics*, 370-373.
- Wu, L. (2011). Satisfaction, inertia, and customer loyalty in the varying levels of the zone of tolerance and alternative attractiveness. *Journal of Services Marketing*, 25(5). 310-322.
- Yang, K. C., Hsieh, T. C., Li, H., & Yang, C. (2012). Assessing how service quality, airline image and customer value affect the intentions of passengers regarding low-cost carriers. *Journal of Air Transport Management*, 20, 52-53.

การเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไรและจุดคุ้มทุนของ การปลูกผักเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์

COMPARATIVE AGRICULTURAL COSTS, PROFITABILITY AND BREAK-EVEN POINT OF AGROCHEMICAL, PESTICIDE RESIDUE-FREE AND ORGANIC VEGETABLE FARMING

วิชณีพร เศรษฐสุสัโก^{1*} และ ชวิศา ตงศิริ²

Watchaneeporn Setthasakko^{1*} and Chawisa Tongsir²

(Received: February 8, 2023; Revised: May 5, 2023; Accepted: June 8, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาและเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไร และจุดคุ้มทุนของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงมีโครงสร้างและการสังเกตกับเกษตรกรที่ปลูกผักหลายชนิดประกอบด้วย ผักกาดหอม ปวยเล้ง และคะน้า ที่จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่าต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อไร่ของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ เท่ากับ 13,290.56 บาท 43,094.00 บาท และ 79,233.91 บาท ตามลำดับ อัตราส่วนรวมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อรายได้จากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ เท่ากับ 3.164 %, 8.265 % และ 8.666 % ตามลำดับ อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้จากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ เท่ากับ 96.836 %, 91.735 % และ 91.334% ตามลำดับ จุดคุ้มทุนต่อไร่ของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ เท่ากับ 0.008643, 0.053020 และ 0.071340 ตามลำดับ เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรและลดจุดคุ้มทุนเกษตรกรไทยที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์จำเป็นต้องลดและควบคุมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร

คำสำคัญ: ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไร จุดคุ้มทุน บริหารต้นทุน

¹ รองศาสตราจารย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Associate Professor, Thammasat Business School, Thammasat University

² พนักงานบัญชี บริษัท สหมิตรภาพ (2512) จังหวัดขอนแก่น
Accounting Staff, Sahamittraphap (2512) Company Limited, Khon Kaen Province

* Corresponding author, E-mail: watchaneeporn@tbs.tu.ac.th

Abstract

This paper aimed to explore and compare agricultural costs, profitability and break-even points of agrochemical, pesticide residue-free and organic vegetables. Semi-structured in-depth interviews and observation were employed to gather primary data from vegetable farmers who produced different kinds of vegetables; lettuce, spinach and Chinese kale in Kanchanaburi and Nakhon provinces. The results showed that the agricultural costs of lettuce, spinach and Chinese kale grown by farmers who used agrochemical, pesticide residue-free and organic cultivation were 13,290.56, 43,094.00 and 79,233.91 baht/rai, respectively. The total agricultural cost-to-sale ratio of chemical, pesticide residue-free and organic vegetables are 3.164%, 8.265% and 8.666%, respectively. Net income to sale ratio of chemical, pesticide residue-free and organic vegetables are 96.836%, 91.735% and 91.334%, respectively. Break-even points per rai of chemical, pesticide residue-free and organic vegetables are 0.008643, 0.053020 and 0.071340, respectively. In order to increase profitability and reduce the break-even point, Thai farmers who used pesticide residue-free and organic cultivation need to reduce and control agricultural costs.

Keywords: Agricultural Costs, Profitability, Break-Even Point, Cost Management

1. บทนำ

ข้อมูลทางการบัญชีมีความสำคัญต่อการบริหารงานของกิจการทุกประเภทและทุกขนาด ผู้บริหารงานและผู้ปฏิบัติงาน นำข้อมูลทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผนกำไร บริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะข้อมูลต้นทุนนั้น เป็นหัวใจสำคัญที่ผู้บริหารงานนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดราคาขายเพื่อสร้างรายได้เปรียบแข่งขันกับคู่แข่งและสร้างกำไรที่ยั่งยืนให้กับกิจการ อดีตที่ผ่านมาผู้บริหารในวงการธุรกิจทั้งกิจการผลิต ซื้อมา-ขายไป และให้บริการได้นำข้อมูลทางการบัญชีไปช่วยบริหารงานเพื่อสร้างควมยั่งยืนกับองค์กร เช่นเดียวกับเกษตรกรสามารถนำข้อมูลทางการบัญชี เกษตรกรกรมไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความสำเร็จของการทำการเกษตรดังผลการวิจัยของ ขวัญชนก ห่านนิมิตกุลชัย และคณะ (2561) ที่พบว่า การใช้เทคนิคการบัญชีบริหารที่มุ่งเน้นการบริหารรายได้และควบคุมต้นทุน ช่วยให้ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์สามารถลดความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่อง และมีเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการขยายตลาดในอนาคต และผลการวิจัยของ นิตยา โพธิ์ศรีจันทร์ และ ศิริวรรณ เพชรไพร (2565) พบว่า การประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารเชิงรุกด้านการควบคุม และตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ขณะนี้กระแสการดูแลสุขภาพและใส่ใจต่อสุขภาพกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น การมีสุขภาพที่ดีและมีชีวิตยืนยาวขึ้นอยู่กับวิธีการดำรงชีวิต และอาหารที่รับประทาน โดยเฉพาะอาหารประเภทผักนั้นเป็นแหล่งของสารอาหารที่อุดมไปด้วยคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไฟเบอร์ วิตามิน แร่ธาตุที่สำคัญต่อร่างกายมนุษย์และสารต้านการเกิดอนุมูลอิสระที่เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ช่วยลดอาการอักเสบและยับยั้งการเจริญเติบโตของเซลล์มะเร็ง ผักเป็นพืชเศรษฐกิจที่ให้ผลตอบแทนเร็วและมีระยะเวลาการเจริญเติบโตสั้น ทำให้สามารถปลูกขายได้หลายรอบในหนึ่งปี เกษตรกรที่ทำการเกษตรแบบดั้งเดิม หรือ เกษตรเคมี (chemical agriculture)

ได้ใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและฮอร์โมนเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตทางการเกษตรเพราะหวังได้รับผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่สูงแต่ในระยะยาวอาจเกิดอันตรายกับสุขภาพผู้บริโภคและตัวเกษตรกรเนื่องจากสารพิษได้ตกค้างสะสม ในร่างกายด้วยเหตุนี้จึงมีการใส่ใจเกษตรกรให้สนใจเรื่องความปลอดภัย สุขภาพและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ชุมชนมากขึ้น โดยเปลี่ยนมาทำการเพาะปลูกด้วยวิธี 1) เกษตรปลอดสารพิษ (pesticide residue-free vegetables) เป็นกระบวนการเพาะปลูกที่ไม่ใช้สารเคมี แต่ใช้สารสังเคราะห์ทางเคมีเพื่อป้องกันและกำจัดศัตรูพืชโดยผลผลิตที่ได้จึงไม่มีสารพิษตกค้างอยู่หรือมีสารพิษตกค้างอยู่แต่จะต้องไม่เกินระดับมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข ผลผลิตที่ได้จึงมีความปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพทั้งตัวเกษตรกรและผู้บริโภค และ 2) เกษตรอินทรีย์ (organic vegetables) เป็นกระบวนการเพาะปลูกที่ไม่ใช้สารเคมี และไม่ใช้สารสังเคราะห์เคมีแต่ใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก ทดแทนเพื่อการเจริญเติบโตอย่างเป็นธรรมชาติมากที่สุดและเน้นการทำ การเกษตรที่อนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับสุขภาพของผู้บริโภคและเกษตรกรที่เพาะปลูก

เป็นความเข้าใจกันว่าผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์มีราคาขายสูงกว่าผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรเคมีเพราะผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์มีต้นทุนการผลิตทางการเกษตรสูงกว่าผักที่ปลูกด้วย วิธีเกษตรเคมี แต่งานวิจัยในอดีตบางงานพบว่าต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีตัว เลขที่ต่ำกว่าต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี (Xu et al., 2020) และงานวิจัยในอดีตบางงาน พบว่าต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ มีตัวเลขสูงกว่าต้นทุนผลผลิต ทางการเกษตรของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี (Aslam & Hong, 2018; Lepcha et al., 2021; Ndungu, et al., 2013) จึง เกิดคำถามวิจัยว่าการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยนั้นเกิดต้นทุนผลผลิต ทางการเกษตรที่แท้จริงต่อ 1 ไร่เป็นจำนวนเท่าใด ความสามารถในการทำกำไร และจุดคุ้มทุนต่อพื้นที่ 1 ไร่ มีความแตกต่างกัน หรือไม่

เพื่อตอบคำถามวิจัยข้างต้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการ ทำกำไร และจุดคุ้มทุนของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรในประเทศไทยที่ปลูกผักในพื้นที่ภาคกลาง สาเหตุที่เลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเพราะภาคกลางเป็นพื้นที่ราบลุ่มและมีแหล่งน้ำเพียงพอ เหมาะสมกับการปลูกผักมากกว่าพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ (กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์, 2563) ประโยชน์ที่ได้รับจากผลการวิจัยทำให้เกษตรกรได้รับทราบข้อมูลที่แท้จริงของต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไรและจุดคุ้มทุนของการทำการเกษตรด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน เกษตรกรสามารถนำไปใช้วางแผน กำไร บริหารต้นทุนและตัดสินใจปลูกพืชผลทางการเกษตรได้อย่างถูกต้อง ผลการวิจัยยังเป็นประโยชน์เชิงวิชาการต่ออาจารย์ ผู้สอนด้านการบัญชีและผู้ทำบัญชีทำให้สามารถขยายองค์ความรู้เพิ่มเติมในการคำนวณหาต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไร และจุดคุ้มทุนของภาคเกษตรกรรมนอกเหนือจากการคำนวณหาต้นทุนการผลิต ความสามารถในการ ทำกำไร และ จุดคุ้มทุนของภาคอุตสาหกรรมการผลิตและบริการที่รู้จักกันแพร่หลายมานานหลายสิบปีแล้ว

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์

2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการทำกำไรของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีเกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์

3. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบจุดคุ้มทุนของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 พัฒนาการของการเพาะปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์

การทำเกษตรแบบดั้งเดิมใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่นช่วยทำให้เกิดผลผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของครอบครัวและชุมชนโดยนำมูลสัตว์มาเป็นปุ๋ยบำรุงดิน ระยะต่อมาได้พัฒนาการทำเกษตรแผนใหม่หรือเกษตรเคมีตามแนวทางของชาวตะวันตกที่เน้นการปลูกพืชเชิงเดี่ยวเพียงชนิดเดียวด้วยความเชื่อว่าการเกษตรแผนใหม่จะช่วยให้ข้ามพ้นขีดจำกัดของธรรมชาติที่มีความไม่แน่นอน อีกทั้งยังสามารถนำปัจจัยการผลิตจากภายนอกเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตให้ได้สูงด้วยการนำปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและฮอร์โมนมาใช้ การทำเกษตรเคมีร่วมกับการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าของการปฏิวัติเขียว (green revolution) ทำให้เกษตรกรเพิ่มปริมาณผลผลิตได้อย่างมาก ประเทศที่ใช้วิธีการเพาะปลูกด้วยวิธีการดังกล่าวสามารถลดการขาดแคลนด้านอาหารได้มากขึ้น (Cooper & Dobson, 2007; Hedlund, Longo & York, 2019) การขายผลผลิตที่ใช้วิธีการเกษตรเคมีนั้นยังคงมีอยู่ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ แต่การทำเกษตรเคมีได้ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบระยะยาวต่อระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และสุขภาพของมนุษย์ (Sánchez-Bayo & Wyckhuys, 2019) การใช้สารเคมีอย่างต่อเนื่องยาวนานทำให้โรคพืชและแมลงพัฒนาสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานต่อสารเคมีที่ใช้กำจัดโรคพืชและแมลง ทำให้เกษตรกรต้องเพิ่มปริมาณการใช้สารเคมีให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งดินและน้ำเกิดการเสื่อมโทรมจากการปนเปื้อนสารเคมี (Pietrzak et al, 2019) อีกทั้งยังทำให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพต่อผู้บริโภคและตัวเกษตรกรทั้งที่เป็นพิษเฉียบพลันและพิษเรื้อรัง เช่น ทำให้เกิดความผิดปกติของการทำงานของต่อมไร้ท่อ (Panseri et al., 2019) และทำให้เกิดอาการ เวียนศีรษะปวดศีรษะ หรือความผิดปกติของระบบภูมิคุ้มกันในร่างกาย (Ngowii et al., 2007) เป็นต้น

หลายประเทศได้ออกนโยบายให้ทำการเกษตรโดยลดการใช้สารเคมี และส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนรูปแบบการเพาะปลูกมาใช้แนวคิดของการพัฒนาแบบยั่งยืน ลดผลกระทบด้านลบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ดำรงรักษาไว้ซึ่งความสมดุลของระบบนิเวศ ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของเกษตรกรและผู้บริโภคและให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่เหมาะสม (Pedersen & Nielsen, 2017) เช่นเดียวกับในประเทศไทยที่ภาครัฐได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้ทำการเกษตรแบบยั่งยืนโดยเฉพาะเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น ดังที่สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ออกประกาศมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 9000-2564 เรื่องเกษตรอินทรีย์: การผลิต การแปรรูป การแสดงฉลาก และการจำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศและงานทั่วไป เล่ม 139 ตอนพิเศษ 43 ลง วันที่ 21 กุมภาพันธ์ พุทธศักราช 2565 (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565) เพื่อให้มาตรฐานมีความสอดคล้องกับข้อกำหนดระหว่างประเทศและชัดเจนมากขึ้น สะดวกต่อการนำมาตราฐานไปใช้รวมถึงการตรวจสอบรับรอง

การเพาะปลูกภายใต้แนวคิดของการพัฒนาแบบยั่งยืนมี 2 วิธี ประกอบด้วย (1) เกษตรปลอดสารพิษ (pesticide residue-free farming) เป็นกระบวนการเพาะปลูกที่ไม่ใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช มีเพียงการใช้ปุ๋ยเคมีในระยะแรกเพื่อเพิ่มธาตุอาหาร การควบคุมดูแลโดยวิธีทางชีวภาพ เก็บเกี่ยวตามระยะเวลาที่กำหนดและผลผลิตต้องไม่มีสารพิษตกค้างหรือมี

น้อยที่สุดแต่ไม่เกินระดับมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุข (กระทรวงสาธารณสุข, 2560) กำหนดไว้เพื่อสร้างความปลอดภัยของผู้บริโภค ลดปริมาณสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่จะปนเปื้อนเข้าไปในอากาศและน้ำ รวมทั้งทำให้เกษตรกรปลอดภัยจากสารเคมีที่ใช้ป้องกันและกำจัดศัตรูพืช และ (2) เกษตรอินทรีย์ (organic farming) เป็นการเพาะปลูกที่ไม่ใช้สารเคมี (Ramesh et al., 2005) เน้นการให้ธาตุอาหารจากธรรมชาติเป็นหลักโดยใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก และพืชคลุมดิน ให้ความสำคัญกับอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ ใช้แมลงพาดเพื่อถ่ายเรณูศัตรูพืช ใช้จุลินทรีย์ในดินเป็นส่วนประกอบในระบบนิเวศฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของดิน รักษาแหล่งน้ำให้สะอาด ฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ พยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด และพื้นดินที่เปลี่ยนมาใช้วิธีเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการพักดินโดยไม่มีการใช้ หรือยกเว้นการใช้สารเคมีเพื่อสร้างดินที่สมบูรณ์และระบบนิเวศที่ยั่งยืนก่อนที่จะได้รับการรับรองสถานะว่าเป็นอินทรีย์

การเปลี่ยนวิธีการทำเกษตรแบบดั้งเดิมที่ใช้สารเคมีหรือเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันและปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วยทัศนคติของเกษตรกร แรงกดดันทางสังคมและความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงไปเพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ (Lapple & Kelly, 2010) ประสบการณ์ของตัวเกษตรกร การเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวเลขาทางการเงิน ความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์ (Janjhua et al., 2018; Patel, 2017; Shams et al., 2017) ต้นทุนของการทำการเกษตรที่ลดลง และโอกาสที่จะขายสินค้าได้ในราคาที่สูงกว่าราคาของสินค้าที่เพาะปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี (Gibbon & Bolwig, 2007; Jintana & Fujimoto, 2009; Paneerselvamet al., 2012; Surekha et al., 2011) สำหรับอุปสรรคของการเปลี่ยนวิธีการเพาะปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ คือ การขาดแคลนปุ๋ยอินทรีย์ (Khoy et al., 2017) กระบวนการทำปุ๋ยอินทรีย์ซับซ้อนใช้เวลาและพลังงานมาก (Oyedele, et al., 2018) ส่วนประกอบของปุ๋ยอินทรีย์ที่ทำจากอุจจาระและปัสสาวะของมนุษย์มีกลิ่นเหม็นและทำให้เกิดการระบาดของเชื้อโรค (Mugivhisa et al., 2017)

3.2 ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร รายได้จากการขาย และความสามารถในการทำกำไร

ต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรทางการเงินที่จ่ายไปเพื่อให้ได้สินทรัพย์หรือบริการเข้ามาใช้เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของกิจการ ต้นทุนที่จ่ายแล้วเกิดประโยชน์ในระยะสั้น หรือใช้แล้วหมดประโยชน์ที่จะได้รับภายในระยะเวลาไม่เกิน 1ปีนั้นให้บันทึกเป็นค่าใช้จ่าย แต่ถ้าเป็นต้นทุนที่กิจการใช้ประโยชน์ได้เกินกว่าระยะเวลา 1ปีจะบันทึกเป็นสินทรัพย์และตัดบัญชีเป็นค่าใช้จ่ายตามอายุการใช้งานที่เกิดขึ้น (สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย, 2538) การคำนวณและบันทึกต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรใช้แนวคิดเดียวกับการคำนวณและบันทึกต้นทุนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม ตัวอย่างเช่น ต้นทุนที่จ่ายเพื่อซื้อเครื่องพ่นฉีดยากำจัดศัตรูพืช เครื่องสูบน้ำพร้อมอุปกรณ์ เครื่องตัดหญ้าและอุปกรณ์การเกษตร เครื่องพ่นสารชีวภาพด้วยมือ トラซัง สถานที่เก็บผลผลิต ไตสูบน้ำ บันทึกเป็นสินทรัพย์ระยะยาวและคำนวณหาค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ตามอายุการใช้งานแต่ละประเภท สำหรับ ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าแรงงานกำจัดวัชพืช ค่าปุ๋ยอินทรีย์ ค่าปุ๋ยเคมี ค่าสารป้องกันและกำจัดศัตรูพืช บันทึกเป็นค่าใช้จ่ายประจำปี เป็นต้น

ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร รายได้จากการขาย และความสามารถในการทำกำไรหรือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่เกษตรกรใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกวิธีการทำการเกษตรเพราะต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรที่ลดลงทำให้มีกำไรเพิ่มขึ้น สามารถตั้งราคาขายให้ต่ำลงเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งได้ดียิ่งขึ้น ทำให้มีรายได้จากการขายมากขึ้นและเกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ผลงานวิจัยในอดีตได้พบข้อขัดแย้งเกี่ยวกับต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร รายได้จากการขาย และความสามารถในการทำกำไรหรือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกษตรกรได้รับจากการทำเกษตรเคมี เกษตรปลอด

สารพิษและเกษตรอินทรีย์ ผลวิจัยในอดีตไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าการทำเกษตรเคมีมีความสามารถในการทำกำไร หรือได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงกว่าการทำเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ อีกทั้งยังไม่พบว่าการทำเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์มีความสามารถในการทำกำไร หรือ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงกว่าการทำเกษตรเคมี ดังผลการวิจัยในอดีตที่แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1) การปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวเลขกำไรต่ำกว่าการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี

งานวิจัยของ Aslam and Hong (2018) ได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบการทำกำไรของการปลูกผักแบบเกษตรดั้งเดิมหรือเกษตรเคมีกับการปลูกผักเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ Khyber Pakhtunkhwa และ Azad Jammu Kahsmir ของสาธารณรัฐอิสลามปากีสถาน โดยเปรียบเทียบและวิเคราะห์ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรเฉลี่ยต่อกิโลกรัม กำไรต่อกิโลกรัม และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) ของผัก 3 ชนิดประกอบด้วย กะหล่ำดอก มะเขือเทศ และหัวผักกาด ที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีและเกษตรอินทรีย์ ในพื้นที่ 2 จังหวัด ผลวิจัยพบว่า การปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ให้ผลผลิตในระดับต่ำทำให้เกิดต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อกิโลกรัมสูงและกำไรต่อกิโลกรัมที่ได้รับมีจำนวนน้อยกว่าการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี ทำให้ไม่ดึงดูดใจเกษตรกรให้ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์เพื่อการค้า แต่เกษตรกรจะปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ขนาดเล็กเพื่อบริโภคในครัวเรือนเท่านั้นเพราะเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lepcha et al. (2021) ที่ทำการศึกษาผลผลิตและความสามารถในการทำกำไรของการปลูกมันฝรั่งด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์และเกษตรเคมีใน West-Central Bhutan ของราชอาณาจักรภูฏาน ซึ่งพบว่าตัวเลขของผลผลิตและความสามารถในการทำกำไรของมันฝรั่งที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีสูงกว่ามันฝรั่งที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากเกษตรกรที่ปลูกมันฝรั่งด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องเผชิญกับศัตรูพืช และโรคพืช การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทำให้ผลผลิตมีปริมาณต่ำอย่างเลี่ยงไม่ได้ ตลอดจนการไม่ได้ขายในราคาพิเศษ (premium price) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยของ Lepcha et al. (2021) และ Aslam and Hong (2018) ไม่สอดคล้องกับผลวิจัยในประเทศไทยของ วรณิ เตโชโยธิน และ ชุตินณทน เจริญกิจจาจร (2020) ที่พบว่าผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของการทำเกษตรอินทรีย์จะสูงกว่าการทำแบบเกษตรดั้งเดิมหรือเกษตรเคมี

2) การปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวเลขกำไรสูงกว่าการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี

Ndungu et al. (2013) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของระบบการผลิตผักเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ Kiambu และ Kajiado ในสาธารณรัฐเคนยา พบว่าต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของผัก 3 ชนิด คือ ผักโขม ผักเคล และกะหล่ำปลี ที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีจำนวนสูงกว่าต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีหรือเกษตรดั้งเดิม แต่เนื่องจากผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์สามารถขายได้ในราคาพรีเมียมที่รับประกันราคาสูงกว่าจากพ่อค้าคนกลางเป็นจำนวนเงินที่สูงกว่าราคาขายของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีจึงทำให้ผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือได้รับกำไรสูงกว่าผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี ในส่วนของ Xu et al. (2020) ได้วิจัยเกี่ยวกับการเพาะปลูกผักเกษตรอินทรีย์ลดทรัพยากรและลดต้นทุนสิ่งแวดล้อมในที่ราบจินตอนเหนือ โดยศึกษาจากวิธีการปลูกผัก 3 วิธี คือ วิธีที่ 1 เป็นการปลูกที่ใช้วิธีเกษตรเคมี วิธีที่ 2 เป็นการปลูกที่ผสมระหว่างการใช้ปุ๋ยเคมี 50% และปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้จากมูลสัตว์ปีก 50% รวมทั้งเน้นการใช้วิธีป้องกันแมลงศัตรูพืชโดยธรรมชาติมีการใช้ยาและหรือสารกำจัดเคมีเพื่อศัตรูพืชในขนาดต่ำและใช้เฉพาะ

เมื่อเกิดเหตุร้ายแรงเท่านั้น และวิธีที่ 3 เป็นการปลูกที่ใช้วิธีเกษตรอินทรีย์ ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของมะเขือที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีตัวเลขต่ำที่สุด ลำดับถัดมาคือ ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของมะเขือที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี ส่วนมะเขือที่ปลูกแบบผสมระหว่างการใช้ปุ๋ยเคมีกับปุ๋ยอินทรีย์นั้นเกิดต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรสูงที่สุด สำหรับรายได้จากการขายนั้นพบว่า มะเขือที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีจำนวนเงินสูงที่สุด ลำดับถัดมาคือ มะเขือที่ปลูกด้วยวิธีผสมระหว่างปุ๋ยเคมีกับปุ๋ยอินทรีย์ และ มะเขือที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีได้รับรายได้จากการขายต่ำที่สุด จึงทำให้ส่วนของกำไรที่เป็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจนั้น มะเขือที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือทำกำไรได้สูงที่สุด ลำดับถัดมาของความสามารถในการทำกำไรคือ มะเขือที่ปลูกแบบผสมระหว่างการใช้ปุ๋ยเคมีกับปุ๋ยอินทรีย์ ส่วนมะเขือที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือได้รับกำไรต่ำที่สุด

นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยของ Choy et al., (2021) ที่ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนผลประโยชน์ของการทำการเกษตรแบบดั้งเดิมหรือเกษตรเคมี และการทำการเกษตรแบบนิเวศเกษตรหรือเกษตรอินทรีย์สำหรับการปลูกข้าวใน Bachok, Kelantan โดยพบว่าในสหพันธรัฐมาเลเซียนั้นการทำนาข้าวด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ให้ผลตอบแทนที่เป็นตัวเลขทางการเงินวัดเป็นรายได้สูงกว่าการทำนาข้าวแบบเกษตรเคมีในขณะเดียวกันการทำนาข้าวด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์เกิดต้นทุนผลผลิตต่ำกว่าการทำนาข้าวด้วยวิธีเกษตรเคมี ด้วยเหตุนี้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่วัดเป็นตัวเลขกำไรของการทำนาข้าวด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์จึงสูงกว่าการทำนาข้าวด้วยวิธีเกษตรเคมี สำหรับในประเทศไทยได้มีการศึกษาผลตอบแทนทางเศรษฐกิจเชิงเปรียบเทียบของการเพาะปลูกข้าวแบบเกษตรอินทรีย์และเกษตรดั้งเดิมโดยใช้วิธีต้นทุนวงจรอายุ ผลการศึกษาพบว่า ในระยะยาวผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของการเพาะปลูกข้าวแบบเกษตรอินทรีย์จะสูงกว่าการเพาะปลูกข้าวแบบเกษตรดั้งเดิม (วรรณิ เตโชโยธิน และ ชุตติมณฑน์ เจริญกิจจาธร, 2020) ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ndungu et al. (2013), Xu et al. (2020) และ Choy et al. (2021) ที่ระบุว่าผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของการทำเกษตรอินทรีย์จะสูงกว่าการทำแบบเกษตรดั้งเดิมหรือเกษตรเคมี

งานวิจัยในอดีตแสดงให้เห็นได้ว่า เกิดข้อขัดแย้งของตัวเลขต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร และความสามารถในการทำกำไรของการเพาะปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ อีกทั้งงานวิจัยที่เปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างของต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไร และจุดคุ้มทุนในพื้นที่ 1 ไร่ของ การทำการเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยมียังไม่มากพอที่จะตอบคำถามวิจัยข้างต้น ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อหาคำตอบดังกล่าว

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีพหุกรณีศึกษา (a multiple case study) เพื่อนำข้อมูลกรณีศึกษาตั้งแต่ 2 กรณีขึ้นไปมาเปรียบเทียบและนำไปสู่ข้อสรุปของผลการวิจัย

4.1 ขอบเขตการวิจัย แบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

1) **ขอบเขตด้านพื้นที่** พื้นที่ในการเก็บข้อมูลทำวิจัยเพื่อค้นหาและเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไร และจุดคุ้มทุนของการปลูกผักหลายชนิดที่ใช้วิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตร

อินทรีย์ของเกษตรกรรายย่อยตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เนื่องจากภาคกลางเป็นพื้นที่ราบลุ่มและมีแหล่งน้ำเพียงพอเหมาะสมกับการปลูกผักมากกว่าพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้

2) ขอบเขตด้านระยะเวลา เก็บข้อมูลวิจัยระหว่างเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

4.2 กลุ่มกรณีศึกษา

กลุ่มกรณีศึกษาที่เป็นเป้าหมายของการทำวิจัย คือ กลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่ปลูกผักด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจงโดยกำหนดคุณสมบัติที่ใช้ในการคัดเลือกคือ 1) เป็นผู้ที่ยินดีเปิดเผยข้อมูลเพื่อใช้ทำวิจัย และ 2) เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดภัยต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานเกษตรที่ดีเหมาะสม (Good Agriculture Practices: GAP) จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และ 3) ต้องมีประสบการณ์ในการปลูกผักมากกว่า 1 ปี สำหรับเกษตรกรรายย่อยที่ผ่านคุณสมบัติข้างต้นทั้ง 3 ประการ ประกอบด้วยเกษตรกรจำนวน 3 กลุ่มซึ่งทุกกลุ่มได้ปลูกผักกาดหอม ปวยเล้ง และคะน้า กลุ่มที่ 1 เป็นเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีใช้พื้นที่จำนวน 35 ไร่ ในจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มที่ 2 เป็นเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดภัยใช้พื้นที่จำนวน 2.5 ไร่ ในจังหวัดนครปฐม และ กลุ่มที่ 3 เป็นเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ใช้พื้นที่จำนวน 1.375 ไร่ ในจังหวัดนครปฐม

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้

ใช้เทคนิคการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (data triangulation) เพื่อความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้างไปพร้อมกับสังเกตการทำงาน (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2553) สำหรับแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้างได้แบ่งประเด็นของคำถามเป็น 2 ส่วนหลัก เพื่อเก็บข้อมูลในส่วนของ 1) ข้อมูลพื้นฐานเกษตรกรและกระบวนการปลูกผักเพื่อให้ได้ผลผลิต และ 2) ข้อมูลการดำเนินงานที่เป็นตัวเลขทางการเงินประกอบด้วย เงินลงทุนเริ่มต้นที่เกษตรกรจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ระยะยาวที่ใช้ในการปลูกผัก ค่าใช้จ่ายดำเนินการที่จ่ายระหว่างงวดที่ปลูกผัก และรายได้จากการขายผักของเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดภัย และ เกษตรอินทรีย์ ทุกรอบการปลูกและขาย ตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ทำการเพาะปลูกผักทั้ง 3 ชนิด

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (constant comparison) ที่ได้รับการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้างและ สังเกตการทำงานซึ่งเป็น 1) ข้อมูลพื้นฐานเกษตรกรและกระบวนการปลูกผักเพื่อให้ได้ผลผลิต และ 2) ข้อมูลการดำเนินงานที่เป็นตัวเลขทางการเงินเพื่อนำเสนอออกมาเป็นตารางประกอบความเรียง

5. ผลการวิจัย

5.1 ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรและกระบวนการปลูกผักเพื่อให้ได้ผลผลิต

พื้นที่ของเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีที่ต่างกันอยู่ในเขตภาคกลาง เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีอยู่ที่จังหวัดกาญจนบุรี เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์อยู่ที่จังหวัดนครปฐม เกษตรกรทั้ง 3 กลุ่มเป็นเจ้าของที่ดินแต่ดั้งเดิมจึงไม่ต้องจ่ายเงินลงทุนเพื่อซื้อที่ดินเป็นสินทรัพย์ เกษตรกรใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการบำรุงดินเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาดินเสื่อมโทรมโดยปลูกผักซึ่งเป็นพืชเชิงเดี่ยวหมุนเวียนหลายชนิด และในปีถัดไปจะเปลี่ยนเป็นผักชนิดใหม่ เช่น

การปลูกข้าวโพดและถั่ว เป็นต้น เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซากของพื้นที่ที่ปลูก เพราะการปลูกพืชเชิงเดี่ยวซ้ำกันเป็นเวลานานและการใช้ดินเพาะปลูกด้วยความถี่ของระยะเวลาที่มากเกินไปทำให้เกิดการเสื่อมคุณภาพ ส่งผลให้ความสามารถในการผลิตของระบบนิเวศลดน้อยลง ดินไม่สามารถฟื้นฟูกลับมาอุดมด้วยธาตุอาหารได้ทัน สำหรับการปลูกผักกาดหอมและผักคะน้าในเกษตรกรทั้ง 3 กลุ่มจะปลูกหมุนเวียน 3 รอบต่อปี และผักปวยเล้งเกษตรกรทั้ง 3 กลุ่มจะปลูกหมุนเวียน 6 รอบต่อปี ปัญหาหลักของการปลูกผักมีความแตกต่างกัน ปัญหาและอุปสรรคของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีที่จังหวัดกาญจนบุรี คือ สภาพภูมิอากาศร้อนตลอดปีแม้กระทั่งในฤดูฝนทำให้ปลูกผักได้ไม่งาม ปัญหาและอุปสรรคของการปลูกผักด้วยวิธีปลอดสารพิษ คือ แมลงศัตรูพืช สำหรับปัญหาและอุปสรรคของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ที่จังหวัดนครปฐมคือ วัชพืชที่มาก ในทุกปีการปลูกแบบผักแบบปลอดสารพิษจะมีการให้ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมี เพื่อเป็นการเพิ่มสารอาหารให้เกิดขึ้น

5.2 ข้อมูลการดำเนินงานที่เป็นตัวเลขทางการเงิน

1) เงินลงทุนเริ่มต้นที่เกษตรกรจ่ายซื้อสินทรัพย์ระยะยาวที่ใช้ในการปลูกผัก

ประกอบด้วย รถยนต์กระบะ รถไถดิน เครื่องสูบน้ำ ระบบสปริงเกลอ ตู้เก็บผลผลิต และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตรสินทรัพย์ระยะยาวได้ตัดบัญชีบันทึกเป็นค่าเสื่อมราคาตามอายุการใช้งานของสินทรัพย์แต่ละชนิด

2) ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่ 1 ไร่

ค่าใช้จ่ายดำเนินการที่จ่ายระหว่างงวดที่ปลูกผัก ประกอบด้วย ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าแรงงานไถพรวน ยกทรง หว่านเมล็ดพันธุ์ พ่นยา/สารชีวภาพ/สารอินทรีย์ กำจัดวัชพืชและแมลงศัตรูพืช ดูแลรักษาและเก็บเกี่ยวผลผลิต ค่าปุ๋ยเคมี ปุ๋ยชีวภาพ และปุ๋ยอินทรีย์ ค่าสารป้องกัน/กำจัด/ปราบ แมลงศัตรูพืชและหรือวัชพืชซึ่งเป็น สารอินทรีย์ สารชีวภาพ หรือสารเคมี ค่าวัสดุคลุมดิน ค่าซ่อมแซมและค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตร ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และค่าสาธารณูปโภค สำหรับค่าเมล็ดพันธุ์นั้นมีราคาแตกต่างกันตามคุณภาพของผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีและเกษตรปลอดสารพิษนั้นไม่ต้องใช้น้ำประปาเพื่อรดผักเพราะพื้นที่มีแหล่งน้ำธรรมชาติสูบน้ำมาใช้รดผักได้ตลอดปีทำให้ประหยัดต้นทุนค่าซื้อน้ำประปามาใช้ซึ่งต่างจากเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องเสียค่าน้ำประปาใช้ในการปลูกผักเพื่อการเติบโต

เนื่องจากพื้นที่ของปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์มีจำนวนแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกันได้จึงนำเสนอต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของการเพาะปลูกแต่ละวิธีคำนวณเป็นค่าเฉลี่ยต่อ 1 ไร่ ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปรต่อการปลูกผัก 1 ไร่ ประกอบด้วย ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าแรงงานเพื่อทำการ ไถพรวน ยกทรง หว่านเมล็ดพันธุ์ พ่นยา/สารชีวภาพ/สารอินทรีย์ กำจัดศัตรูพืช ดูแลรักษาและเก็บเกี่ยว ค่าปุ๋ยเคมี ค่าปุ๋ยชีวภาพ ค่าปุ๋ยอินทรีย์ ค่าสารที่ใช้ป้องกันและกำจัดแมลงศัตรูพืช และค่าวัสดุคลุมดิน สำหรับต้นทุนคงที่ของการปลูกผัก ประกอบด้วย ค่าซ่อมแซม/ค่าบำรุงรักษาเครื่องยนต์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตร ค่าเสื่อมราคาเครื่องยนต์ ค่าเสื่อมราคาตู้เก็บผลผลิต ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตร ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และค่าสาธารณูปโภค ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อพื้นที่ 1 ไร่ของการปลูกผักด้วยวิธีที่ต่างกัน แสดงให้เห็นในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อพื้นที่ 1ไร่

(หน่วย: บาท)

รายการ	ผักเกษตร เคมี	ผักเกษตร ปลอดภัย	ผักเกษตร อินทรีย์
- ค่าเมล็ดพันธุ์	130.57	3,450.00	5,624.00
- ค่าแรงงาน ไถพรวน ยกร่อง หว่านเมล็ดพันธุ์ พนยา/สารชีวภาพ/ สารอินทรีย์ กำจัดวัชพืชและแมลงศัตรูพืช ดูแลรักษา และเก็บ เกี่ยวผลผลิต	5,635.71	7,860.00	4,050.91
- ค่าปุ๋ยเคมี/ค่าปุ๋ยชีวภาพ /ค่าปุ๋ยอินทรีย์ ค่าสารที่ใช้ป้องกัน/ กำจัด/ปราบ แมลงศัตรูพืช และ ค่าวัสดุคลุมดิน	3,978.57	5,004.00	5,405.83
- ค่าซ่อมแซม/ค่าบำรุงรักษารถยนต์ รถไถดิน เครื่องสูบน้ำ ระบบ สปริงเกิล และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตร	42.86	600.00	436.36
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าสาธารณูปโภค	422.85	2,890.00	11,461.81
- ค่าเสื่อมราคา รถยนต์ รถไถดิน เครื่องสูบน้ำ ระบบสปริงเกิล ตู้ เก็บผลผลิต และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตร	3,080.00	23,290.00	52,255.00
รวมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร	13,290.56	43,094.00	79,233.91

ข้อมูลตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี มีต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อพื้นที่เพาะปลูก 1 ไร่ เป็นจำนวนเงินต่ำที่สุด และ ผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อพื้นที่เพาะปลูก 1 ไร่ เป็นจำนวนเงินสูงที่สุด เนื่องจากเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องปลูกภายใต้กระบวนการผลิตที่กำหนดจากพ่อค้าคนกลางซึ่งต้องดูแลใส่ใจรายละเอียดทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้ผลผลิตตามคุณสมบัติที่ได้ตกลงราคาขายล่วงหน้าในราคารับประกันที่สูงกว่าราคาขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีและผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรปลอดภัย ค่าเมล็ดพันธุ์มีราคาต่างกันเพราะแตกต่างกันตามคุณภาพของบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ ส่วนใหญ่เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีจะได้รับเมล็ดพันธุ์ฟรีจากพ่อค้าคนกลางตามโควตาที่ปลูกแต่เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดภัยและวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องจ่ายเงินซื้อเมล็ดพันธุ์เอง ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าสาธารณูปโภคของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีจำนวนเงินสูงที่สุดเพราะตามข้อตกลงเบื้องต้นกับพ่อค้าคนกลางนั้นเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องนำผลผลิตจากสวนผักบรรจุด้วยรถยนต์กระบะไปส่งยังสถานที่หรือห้างสรรพสินค้าที่รับไปจำหน่ายด้วยตัวเอง ส่วนผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีและผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรปลอดภัยนั้นพ่อค้าคนกลางเป็นผู้มารับเองถึงสวนผักที่ปลูก และเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องจ่ายค่าน้ำประปาในการรดน้ำผักทั้ง 3 ชนิด ส่วนผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี และเกษตรปลอดภัยนั้นไม่ต้องจ่ายค่าน้ำประปาเพราะใช้น้ำจากแหล่งธรรมชาติที่สูบน้ำมาใช้รดน้ำผักในสวนผัก สำหรับค่าเสื่อมราคารถยนต์ รถไถดิน เครื่องสูบน้ำ ระบบสปริงเกิล ตู้เก็บผลผลิต และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตรของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีมีจำนวนเงินต่ำที่สุดเพราะเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีไม่มีรถยนต์กระบะเป็นสินทรัพย์ระยะยาว แต่เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์มีรถยนต์กระบะเป็นสินทรัพย์ระยะยาว ซึ่งมูลค่ารถยนต์ของเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีมูลค่าสูงกว่ารถยนต์ของเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีปลอดภัยเพราะมีความจำเป็นต้องนำผลผลิตจากสวนผักไปส่งยังสถานที่ตามสัญญา

ซื้อขายที่พ่อค้าคนกลางระบุ ดังนั้นเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์จึงต้องลงทุนซื้อรถยนต์ที่มีความทนทานแข็งแรงในราคารวมค่าที่สูงกว่าเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดภัย

3) รายได้จากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดภัย และ เกษตรอินทรีย์ ต่อพื้นที่ 1 ไร่

ผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีขายได้ในราคาที่ต่ำกว่าผักที่ปลูกด้วยวิธีปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ พ่อค้าคนกลางเป็นผู้มาเก็บเกี่ยวและรับซื้อที่สวนผักของเกษตรกรเพื่อนำไปจำหน่าย

ผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรปลอดภัยขายได้ในราคาสูงกว่าผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีแต่ราคาขายต่ำกว่าผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ โดยขายให้พ่อค้าคนกลางซึ่งมารับซื้อที่สวนผักในราคารับประกัน

ผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์จะผลิตและเก็บเกี่ยวตามปริมาณความต้องการของพ่อค้า คนกลางตามราคาพรีเมียมที่รับประกันและทำสัญญาตกลงไว้ล่วงหน้าเป็นรายปี เนื่องจากการปลูกผักเกษตรอินทรีย์นั้นเกษตรกรต้องดูแลใส่ใจในรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนกระบวนการผลิตจนถึงเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้คุณภาพตามที่พ่อค้าคนกลางระบุ เพื่อให้ปริมาณผลผลิตต่อไร่มีจำนวนมากกว่าผักที่ปลูกด้วยวิธีอื่น ผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีราคาขายสูงกว่าผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรปลอดภัยและผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี แต่ปริมาณผลผลิตรวมของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ที่ขายสู่ท้องตลาดยังมีจำนวนน้อยเนื่องจากเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรมีจำนวนไม่มากนัก

รายได้จากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดภัย และเกษตรอินทรีย์ คำนวณจากการนำจำนวนผลผลิตต่อพื้นที่ 1 ไร่ ในระยะเวลา 1 ปี ที่มีหน่วยวัดเป็นกิโลกรัม คูณ ราคาขายต่อกิโลกรัม รายได้รวมจากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีการที่ต่างกันแสดงให้เห็นในตารางที่ 2 ตารางที่ 3 และ ตารางที่ 4

ตารางที่ 2 รายได้จากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมีต่อพื้นที่ 1 ไร่

รายการ	ผลผลิต (กิโลกรัม/ไร่)	ราคาขายเฉลี่ย (บาท/กิโลกรัม)	รายได้จากการขายผัก (บาท/ไร่)
ผักกาดหอม	3,600.00	25.00	90,000.00
ผักปวยเล้ง	9,000.00	30.00	270,000.00
ผักคะน้า	7,500.00	8.00	60,000.00
รายได้รวม			420,000.00

ตารางที่ 3 รายได้จากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรปลอดภัยต่อพื้นที่ 1 ไร่

รายการ	ผลผลิต (กิโลกรัม/ไร่)	ราคาขายเฉลี่ย (บาท/กิโลกรัม)	รายได้จากการขายผัก (บาท/ไร่)
ผักกาดหอม	3,300.00	50.00	165,000.00
ผักปวยเล้ง	7,200.00	45.00	324,000.00
ผักคะน้า	3,600.00	9.00	32,400.00
รายได้รวม			521,400.00

ตารางที่ 4 รายได้จากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่ 1 ไร่

รายการ	ผลผลิต (กิโลกรัม/ไร่)	ราคาขายเฉลี่ย (บาท/กิโลกรัม)	รายได้จากการขายผัก (บาท/ไร่)
ผักกาดหอม	3,900.00	40.00	156,000.00
ผักปวยเล้ง	10,014.00	60.00	600,840.00
ผักคะน้า	4,500.00	35.00	157,500.00
รายได้รวม			914,340.00

ข้อมูลในตารางที่ 2 ถึง ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่ารายได้รวมจากการขายผักทั้ง 3 ชนิดเมื่อปลูกบนพื้นที่ 1 ไร่ นั้น เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ได้รับรายได้รวมจากการขายเป็นจำนวนเงินสูงที่สุด ลำดับรองลงมาคือ เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดภัย และลำดับสุดท้าย คือเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี

4) กำไรสุทธิของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดภัย และเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่ 1 ไร่

กำไรสุทธิของการปลูกผักต่อพื้นที่ 1 ไร่ คำนวณจากการนำรายได้จากการขายผักต่อพื้นที่ 1 ไร่ หักด้วยต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อพื้นที่ 1 ไร่ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 กำไรสุทธิของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดภัย และ เกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่ 1 ไร่

(หน่วย: บาท)

รายการ	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรเคมี	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรปลอดภัย	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรอินทรีย์
รายได้จากการขาย	420,000.00	521,400.00	914,340.00
ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรผันแปร	9,744.85	16,314.00	15,080.74
ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่	3,545.71	26,780.00	64,153.17
ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรรวม	13,290.56	43,094.00	79,233.91
กำไรสุทธิ	406,709.44	478,306.00	835,106.09

การวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 5 พบว่าเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ได้รับกำไรสุทธิต่อพื้นที่ 1 ไร่ สูงที่สุด ลำดับรองลงมาคือเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดภัย ส่วนเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีได้รับกำไรสุทธิต่ำที่สุด

5) ประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรและความสามารถในการทำกำไรของผักที่ปลูกด้วยวิธีที่ต่างกัน

เมื่อนำข้อมูลจากตารางที่ 5 มาวิเคราะห์แบบย่อส่วนตามแนวดิ่ง หรือ วิธีร้อยละของยอดรวมรายได้จากการขาย (common size analysis) ดังตารางที่ 6 จะเห็นประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรและความสามารถในการทำกำไรของการปลูกผักด้วยวิธีที่แตกต่างกันชัดเจนยิ่งขึ้น

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์แบบย่อส่วนตามแนวดิ่งของการปลูกผักด้วยวิธีที่ต่างกันต่อพื้นที่ 1 ไร่

(หน่วย: เปอร์เซ็นต์)

รายการ	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรเคมี	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรปลอดสารพิษ	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรอินทรีย์
รายได้จากการขาย	100.00	100.00	100.00
ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรผันแปร	2.320	3.129	1.650
ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่	0.844	5.136	7.016
รวมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร	3.164	8.265	8.666
กำไรสุทธิ	96.836	91.735	91.334

ตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และ เกษตรอินทรีย์ มี ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรรวม ต่อ รายได้จากการขาย เท่ากับ 3.164%, 8.265% และ 8.666% ตามลำดับ ตัวเลขดังกล่าวได้สะท้อนถึงประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรว่ากลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีนั้นสามารถบริหารต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรได้ดีที่สุด เพราะมีอัตราส่วนต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรรวม ต่อ รายได้จากการขาย ต่ำที่สุด ลำดับรองลงมาคือกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษ และลำดับสุดท้ายคือ กลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ การบริหารต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพทำให้กำไรสุทธิต่อรายได้จากการขายของกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีมีจำนวนสูงที่สุดคือ 96.836% และกำไรสุทธิต่อรายได้จากการขายของกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีจำนวนต่ำที่สุดคือ 91.334%

6) จุดคุ้มทุนของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่ 1 ไร่

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบว่ากิจการต้องดำเนินงานเพื่อให้มีรายได้จากการขายรวมทั้งสิ้นเท่าใดจึงมีจำนวนเท่ากับต้นทุนรวมซึ่งประกอบด้วยต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ ณ จุดนี้กิจการไม่มีกำไรหรือขาดทุน หรืออาจกล่าวได้ว่า จุดคุ้มทุน เป็นจุดที่ตัวเลขกำไรส่วนเกินรวม (รายได้จากการขายรวมหักต้นทุนผันแปรรวม) เท่ากับต้นทุนคงที่รวม

การคำนวณหาจุดคุ้มทุนของผัก 3 ชนิดประกอบด้วย ผักกาดหอมที่หมุนเวียนการปลูกและขาย 3 รอบต่อปี ผักคะน้าที่หมุนเวียนการปลูกและขาย 3 รอบต่อปี และผักปวยเล้งที่หมุนเวียนการปลูกและขาย 6 รอบต่อปีในพื้นที่ 1 ไร่ ซึ่งปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และ เกษตรอินทรีย์ แสดงให้เห็นในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จุดคุ้มทุนของผักทั้ง 3 ชนิดที่หมุนเวียนการปลูกและขายในรอบ 1 ปี ด้วยวิธีเกษตรกรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และ เกษตรอินทรีย์ ต่อพื้นที่ 1 ไร่

รายการ	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรกรเคมี	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรปลอดสารพิษ	ผักที่ปลูกด้วยวิธี เกษตรอินทรีย์
รายได้จากการขาย	420,000.00	521,400.00	914,340.00
ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรผันแปร	9,744.85	16,314.00	15,080.74
กำไรส่วนเกิน	410,255.15	505,086.00	899,259.26
ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่	3,545.71	26,780.00	64,153.17
จุดคุ้มทุน	0.008643^a	0.053020^b	0.071340^c

a = 3,545.71 / 410,255.15, b = 26,780.00 / 505,086.00, c = 64,153.17/899,259.26

การคำนวณหาจุดคุ้มทุนในตารางที่ 7 พบว่าในกระบวนการหมุนเวียนปลูกผักเพื่อขายในพื้นที่ 1ไร่ ตลอดระยะเวลา 1ปี ด้วยวิธีเกษตรกรเคมี เกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์เกิดจุดคุ้มทุนเท่ากับ 0.008643, 0.053020 และ 0.071340 ตามลำดับ หมายความว่ากลุ่มเกษตรกรที่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านปลูกผัก 3 ชนิดหมุนเวียนใน 1 ปี ในพื้นที่ 1ไร่ ด้วยวิธีเกษตรกรเคมีใช้กำไรส่วนเกินเพียง 0.008643 ก็เพียงพอที่จะจ่ายหรือชดเชยต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ได้ทั้งหมดทำให้ไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน ส่วนการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษต้องใช้ 0.053020 ของกำไรส่วนเกินที่ได้รับจากการปลูกและขายผักทั้ง 3 ชนิดหมุนเวียนใน 1ปี ของพื้นที่ 1ไร่ ก็เพียงพอที่จะจ่ายหรือชดเชยต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ทั้งหมดทำให้ไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน สำหรับการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องใช้ 0.071340 ของกำไรส่วนเกินไปจ่ายหรือชดเชยต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ทั้งหมดทำให้ไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน จากการเปรียบเทียบตัวเลขดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการปลูกผักทั้ง 3 ชนิดหมุนเวียนในพื้นที่ 1 ไร่ ในรอบ 1ปีด้วยการใช้วิธีเกษตรกรเคมีนั้นมีจุดคุ้มทุนต่ำที่สุด ส่วนการปลูกผักทั้ง 3 ชนิดหมุนเวียนในพื้นที่ 1 ไร่ในรอบ1ปีด้วยการใช้วิธีเกษตรอินทรีย์มีจุดคุ้มทุนสูงที่สุด และเมื่อนำข้อมูลที่ปรากฏในตารางที่ 6 การวิเคราะห์แบบย่อส่วนตามแนวคิดของการปลูกผักด้วยวิธีที่ต่างกันต่อพื้นที่ 1 ไร่มาประกอบการวิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้จุดคุ้มทุนของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์มีตัวเลขสูงกว่าการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรกรเคมี พบว่าต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ต่อรายได้จากการขายของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์มีจำนวนเท่ากับ 5.136 % และ 7.016 % ตามลำดับ ในขณะที่ ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ต่อรายได้จากการขายของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรกรเคมีเท่ากับ 0.844% เท่านั้น แสดงว่าประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ของกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ยังมีน้อยกว่ากลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรกรเคมีในระยะยาวเกษตรกรทั้ง 2 กลุ่มต้องวางแผนเพื่อปรับปรุงวิธีการบริหารต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ต่อไป

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาและเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไร และจุดคุ้มทุนของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรกรเคมี เกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ และเพื่อความน่าเชื่อถือและความ

เที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจึงนำเทคนิคการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) มาใช้ด้วยวิธีเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้างพร้อมกับสังเกตการทำงานของเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากเกณฑ์ที่กำหนด 3 ข้อ คือ (1) เป็นผู้ที่ยินดีเปิดเผยข้อมูลเพื่อใช้ทำวิจัย (2) เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานเกษตรที่ดีเหมาะสม (Good Agriculture Practices: GAP) จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และ (3) ต้องมีประสบการณ์ในการปลูกผักมากกว่า 1 ปี ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้างที่เป็น (1) ข้อมูลพื้นฐานเกษตรกรและกระบวนการปลูกผักเพื่อให้ได้ผลผลิต และ (2) ข้อมูลการดำเนินงานที่เป็นตัวเลขทางการเงินเพื่อและข้อมูลจากสังเกตการทำงานได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (constant comparison) นำเสนอออกมาเป็นตารางประกอบความเรียงเกษตรกรรายย่อยกลุ่มที่ 1 มีพื้นที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีในจังหวัดกาญจนบุรี เกษตรกรกลุ่มที่ 2 และ 3 ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์อยู่ในจังหวัดนครปฐม เกษตรกรทั้ง 3 กลุ่มใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านป้องกันการเกิดปัญหาดินเสื่อมโทรมดินในพื้นที่ปลูกผักด้วยการหมุนเวียนชนิดของผักที่ปลูก ผักกาดหอมและคะน้าปลูกหมุนเวียน 3 รอบต่อปีและผักปวยเล้งปลูกหมุนเวียน 6 รอบต่อปี

ผลการวิจัยพบว่าต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อพื้นที่ 1 ไร่ของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ ดังปรากฏในตารางที่ 1 เท่ากับ 13,290.56 บาท 43,094.00 บาท และ 79,233.91 บาทตามลำดับ มีรายได้จากการขายผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่ 1 ไร่ ซึ่งปรากฏในตารางที่ 2 ตารางที่ 3 และ ตารางที่ 4 เท่ากับ 420,000 บาท 521,400 บาท และ 914,340 บาท ตามลำดับ และได้รับกำไรสุทธิต่อพื้นที่ 1 ไร่ ของผักที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และ เกษตรอินทรีย์ ดังตารางที่ 5 เท่ากับ 460,709.44 บาท 478,306.00 บาท และ 835,106.09 บาท ตามลำดับ เมื่อนำข้อมูลที่เป็นตัวเลขทางการเงินมาวิเคราะห์แบบย่อส่วนตามแนวคิด (common size analysis) ด้วยการวิเคราะห์เทียบเป็นร้อยละของรายได้จากการขาย ดังตารางที่ 6 พบว่า การปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ นั้นมี ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ต่อรายได้จากการขายเท่ากับ 0.844%, 5.136% และ 7.016% ตามลำดับ และ รวมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรต่อรายได้จากการขาย เท่ากับ 3.164%, 8.265% และ 8.666% ตามลำดับ ด้วยเหตุนี้ทำให้ กำไรสุทธิต่อรายได้จากการขายของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีนั้นเกิดขึ้นเป็นจำนวนเท่ากับ 96.836% ในขณะที่กำไรสุทธิต่อรายได้จากการขายของการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์มีเพียง 91.735% และ 91.334% ตามลำดับ ในตารางที่ 7 พบว่า การปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีมีจุดคุ้มทุนต่ำที่สุดและการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์มีจุดคุ้มทุนสูงที่สุด เพราะตัวเลขจุดคุ้มทุนของการปลูกผักในพื้นที่ 1 ไร่โดยปลูกผักทั้ง 3 ชนิดหมุนเวียนในระยะเวลา 1 ปี ด้วยวิธีเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์มีจำนวนเท่ากับ 0.008643, 0.053020 และ 0.071340 ตามลำดับ หมายความว่าเกษตรกรที่ใช้วิธีปลูกผักด้วยเกษตรเคมีใช้เพียง 0.008643 ของกำไรส่วนเกินก็สามารถจ่ายหรือชดเชยต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ได้พอดี ไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน ในขณะที่เกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ต้องใช้ 0.053020 ของกำไรส่วนเกินและ 0.071340 ของกำไรส่วนเกินตามลำดับจึงเพียงพอที่จ่ายหรือชดเชยต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ ไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 6 และ 7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมีนั้นสามารถบริหารต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรของการปลูกผักทั้ง 3 ชนิด

หมุนเวียนขายในพื้นที่ 1ไร่ในระยะเวลา 1 ปี ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสามารถในการทำกำไรได้ดีที่สุด ผลการวิจัยที่ได้รับสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตของ Aslam & Hong (2018) และ Lepcha et al. (2021) ที่พบว่าการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจน้อยกว่าการปลูกผักด้วยวิธีเกษตรเคมี แต่ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยในต่างประเทศของ Choy et al. (2021); Ndungu et al. (2013) และ Xu et al. (2020) รวมทั้งผลการวิจัยในประเทศไทยของ วรณีย์ เตโชโยธิน และ ชุตินณพน์ เจริญกิจจาทร (2020) ที่พบว่า การทำการเกษตรด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากกว่าการทำการเกษตรด้วยวิธีเกษตรเคมี

ในระยะยาวกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ต้องวางแผนลดและควบคุมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่เพื่อให้สร้างความสามารถในการแข่งขันและกำไรอย่างยั่งยืน และเมื่อทำการเปรียบเทียบตัวเลขแต่ละรายการของต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรผันแปรต่อตัวเลขต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรผันแปรรวมของพื้นที่ 1 ไร่ ดังปรากฏในตารางที่ 1 ผลการวิจัยยังพบว่าในระยะสั้น กลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีเกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ต้องวางแผนการลดและควบคุมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรผันแปร ในรายการ 1) ค่าเมล็ดพันธุ์ และ 2) ค่าปุ๋ยและสารที่ใช้ป้องกัน/กำจัด/ปราบ แมลง ศัตรูพืช โดยวิเคราะห์ในแต่ละขั้นตอนของการปลูกผัก ตามคำแนะนำเรื่อง การลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มในการผลิตพืช ของ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559) เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการปลูกผักต่อไป ดังตัวอย่างเช่น 1) ค่าเมล็ดพันธุ์มีจำนวนสูงเป็นเพราะในขั้นตอนการปลูกเกษตรกรได้ใช้เมล็ดพันธุ์มาก หรือปลูกถี่เกินไป หรือปลูกห่างเกินไปหรือไม่ เพราะผลจากการกระทำดังกล่าวทำให้มีต้นผักขึ้นหนาแน่นในปริมาณมาก เป็นโรคง่าย ทำให้ต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช เพิ่มค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาและเกิดผลผลิตต่ำ และ 2) ค่าปุ๋ยและสารที่ใช้ป้องกัน/กำจัด/ปราบ แมลง ศัตรูพืชมีจำนวนสูงเป็นเพราะในขั้นตอนการให้ปุ๋ยเกษตรกรใส่มากเกินไป ผิดสูตรและผิดเวลาหรือไม่ เพราะผลจากการกระทำดังกล่าวทำให้ผักโตช้า ไม่แข็งแรง หรืออวบเกินไป ศัตรูพืชทำลายมาก ทำให้เพิ่มค่าใช้จ่ายในการป้องกันกำจัดโรค แมลง และ ค่าปุ๋ยมากขึ้น และในขั้นตอนการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชนั้นได้วินิจฉัยศัตรูพืชผิดหรือใช้วิธีการป้องกันกำจัด ผูกต้องหรือไม่เพราะถ้าวินิจฉัยผิดจะส่งผลให้ศัตรูพืชระบาดมาก กำจัดไม่ได้ผล ต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการป้องกันกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น ซึ่งงานวิจัยในอดีตได้แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ของตัวเกษตรกรและความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์ (Janjhua, et al., 2018; Patel, 2017; Shams et al., 2017) เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้การทำเกษตรประสบความสำเร็จ

7. ข้อจำกัดของงานวิจัย

ผลผลิตทางการเกษตรจะผลิตได้เป็นปริมาณที่มากหรือปริมาณน้อยเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของเกษตรกรแต่ละราย เพราะปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายชนิด ดังเช่น ชนิดของผัก ความสามารถของตัวเกษตรกร ภัยธรรมชาติ น้ำแล้ง น้ำท่วม ฝูงแมลงศัตรูพืช ความแปรปรวนของภูมิอากาศ ความเสื่อมของดิน และภาวะโลกร้อน ด้วยเหตุนี้ทำให้รอบการปลูกพืชผักของเกษตรกรแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันส่งผลทำให้เกษตรกรได้รับปริมาณผลผลิตแตกต่างและรายได้จากการขายไม่เท่ากัน นอกจากนี้การทำเกษตรที่ปลูกผักนั้นไม่สามารถพยากรณ์ผลตอบแทนรายปีอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการระยะยาว หรือ วิเคราะห์ความไวของโครงการได้ เพราะในแต่ละปีเกษตรกรต้องหมุนเวียนเปลี่ยนนำผักชนิดใหม่มาปลูกแทนชนิดเดิมเพื่อไม่ให้เกิดความเสื่อมของดินและความซ้ำซากของพื้นที่ปลูก ดังนั้นการคำนวณหา

ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของผักแต่ละชนิดจึงทำได้เพียงปีต่อปีเท่านั้นไม่สามารถพยากรณ์และประเมินมูลค่าของโครงการลงทุนระยะยาวที่คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันสุทธิได้

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) กลุ่มเกษตรกรสามารถนำการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้จากการขายและจุดคุ้มทุนไปใช้เป็นต้นแบบการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในครั้งต่อไปได้

2) กลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักด้วยวิธีปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์สามารถนำข้อมูลของการวิเคราะห์แบบย่อส่วนตามแนวคิดของการปลูกผักไปใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนให้ดีขึ้นด้วยการลดและควบคุมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรผันแปรในส่วนของค่าเมล็ดพันธุ์ และค่าใช้จ่ายในการป้องกัน กำจัด แมลงและศัตรูพืช อีกทั้งยังใช้ประกอบการวางแผนเพื่อลดและควบคุมต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรคงที่ในระยะยาว

3) กลุ่มเกษตรกรสามารถนำข้อมูลจุดคุ้มทุนไปต่อรองและหรือกำหนดราคาขายที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มรายได้จากการขาย และความสามารถในการทำกำไรได้

4) อาจารย์ผู้สอนและผู้ทำบัญชีด้านบัญชีบริหารและบัญชีต้นทุนสามารถนำข้อมูลของงานวิจัยนี้มาขยายองค์ความรู้ของการวางแผนกำไร บริหารต้นทุนและ การกำหนดราคาขายจากภาคอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการที่คุ้นเคยมาสู่ภาคเกษตรกรรมได้

8.2 ข้อเสนอแนะการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไร และจุดคุ้มทุนของการทำการเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ ระหว่างประเทศไทย กับ ต่างประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันเพื่อค้นหาความเหมือนและหรือความแตกต่าง

2) ควรศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไร และจุดคุ้มทุนของการทำการเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ ของพืช ผัก หรือ ผลไม้ ประเภทอื่นเพื่อค้นหาความเหมือนและหรือความแตกต่าง

3) ควรทำการศึกษาเชิงทดลองซ้ำกับกลุ่มเกษตรกรรายเดียวกันหรือกลุ่มเกษตรกรอื่นในพื้นที่เดียวกันเพื่อเปรียบเทียบปริมาณผลผลิต ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไรและจุดคุ้มทุนให้ได้ตัวเลขที่ชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากเกิดข้อจำกัดงานวิจัยที่กล่าวไว้ข้างต้น

9. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). ๙ หลักวิชาการ เพื่อลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มในการผลิตพืช สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ ๘ กรมวิชาการเกษตร. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2563, จาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/15617/1>

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2563). การจัดการความรู้ เทคโนโลยีการใช้อยู่ชีวภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตพืชในเขตภาคกลางและภาคตะวันตก สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขต 5 กรมวิชาการเกษตร. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.doa.go.th/share/showthread.php?tid=24441>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). มาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 9000-2564 สำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2563, จาก <https://tas2go.acfs.go.th>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2560). ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เลขที่ 387 พ.ศ. 2560 เรื่องอาหารที่มีพิษตกค้าง. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2563, จาก <https://dl.parliament.go.th>
- ขวัญชนก ท่านนิมิตกุลชัย, นุชจรินทร์ โลหะปาน และ สายนที วงศ์คำดี. (2561). แนวทางการบริหารบัญชีเกษตรอินทรีย์สู่ความสำเร็จ กรณีศึกษา สวนจาร์วรรณ. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 5(2), 33-45.
- นิตยา โพธิ์ศรีจันทร์ และ ศิริวรรณ เพชรไพร. (2565). ผลกระทบของการประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารเชิงรุกที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 9(1), 19-30.
- วรรณิ เตโชโยธิน และ ชุตินณพนธ์ เจริญกิจจาธร. (2563). การศึกษาผลตอบแทนทางเศรษฐกิจเชิงเปรียบเทียบของการเพาะปลูกข้าวแบบเกษตรอินทรีย์และเกษตรดั้งเดิมโดยใช้วิธีต้นทุนวงจรอายุ. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 16 (51), 23-39.
- สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย. (2538). *ศัพท์บัญชี*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พี.เอ.ลิฟวิง จำกัด.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). *วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Aslam, W., & Hong, C. (2018). Comparative Profitability Analysis of Conventional and Organic Vegetable Farming in Khyber Pakhtunkhwa and Azad Jammu Kahsmir, Pakistan. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 9 (8), 46-51.
- Choy, A. E., Ahmad, H., & Manaf, A. A. (2021). Comparative cost benefit analysis of conventional farming and agroecological farming for paddy cultivation in Bachok, Kelantan. *International Journal of Environmental Science and Development*, 12 (6), 181-187.
- Cooper, J., & Dobson, H. (2007). The benefits of pesticides to mankind and the environment. *Crop Protection*, 26, 1337-1348.
- Gibbon, P., & Bolwig, S. (2007). *The economics of certified organic farming in tropical Africa: a preliminary assessment*. Danish Institute of International Studies (Working Paper 3, January 2007), Copenhagen, Denmark.
- Hedlund, J., Longo, S., & York, R. (2019). Agriculture, pesticide use, and economic development: global examination (1990-2014). *Rural Social*, 85, 519-544.
- Janjhua, Y., Chaudhary, R., Deopa, V., & Kumar, K. (2018). A study on perceived problems and farmers' attitude towards organic farming. *International Journal of Farm Sciences*, 8, 1-4.

- Jintana, K., & Fujimoto, A. (2009). *Sustainability assessment of organic vegetable cultivation in Chiang Mai, Thailand*. Tokyo. Tokyo University of Agriculture.
- Khoy, R., Nanseki, T., & Chomei, Y. (2017). Farmers' perceptions of organic rice farming in Cambodia: opportunities and challenges. *International Journal of Humanities and Social Science*, 7, 92–103.
- Lapple, D., & Kelly, H. (2010). Understanding farmers' uptake of organic farming: an application of the theory of planned behavior. *Proceeding of the 84th Annual Conference of the Agricultural Economics Society, Edinburgh*, 29.
- Lepcha, N., Mankeb, P., & Suwanmaneepong, S. (2021). Productivity and profitability of organic and conventional potato (*Solanum tuberosum* L.) production in West-Central Bhutan. *Open Agriculture*, 6, 640-654.
- Mugivhisa, L.L., Olowoyo, J. O., & Mzimba, D. (2017). Perceptions on organic farming and selected organic fertilizers by subsistence farmers in Ga-Rankuwa, Pretoria, South Africa. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 9 (1), 85–91.
- Ndungu, S. K., Macharia, I. M., Kahuthia-Gathu, R., & Wahome, R. G. (2013). Impact of Organic Vegetable Production System in Kiambu and Kajiado Counties of Kenya. *Journal of Environmental Science and Engineering A*, 2, 256-266.
- Ngowi, A.V.F., Mbise, T.J., Ijani, A.S.M., London, L., & Ajayi, O.C. (2007). Smallholder vegetable farmer in Northern Tanzania: Pesticides use practices, perceptions, cost and health effects. *Crop Protection*, 26, 1617-1624.
- Oyedele, G.T., Wole-Alo, F.I., Owolabi, K.E., & Okunlola, J.O. (2018). Small-scale farmers perception on organic farming status in Ondo State, Nigeria. *American Journal of Agriculture and Forestry*, 6, 186–190.
- Paneerselvam, P., Halberg, N., Vaarst, M., & Hermansen, J. E. (2012). Indian farmers' experience with and perceptions of organic farming. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 27, 157–169.
- Panseri, S., Chiesa, L., & Ghisleni, G. (2019). Persistent organic pollutants in fish: biomonitoring cocktail effect with implications for food safety. *Food Addit Contam A*, 36, 601-611.
- Patel, C.D. (2017). *Awareness and attitude of organic farming followers of South Gujarat*. Unpublished Master Thesis, Navsari Agricultural University, Extension Education Dept., N. M. College of Agriculture.
- Pedersen, A.B., & Nielsen, HØ. (2017). Effectiveness of pesticide policies: experiences from Danish pesticide regulation 1986-2015. In M. Coll & E. Wajnberg (Eds). *Environmental Pest Management*, pp. (297-324). Chichester, UK: John Wiley & Sons, Ltd.

- Pietrzak, D., Kania, J., Malina, G., Kmiecik, E., & Wator, K. (2019). Pesticides from the EU First Second Watch Lists in the Water Environment. *CLEAN Soil Air Water: A Journal of Sustainability and Environmental Safety*, 47 (7), 1800376.1-1800376.13, [https://doi.org/ 10.1002/clen.201800376](https://doi.org/10.1002/clen.201800376).
- Sánchez-Bayo., F., & Wyckhuys, K.A.G. (2019). Worldwide decline of the entomofauna: a review of its drivers, *Biological Conservation*, 232, 8-27.
- Shams, A., Hooshmandan, Z., & Fard, M. (2017). Factors affecting wheat farmers' attitudes toward organic farming. *Polish Journal of Environmental Studies*, 26, 2207–2214.
- Surekha, K.K., Rao, V., & Viraktamath, B.C. (2011). Organic farming: A success story from “Enabavi Village” in Andhra Pradesh. *Organic Farming Newsletter*, 7, 7–9.
- Xu, Q., Hu, K., Zhang, H., Han, H., & Li, J. (2020). Organic Vegetable Cultivation Reduces Resource and Environmental Costs While Increasing Farmers' Income in the North China Plain. *Agronomy*, 10, 361; doi: 10.3390/agronomy10030361.

การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมและความตั้งใจซื้อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ของผู้บริโภค

CONJOINT ANALYSIS AND CONSUMERS' PURCHASE INTENTIONS FOR ORGANIC RICE CAKES

ศรโสภณ พิมพะสาไล¹ และ เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล^{2*}

Sornsophon Pimpasalee¹ and Premrudee Jitkuekul^{2*}

(Received: January 9, 2023; Revised: April 19, 2023; Accepted: June 10, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม และศึกษาความตั้งใจซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบของผู้บริโภคเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบให้เป็นที่ต้องการ สามารถดึงดูดใจ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคชาวแปรรูปในประเทศไทย จำนวน 400 ราย ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อระดับคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะด้านตราสินค้า และด้านรูปแบบดึงดูดมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านที่ป้องกันการงอก ด้านสโลแกนเพื่อสุขภาพ ด้านความหวานปกติ และด้านบรรจุภัณฑ์รูปแบบถุงซิปล็อค และจากการทดสอบความแตกต่างพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันในเรื่องความตั้งใจซื้อสินค้าข้าวอบกรอบ ซึ่งเพศชายมีความเป็นไปได้ที่จะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบมากกว่าเพศหญิง โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและพัฒนาคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบให้โดดเด่นเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้มากขึ้น

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม ข้าวอบกรอบ คุณลักษณะสินค้า ความตั้งใจซื้อ

¹ นิสิตปริญญาโท คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Graduate student, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Assistant Professor, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University

* Corresponding author, E-mail: premrudee.ch@ku.th

Abstract

The objective of this research was to study the characteristics of processed organic rice cakes using conjoint analysis and examine consumers' purchase intentions. The aim was to provide guidelines for developing desirable features of processed organic rice cakes that can attract and satisfy consumers. The data was collected through questionnaires from 400 consumers of processed rice in Thailand. The analysis of the conjoint components revealed that consumers were satisfied with brand attractiveness, the inclusion of roasted cereal toppings, healthy slogans, normal sweetness levels, and packaging in zip-lock bags for organic rice cakes. However, there were gender differences in purchasing behavior, with men being more likely to buy the product than women, and this difference was statistically significant at a 0.05 level. The research data may be utilized to establish marketing strategies to effectively compete with rivals, fulfil consumer expectations, and improve overall product satisfaction. It can also help businesses differentiate their products and increase their competitiveness by catering to consumer preferences.

Keywords: Conjoint Analysis, Rice Cakes, Product Feature, Purchase Intentions

1. บทนำ

ข้าว เป็นธัญญาหารหลักประจำชาติไทยมายาวนานที่มีตำนานและประวัติศาสตร์อย่างเด่นชัด โดยปรากฏเป็นร่องรอยพร้อมกับอารยธรรมไทยมาไม่น้อยกว่า 5,500 ปี (สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2565) ในอดีตคนไทยมีวิถีชีวิตทำไร่ทำนาและมีการดำรงชีวิตโดยอาศัยการบริโภคข้าวเป็นหลัก เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ส่วนหนึ่งจะใช้บริโภคภายในครัวเรือนและทยอยแบ่งสีที่โรงสี จึงทำให้เกิดเป็นอาชีพเกษตรกรปลูกข้าวขายขึ้นมาได้จนถึงปัจจุบัน (สำนักงานพัฒนาการวิจัยเกษตร, 2563)

การส่งออกข้าวไทยในปี 2564 มีการส่งออกปริมาณรวม 6.11 ล้านตัน มูลค่า 107,757 ล้านบาท และในปี 2563 ส่งออกข้าวทั้งสิ้น 5.72 ล้านตัน โดยมีมูลค่า 116,043 ล้านบาท การส่งออกในปี 2564 มากกว่าปี 2563 โดยเพิ่มขึ้น 6.70% แต่กลับมีมูลค่าลดลง 7.10% (กรมการค้าต่างประเทศ, 2564) สาเหตุหลักเกิดจากเงินบาทแข็งค่าสูงสุดในรอบ 7 ปี (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) ส่งผลให้ราคาข้าวไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่ง เช่น เวียดนาม และอินเดีย ทำให้ประเทศผู้นำเข้ายอมเลือกข้าวที่มีราคาถูกกว่าประเทศไทย เพื่อลดต้นทุนการซื้อให้ลดลง เมื่อประเทศไทยส่งออกข้าวไปยังต่างประเทศลดลง จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ข้าวในประเทศล้นตลาดและในทางกลับกันราคาข้าวในประเทศกลับมีราคาตกต่ำ (ฐานเศรษฐกิจ, 2563) เหตุนี้จึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาข้าวในจังหวัดนครพนมเช่นเดียวกัน

จากการที่เงินบาทแข็งค่าส่งผลให้ราคาข้าวในประเทศตกต่ำ ส่งผลกระทบต่อเกษตรกร ผู้ปลูกข้าวอีกทั้งประกอบกับราคาปุ๋ยมีการขยับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการปลูกข้าวมีราคาที่แพงขึ้นตามแต่เกษตรกรยังคงขายข้าวได้ในราคาเท่าเดิม เกษตรกรจึงแก้ปัญหาโดยใช้วิธีการสีข้าวเปลือกมาจำหน่ายเอง แต่วิธีนี้เกษตรกรจะกำหนดราคาขายเองไม่ได้เท่าที่ควรเนื่องจากข้าวสารมีราคาตลาดที่โรงสีได้กำหนดไว้แล้ว เกษตรกรหลายคนจึงเลือกวิธีการแปรรูปข้าวสารให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ให้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถกำหนดราคาขายได้ ตามความเหมาะสม

ดังเช่นเกษตรกรในจังหวัดนครพนมได้นำผลผลิตข้าวที่มีคุณภาพ ไม่ใช่สารเคมีปลูกแบบเกษตรอินทรีย์มาแปรรูปเป็นข้าวอบกรอบ

แต่เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวอบกรอบมากมายหลายแบรนด์ที่เป็นคู่แข่งกันเข้ามา ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาด มีทั้งแบรนด์ระดับประเทศ ได้แก่ โดโซะ, ซันโบท์ส, ซินมัย (Brand Buffet, 2563) และแบรนด์อื่น ๆ ได้แก่ ข้าวอบกรอบสยาม ข้าวอบกรอบ Lum Lum และข้าวอบกรอบ teraya ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูป บ้านแพงใต้ จึงได้นำความรู้เรื่องคุณลักษณะของสินค้า ความตั้งใจซื้อ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องและเหมาะสม เพื่อสร้างยอดขายให้ได้มากที่สุด การศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค (Demirtas et al., 2009) จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นในการสร้างองค์ประกอบสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยต้องสร้างผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ดึงดูดผู้บริโภค และเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์โดยการใช้เทคนิค Conjoint Analysis

ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาในเรื่องคุณลักษณะของสินค้า ความตั้งใจซื้อ และการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมที่มีผลต่อการซื้อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมพัฒนาคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบให้โดดเด่นเป็นที่ต้องการ สามารถดึงดูดและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างคุณภาพและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อยและเกษตรกรของจังหวัดนครพนมในระยะยาว

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาความตั้งใจซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบของผู้บริโภค และความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) คือเทคนิคทางสถิติที่สามารถวิเคราะห์กลุ่มคุณลักษณะของสินค้าที่มีการส่งผลต่อผู้บริโภคในด้านพฤติกรรม ทำให้สามารถทราบถึงคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะที่มีการส่งผลต่อผู้บริโภคในด้านพฤติกรรมอย่างแม่นยำ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้าเดิมให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค (Lancaster, 1971) Conjoint เป็นแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎี อุปสงค์ ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคได้รับรรถประโยชน์หรือเกิดความพึงพอใจจากการบริโภคสินค้านั้น ไม่ได้เกิดจากสินค้าโดยตรง แต่เกิดจากความพึงพอใจและได้รับรรถประโยชน์จากคุณลักษณะต่าง ๆ ของสินค้า โดยการพิจารณาข้อมูลดังกล่าวจะมีสมมติฐานว่าสินค้าประเภทใดก็ตามที่ประกอบด้วยคุณลักษณะที่หลากหลาย ซึ่งทำให้การสร้าง ความพึงพอใจของผู้บริโภค เกิดจากคุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ (Fagerström et al., 2020) กล่าวว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมใช้ในการหาว่าคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าชอบหรือพึงพอใจแต่ละลักษณะเข้าด้วยกัน โดยการเลือกระหว่างระดับของแต่ละคุณลักษณะ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณลักษณะอื่น ๆ ดังนั้น ผู้บริหารในระดับสูงมักจะรวบรวมทฤษฎีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมมาเป็นเทคนิคในการตัดสินใจต่อวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อสถานการณ์ทางการตลาด (Priem, 1992)

การพัฒนาการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมและการปรับใช้ในด้านการตลาด การวิจัยในทางธุรกิจนั้น เกิดจากความรู้อย่างหลากหลายทั้งจิตวิทยา สถิติ การวิจัย และเศรษฐศาสตร์ ซึ่งได้ผ่านการคัดกรองและสังเคราะห์จากผู้ที่มีประสบการณ์ทั้งนักวิชาการ นักการตลาด ผู้ประกอบการ และนักพัฒนาซอฟต์แวร์ (DeSarbo & DeSarbo, 2001) จนกลายมาเป็นขั้นตอนในการทำการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมในปัจจุบัน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมมีขั้นตอนในการศึกษาอยู่ 6 ขั้นตอน (ภาคภูมิ พิษณุหาญณรงค์ และ อภิชาติ ตะลุมเพทย์, 2559) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของสินค้าให้มีความเหมาะสมสอดคล้องและต้องครอบคลุมกับทุกลักษณะของสินค้า ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแบบจำลองระดับคุณลักษณะ เพื่อให้ได้คุณลักษณะต่าง ๆ ที่ไม่เหมือนกัน โดยแบบจำลองคุณลักษณะของสินค้านั้นต้องมีความเป็นไปได้และสามารถทำได้จริง จากนั้นต้องนำคุณลักษณะของสินค้ามาคูณกับระดับคุณลักษณะให้ครบถ้วนในแต่ละลักษณะและสามารถลดจำนวนคุณลักษณะลงมาได้ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติด้วยการทำ Orthogonal Design เพื่อให้ได้จำนวนชุดคุณลักษณะที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการทำแบบสอบถาม (สิริรัฐญา อุบลี และคณะ, 2561)

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างรูปแบบการนำเสนอชุดคุณลักษณะของสินค้า ศุภัสร์รัตน์ อินทิลลา (2558) ได้แบ่งรูปแบบการเสนอชุดคุณลักษณะของสินค้าไว้ 2 แบบ คือ 1) รูปแบบ Pairwise Trade-off design หรือ Two Factor Evaluations เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างได้เปรียบเทียบคุณลักษณะของทั้ง 2 คุณลักษณะและให้ครบทุกชุด 2) รูปแบบ Full Profile Design หรือ Multiple Factor Evaluations เป็นวิธีที่ให้กลุ่มตัวอย่างเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการให้คะแนนความพึงพอใจต่อชุดคุณลักษณะของสินค้าในบัตรรายการ (Index Card) ของแต่ละใบ

ขั้นตอนที่ 4 วิธีการเก็บข้อมูลโดยการวัดความพึงพอใจ สามารถวัดระดับความพึงพอใจได้ 2 วิธีดังนี้ 1) วิธีการให้คะแนนความพึงพอใจ (Rating) โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจ 1-10 หรือ 1-100 เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจแบบ Metric 2) วิธีการเรียงลำดับความสำคัญ (Ranking) วิธีการนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถระบุลำดับความพึงพอใจที่มีต่อชุดคุณลักษณะในแต่ละบัตรรายการได้

ขั้นตอนที่ 5 การเลือกแบบจำลองของความพึงพอใจให้สอดคล้องกับการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมี 3 รูปแบบ คือ แบบเส้นตรง (Linear Model) แบบจุดในอุดมคติ (Ideal Point Model) และแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete Model)

ขั้นตอนที่ 6 การเลือกวิธีการประมาณความพึงพอใจของระดับคุณลักษณะ การวัดความพึงพอใจแบบ Metric ซึ่งจะใช้วิธี Ordinary Least Squares (OLS) การวัดความพึงพอใจแบบ Non-Metric จะใช้วิธี MONANOVA หรือ LINMAP และการวัดความพึงพอใจแบบ Choice-probability จะใช้วิธีวิเคราะห์เชิงถดถอย Logit and Probit Model เพื่อประมาณค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของสินค้า

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ

ความตั้งใจซื้อ คือผู้บริโภคมีความยินดีที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ ความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคคือขั้นตอนท้ายสุดของการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Athapaththu & Kulathunga, 2018)

สิ่งสำคัญในการวัดความตั้งใจ (Ajzen & Fishbein, 1980) คือความสอดคล้องกันระหว่างความตั้งใจซื้อกับพฤติกรรมต่าง ๆ การคาดการณ์จากพฤติกรรมและความตั้งใจ ซึ่งต้องมั่นใจว่าพฤติกรรมและความตั้งใจมีความสอดคล้องกัน ทั้งในเรื่องของการกระทำเป้าหมาย บริบท และเวลา โดยจะทำให้การคาดการณ์มีความเป็นไปได้สูง ความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค สามารถแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ความตั้งใจ (Intention) หมายถึง ความเป็นไปได้ในการเลือกซื้อสินค้าในอนาคตเมื่อผู้บริโภคเกิดความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าจะทำการศึกษาหาข้อมูลสินค้าหรือสอบถามจากผู้ที่มีประสบการณ์จากการเคยใช้สินค้า

2. ความพยายาม (Try) หมายถึง ความเป็นไปได้ในการเลือกซื้อสินค้าในอนาคต เมื่อผู้บริโภคเกิดความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าจะมีความพยายามในการเปรียบเทียบราคาสินค้าของแต่ละยี่ห้อ ศึกษาข้อมูลโปรโมชั่นและหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้า

3. การวางแผน (Plan) หมายถึง ความเป็นไปได้ในการเลือกซื้อสินค้าในอนาคต เมื่อผู้บริโภคเกิดความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าจะหาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้า วิธีการจัดส่งสินค้า และรูปแบบการชำระเงิน

Blackwell et al., (2001) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคสามารถแบ่งได้ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) การตั้งใจซื้อ ความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งอาจจะซื้อหรือไม่ซื้อก็ได้ 2) การตั้งใจซื้อซ้ำ ผู้บริโภคมีเลือกซื้อสินค้าประเภทเดียวกันจากตราสินค้าเดิมที่เคยซื้อ 3) การตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต ผู้บริโภคจะมีการวางแผนในการเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ จากตราสินค้านั้นในอนาคต 4) การตั้งใจในการใช้จ่ายเพื่อซื้อ ผู้บริโภคยินดีในการซื้อสินค้าต่าง ๆ โดยการตั้งใจ 5) การตั้งใจซื้อเพื่อการบริโภค การตั้งใจของผู้บริโภคได้รับการยอมรับและมีส่วนร่วมในการซื้อสินค้าต่าง ๆ เพื่อบริโภคสินค้าจากตราสินค้านั้น ๆ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือเคยรับประทานข้าวแปรรูปในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ที่กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้ต้องไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม จึงเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ชุด โดยในการศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะในการสร้างแบบสอบถามงานวิจัยนี้จึงทำการเก็บข้อมูลจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบรวมและความตั้งใจซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบของผู้บริโภค คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกได้ 6 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นคำถามลักษณะนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ การประกอบอาชีพ และสถานภาพ คำถามมาตราวัดอันดับ (Ordinal Scale) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และคำถามแบบปลายเปิดจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ จำนวนสมาชิกในบ้าน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบรวม ดังนั้น เพื่อให้สามารถเลือกคุณลักษณะที่เหมาะสมและตรงประเด็นในการตัดสินใจหรือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

ขั้นที่ 1 สรรวจคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลคุณลักษณะซึ่งเป็นปัจจัยที่เหมาะสมและตรงประเด็นต่อการสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภค

ที่ใช้ในการศึกษา โดยทำแบบสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคข้าวสารแปรรูปจำนวน 40 คน ข้อมูลคุณลักษณะที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า แสดงดังตารางที่ 1

ขั้นที่ 2 คัดเลือกคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ จากข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือกว่าเป็นคุณลักษณะที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า 5 อันดับ ได้แก่ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ (ถุงซีปล็อค และกระปุก), สโลแกน (เพื่อสุขภาพ และเพื่อความอร่อย), โรยหน้า (ธัญพืช หมูหยอง และช็อคโกแลต), ความหวาน (หวานน้อย หวานปกติ และไม่หวาน) และตราสินค้า (ดิงคูด และเข้าถึงง่าย) แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ

ชุด	คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ		
1	บรรจุภัณฑ์	 ถุงซีปล็อค	 กระปุก	
2	สโลแกน	สุขภาพดี ชีวิตสดใส เพื่อสุขภาพ	แซบซัวร์ นัวทุกชิ้น เพื่อความอร่อย	
3	ท็อปปิ้ง	 ธัญพืช	 หมูหยอง	 ช็อคโกแลต
4	ความหวานของข้าว	หวานน้อย	หวานปกติ	ไม่หวาน
5	ตราสินค้า	 แบบดิงคูด	 แบบเข้าถึงง่าย	

ขั้นที่ 3 สร้างกลุ่มคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ จากปัจจัยที่ถูกคัดเลือกมา 5 ประการ โดยการนำระดับของคุณลักษณะทั้งหมด มาจับกลุ่มสร้างแบบจำลองข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบในรูปแบบต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป โดยสามารถสร้างชุดคุณลักษณะทั้งหมดได้จากการคูณกันของจำนวนและระดับของคุณลักษณะแต่ละอย่างจนครบทุกลักษณะ ซึ่งในครั้งนี้ได้ทำการศึกษา 5 คุณลักษณะ และในแต่ละคุณลักษณะมี 2 และ 3 ระดับ ทำให้มีคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมด $2*2*3*3*2 = 72$ ชุด โดยสามารถลดจำนวนชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดด้วย

Orthogonal Design บนโปรแกรมทางสถิติ (สิริรัฐญา อุบลลี และคณะ, 2561) เพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนชุดของกลุ่มคุณลักษณะสินค้าที่เหมาะสมต่อการทำแบบสอบถามทั้งสิ้น 16 ชุด ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รายละเอียดการจับกลุ่มชุดคุณลักษณะข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ

ชุด	บรรจุภัณฑ์	สโตนแกน	ท็อปปิ้ง	ความหวาน	ตราสินค้า
1	กระปุก	เพื่อความอร่อย	รสช็อคโกแลต	ไม่หวาน	ดิงดูด
2	ถุงซีป्लीอค	เพื่อความอร่อย	ธัญพืช	หวานน้อย	เข้าถึงง่าย
3	ถุงซีป्लीอค	เพื่อสุขภาพ	รสช็อคโกแลต	หวานน้อย	เข้าถึงง่าย
4	ถุงซีป्लीอค	เพื่อความอร่อย	รสช็อคโกแลต	หวานปกติ	ดิงดูด
5	กระปุก	เพื่อสุขภาพ	ธัญพืช	หวานปกติ	ดิงดูด
6	กระปุก	เพื่อความอร่อย	ธัญพืช	หวานปกติ	เข้าถึงง่าย
7	กระปุก	เพื่อสุขภาพ	รสช็อคโกแลต	หวานน้อย	เข้าถึงง่าย
8	ถุงซีป्लीอค	เพื่อความอร่อย	ธัญพืช	ไม่หวาน	เข้าถึงง่าย
9	กระปุก	เพื่อความอร่อย	หมูหยอง	หวานน้อย	ดิงดูด
10	กระปุก	เพื่อความอร่อย	ธัญพืช	หวานน้อย	เข้าถึงง่าย
11	ถุงซีป्लीอค	เพื่อสุขภาพ	หมูหยอง	หวานปกติ	เข้าถึงง่าย
12	ถุงซีป्लीอค	เพื่อสุขภาพ	ธัญพืช	หวานน้อย	ดิงดูด
13	ถุงซีป्लीอค	เพื่อสุขภาพ	ธัญพืช	ไม่หวาน	ดิงดูด
14	กระปุก	เพื่อสุขภาพ	ธัญพืช	หวานน้อย	ดิงดูด
15	กระปุก	เพื่อสุขภาพ	หมูหยอง	ไม่หวาน	เข้าถึงง่าย
16	ถุงซีป्लीอค	เพื่อความอร่อย	หมูหยอง	หวานน้อย	ดิงดูด

ขั้นที่ 4 สร้างแบบสอบถามคุณลักษณะข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ จากกลุ่มคุณลักษณะข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ที่ถูกคัดเลือกมา 16 ชุด โดยนำข้อมูลในแต่ละกลุ่มคุณลักษณะมาสร้างบัตรรายการ (Index Card) ทั้ง 16 ใบ อันประกอบไปด้วย รูปภาพแสดงลักษณะและคำอธิบายลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ในแต่ละกลุ่มคุณลักษณะ ตามตารางที่ 2 เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อทดสอบความพึงพอใจในแต่ละบัตรรายการ โดยการวัดความพึงพอใจ เป็นมาตรวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีการให้คะแนนระดับความพึงพอใจ 1-10 โดยกำหนดให้ 1 คะแนน = พึงพอใจน้อยที่สุด 10 คะแนน = พึงพอใจมากที่สุด จำนวน 16 ข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและไม่มีการเปรียบเทียบการให้คะแนนกันในแต่ละกลุ่มคุณลักษณะ

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาโดยอาศัยแหล่งข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ด้วยตนเอง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้รวบรวมจากตำรา เอกสารเผยแพร่ออนไลน์ วารสาร วารสารสหเวชศาสตร์การแพทย์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลอ้างอิง ให้การศึกษาในครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่อบรรยายและสรุปลักษณะของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง และสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) หรือสถิติอนุมานใช้เพื่อนำผลสรุปที่คำนวณได้จากการเก็บข้อมูล ไปอธิบายหรือสรุปลักษณะของประชากรทั้งหมด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลส่วนประสมทาง การตลาด ความตั้งใจซื้อ โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) จากนั้นทำการแปลความหมายของค่าที่คำนวณได้

2) สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เพื่อให้ได้ผลในรูปแบบค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะต่าง ๆ รวมถึงตารางเปรียบเทียบระดับความสำคัญของคุณลักษณะ

5. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำให้ทราบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนผู้ตอบสอบถามมากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ลักษณะที่มากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	หญิง	279	69.06
อายุ	21-30 ปี	312	77.20
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	347	85.90
การประกอบอาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	215	53.20
สถานภาพสมรส	โสด	307	76.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15,001 – 25,000 บาท	228	56.40
จำนวนสมาชิกในบ้าน	4 คน	137	33.90

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจาก 400 ราย ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 279 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.06 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 312 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 347 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.90 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 215 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.20 สถานภาพโสด จำนวน 307 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 228 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.40 และมีจำนวนสมาชิกในบ้าน จำนวน 4 คน จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.90

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ

ผลการวิเคราะห์แสดงถึงค่าความพึงพอใจที่มีต่อระดับคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ ซึ่งประกอบด้วย ทรานส์ไขมัน (ดีดุด และเข้าถึงง่าย), ท็อปปิ้ง (ธัญพืช หมูหยอง และชีสค็อกแลต), สโลแกน (เพื่อสุขภาพ และเพื่อความอร่อย), ความหวาน (หวานน้อย หวานปกติ และไม่หวาน), ลักษณะบรรจุภัณฑ์ (ถุงซีปล็อค และกระปุก) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าความพึงพอใจที่มีต่อระดับคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ		ค่าความพึงพอใจ
บรรจุภัณฑ์	ถุงซีปล็อค		0.024
	กระปุก		-0.024
สโลแกน	เพื่อสุขภาพ	สุขภาพดี ชีวิตสดใส	0.068
	เพื่อความอร่อย	แซบซัวร์ นัวทุกชิ้น	-0.068
ท็อปปิ้ง	ธัญพืช		0.237
	หมูหยอง		-0.151

ตารางที่ 5 (ต่อ)

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ		ค่าความพึงพอใจ
ความหวาน	ช็อคโกแลต		-0.086
	ระดับความหวาน	หวานน้อย	0.003
		หวานปกติ	.039
		ไม่หวาน	-0.041
ตราสินค้า	แบบดั้งเดิม		.207
	แบบเข้าถึงง่าย		-0.207
	ค่าคงที่		7.578

การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อระดับคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบของกลุ่มตัวอย่าง จึงได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 5 ผลของค่าความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ ทำให้สามารถสร้างแบบจำลองความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ซึ่งเป็นแบบจำลองอรรถประโยชน์สูงสุดได้ดังสมการต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อรรถประโยชน์สูงสุด} &= 7.578 + 0.024 (\text{ถุงซิปล็อค}) + 0.068 (\text{เพื่อสุขภาพ}) + 0.237 (\text{ธัญพืช}) \\ &+ 0.039 (\text{หวานปกติ}) + 0.207 (\text{แบบดั้งเดิม}) \end{aligned}$$

ค่าความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะด้านตราสินค้าแบบดั้งเดิม และคุณลักษณะด้านที่อับปางด้วยธัญพืชมากที่สุด พิจารณาจากค่าระดับความสำคัญ (Importance Value) ดังตารางที่ 6 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านตราสินค้าแบบดั้งเดิมและที่อับปางด้วยธัญพืชมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.89 และ ร้อยละ 36.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ระดับการให้สำคัญต่อคุณลักษณะจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ (ร้อยละ)
ตราสินค้า	38.89
ที่อบปิ้ง	36.43
สโลแกน	12.74
ความหวาน	7.41
บรรจุภัณฑ์	4.44

กล่าวได้ว่า ค่าความพึงพอใจที่มีต่อระดับคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ จากตารางที่ 5 และ 6 พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะด้านตราสินค้า รูปแบบดึงดูดมากที่สุด รองลงมาคือ ที่อบปิ้งธัญพืช สโลแกนเพื่อสุขภาพ ความหวานปกติ และบรรจุภัณฑ์รูปแบบถุงซิปล็อค ซึ่งสามารถสร้างภาพจำลองคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ภาพจำลองคุณลักษณะของข้าวอบกรอบที่สร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจซื้อต่อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ โดยมีรายละเอียดด้านความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และการแปลความหมาย ดังนี้

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจซื้อต่อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ

(n=400)

ความตั้งใจซื้อสินค้าข้าวอบกรอบ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ความหมาย
	5	4	3	2	1			
- ท่านมีความเป็นไปได้ที่จะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ	73 (18.25)	203 (50.75)	107 (26.75)	12 (3.00)	5 (1.25)	3.84	0.75	มาก
- ท่านจะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ	93 (23.25)	197 (49.25)	91 (22.75)	11 (2.75)	8 (2.00)	3.93	0.77	มาก
- ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือบอกต่อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ	81 (20.25)	147 (36.75)	114 (28.50)	45 (11.25)	13 (3.25)	3.60	1.03	มาก
รวม						3.79	0.85	มาก

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจซื้อต่อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจซื้อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ด้านรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.85) และเมื่อวิเคราะห์ความตั้งใจซื้อรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจจะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.77) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นไปได้ที่จะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.75) และกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือบอกต่อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจซื้อต่อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ จำแนกตามเพศ

ความตั้งใจซื้อสินค้าข้าวอบกรอบ	ชาย		หญิง		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
- ท่านมีความเป็นไปได้ที่จะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ	3.97	0.77	3.78	0.72	2.35	0.01*
- ท่านจะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ	3.86	0.85	3.95	0.72	-1.00	0.31
- ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือบอกต่อสินค้า ข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ	3.59	1.12	3.59	0.99	0.00	1.00
รวม	3.81	0.71	3.77	0.63	0.46	0.63

จากตารางที่ 8 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจซื้อต่อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน “ท่านมีความเป็นไปได้ที่จะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ” มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยของความเป็นไปได้มากกว่าเพศหญิง (เพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.97 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.78)

โดยในด้าน “ท่านจะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ” และด้าน “ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือบอกต่อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ” พบว่า ไม่มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยด้าน “ท่านจะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ” (เพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.86 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.95) และด้าน “ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือบอกต่อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ” (เพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.59 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.59)

6. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

6.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบรวม

ผลของการวิเคราะห์องค์ประกอบรวม พบว่าคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุดคือ คุณลักษณะด้านตราสินค้า และด้านรูปแบบดึงดูด มากที่สุด รองลงมาคือ คุณลักษณะด้านโรยหน้าธัญพืช ด้านสโลแกนเพื่อสุขภาพ ด้านความหวานปกติ และด้านบรรจุภัณฑ์รูปแบบถุงซิปล็อค ตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตราสินค้า สามารถส่งผลต่อความความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากตราสินค้า เป็นสิ่งที่บ่งบอกให้เห็นถึงคุณค่าของสินค้าและสามารถสร้างการจดจำและเกิดการยอมรับในสินค้าของผู้บริโภคได้ รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้านั้น การสื่อสารของตราสินค้าทั้ง 2 แบบ คือแบบดึงดูดและแบบเข้าถึงง่ายจะมีการสื่อสารที่แตกต่างกัน แบบดึงดูดจะใช้โทนสีแดง เด่นชัดมองเห็นได้ง่าย ตัวอักษรและสัญลักษณ์รูปข้าวมีความทันสมัย สามารถดึงดูดและสร้างความพึงพอใจมากกว่าตราสินค้าแบบเข้าถึงง่าย สาเหตุจากตราสินค้ารูปแบบเข้าถึงง่าย ทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ง่ายว่าตราสินค้าสื่อถึงอะไร แต่มีการออกแบบที่ไม่ทันสมัย ไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับ Moutaftsi and Kyratsis (2016) ที่พบว่า การออกแบบตราสินค้าที่มีความทันสมัย ตัวอักษรที่มีความโค้งมนจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้มากกว่าการออกแบบที่ล้าสมัย

หีบอบึ่ง เป็นอันดับที่สองที่สามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ โดยผู้บริโภคได้ให้ค่าความพึงพอใจของธัญพืชมากกว่ารสช็อคโกแลตและหมุยหอม เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคได้หันมาใส่ใจกับเรื่องสุขภาพที่มากขึ้น ประกอบกับธัญพืชเป็นอาหารสุขภาพอุดมไปด้วยเส้นใย วิตามิน ช่วยเพิ่มปริมาณไขมันดีให้แก่ร่างกาย ลดความเสี่ยงจากโรคหัวใจ และโรคเกี่ยวกับไขมันในเส้นเลือดต่าง ๆ อีกทั้งยังสามารถรับประทานเป็นอาหารว่างหรือรองท้องในระหว่างวันได้ สอดคล้องกับงานของ จิตราภา บุญญาสุนธิ์ (2558) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ธัญพืชหรือข้าวอินทรีย์ เพื่อให้ได้อาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และสอดคล้องกับ นิภาพร กุลณา และคณะ, (2564) ที่พบว่า ลูกค้าย่อยรับประทานธัญพืชอัดแท่งร้อยละ 95.80 ต้องการธัญพืชและผลไม้เป็นส่วนประกอบหลักในผลิตภัณฑ์

สโลแกน เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถสร้างการจดจำผลิตภัณฑ์ได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับ ชูดา วรรณธรรม และ เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล (2564) กล่าวว่า สโลแกนหรือคำขวัญสามารถสร้างการจดจำและนึกถึงผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้ สโลแกนมีบทบาททำให้กลุ่มเป้าหมาย ทราบตรรกะข้อดีและบอกลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีความรวดเร็วและเป็นที่ยอมรับได้ง่าย และจากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าสโลแกน เพื่อสุขภาพ สามารถสร้างความพึงพอใจได้มากกว่าสโลแกน เพื่อความอร่อย เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นข้าวแปรรูปที่มีลักษณะเด่นทางคุณค่าอาหารและเกี่ยวกับการให้โยชน์ในด้านของสุขภาพ

ความหวาน ที่ผู้บริโภคได้ให้คะแนนความพึงพอใจต่อความหวานปกติมากกว่าความหวานน้อยและไม่หวาน อาจเป็นเพราะความหวานปกติ เป็นรสชาติที่ผู้บริโภคคุ้นเคยมากที่สุดและเป็นรสชาติที่หวานพอดี ไม่หวานโดดเด่นเกินไปหรือหวานน้อยเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับ กนต์ภณ เจริญก่อเกียรติ (2563) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคมีความนิยมในการบริโภค

เครื่องดื่มธัญญาหารและข้าวที่มีโภชนาการสูงในระดับน้ำตาลปกติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้จะรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ แต่ก็ต้องการรสชาติที่ถูกลบปากด้วยเช่นกัน

บรรจุภัณฑ์ เป็นสิ่งแรกที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคหรือทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้า จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคพึงพอใจกับบรรจุภัณฑ์ถุงซิปล็อคมากที่สุด โดยถุงซิปล็อคสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ในด้านความทันสมัย ความสะดวกสบายในการใช้งานและความปลอดภัยจากการป้องกันสิ่งสกปรกไม่ให้เข้าไปเจือปนในสินค้าได้ บรรจุภัณฑ์ที่ต้องสะอาด และบรรจุภัณฑ์ต้องไม่เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อมและผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้าและรู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้สินค้า

6.2 ความตั้งใจซื้อ

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจซื้อต่อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ พบว่า ในด้านความเป็นไปได้ที่จะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความต้องการแตกต่างกัน โดยเพศชายมีความเป็นไปได้ที่จะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบมากกว่าเพศหญิง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะการนำไปใช้จริง

1) ในการสร้างความพึงพอใจต่อระดับคุณลักษณะของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ควรพัฒนาด้านตราสินค้าให้มีความดึงดูด สีสดใสโดดเด่น ดูทันสมัย และ ไม่ตกยุค ด้านที่ข้อบังคับควรใช้ฉลากที่มียุทธศาสตร์ทางอาหารสูง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์อย่างเต็มที่ ด้านสโลแกน ควรตั้งสแกนเพื่อสุขภาพ และควรตั้งให้มีความกระชับเข้าใจง่าย สามารถจดจำได้รวดเร็วและต้องตั้งไปในทิศทางเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ ด้านความหวาน แนะนำควรใส่น้ำตาลที่เหมาะสม รสชาติความหวานไม่ควรโดดเด่นหรือหวานน้อยจนเกินไป เพื่อให้ได้รสชาติความหวานที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ด้านบรรจุภัณฑ์ ถุงซิปล็อคควรเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาด ปราศจากเชื้อโรคหรือสิ่งสกปรกต่าง ๆ พร้อมทั้งยังสามารถสร้างความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำคุณลักษณะและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ อีกทั้งยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

2) จากผลการศึกษาความตั้งใจซื้อของลูกค้าต่อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ พบว่า ด้าน “ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือบอกต่อสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ” มีความเป็นไปได้น้อยกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้นเพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบริโภค ในด้านความตั้งใจซื้อ กิจกรรมการจัดกิจกรรมแสดงสินค้าหรือทดลองชิมสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักตัวสินค้าและรับรู้รสชาติของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ เมื่อผู้บริโภคได้รู้จักตัวสินค้าหรือทดลองชิมสินค้าแล้ว ผู้บริโภคจะสามารถเกิดการตัดสินใจซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังสามารถบอกต่อหรือแนะนำสินค้าให้กับคนในครอบครัวหรือคนรู้จักได้ ซึ่งกิจกรรมจะได้ผลลัพธ์เป็นยอดขายและกำไรในอนาคตต่อไป

จากผลการวิเคราะห์สมมติฐานโดยวิเคราะห์ความแตกต่างความตั้งใจซื้อต่อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ พบว่า เพศหญิงมีความเป็นไปได้น้อยกว่าเพศชาย ในด้าน “ท่านมีความเป็นไปได้ที่จะซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปอบกรอบ” ดังนั้นควรสร้างการรับรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ว่าข้าวอบกรอบมีแคลอรีน้อยสามารถทานเล่นได้โดยไม่อ้วน ซึ่งผลิตโดยใช้วิธีการอบและใช้ปริมาณน้ำตาลที่เหมาะสม เนื่องจากเพศหญิงต้องการรู้คุณประโยชน์

มากกว่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ (Brand Buffet, 2014) เพื่อกระตุ้นความต้องการและให้เพศหญิงเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะต่าง ๆ ของข้าวเกษตรอินทรีย์แปรรูปกรอบ ในด้านตราสินค้า ท็อปปีง์ สโลแกน ความหวาน และบรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้า พึงพอใจ ซึ่งการวิจัยในครั้งถัดไปควรศึกษาในแต่ละด้านเชิงลึก เพื่อทราบความพึงพอใจที่แท้จริงของลูกค้า รวมถึงการศึกษาความต้องการในเชิงอรรถประโยชน์ของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเชิงลึกให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในสินค้าและอาจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในอนาคตได้

2) การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความตั้งใจซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นเพื่อให้งานวิจัยมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น การวิจัยในครั้งถัดไปควรศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่ามีกระบวนการอย่างไรในแต่ละขั้นตอน และนำผลจากการศึกษามาปรับใช้หรือพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคมากที่สุด

8. เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าต่างประเทศ. (2564). *ส่งออกข้าวไทยปี 64 พร้อมวางแผนส่งเสริมตลาดข้าวไทยสู้วิกฤต COVID*. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.dft.go.th/thth/NewsList/News->
- ชูดา วรวัฒน์ธรรม และ เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล. (2564). การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะข้าวสารบรรจุถุง ปัจจัยกำหนดราคาและอิทธิพลของการส่งเสริมการตลาดต่อคุณค่าตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง กรณีศึกษา จังหวัดนครพนม. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 9(1), 31-49
- ฐานเศรษฐกิจ. (2563). *ส่งออกข้าวปี 62 ต่ำสุดรอบ 6 ปี*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.thansettakij.com/business/421299>
- นิภาพร กุลณา, สุรีย์ ทองกร, พิมพ์ผดดา นนประสาธ และปนัดดา พึ่งศิลป์. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ธัญพืชอัดแท่งที่มีใยอาหารสูงจากข้าวกล้องสีเหลือง. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), มกราคม-เมษายน 2564.
- ภาคภูมิ พิชญ์หาญณรงค์ และ อภิชาติ ตะลุมเพทย์. (2559). ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อเงื่อนไขในสัญญาการขาย สับปะรดโรงงานในจังหวัดระยอง. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ*, 7(13), 1-19.
- ศุภัสร์ตัน อินพิลา. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์: การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาธุรกิจการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. (2565). *ประวัติศาสตร์ข้าวโลก*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2566, จาก http://www.thai rice exporters.or.th/rice_profile.htm
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยเกษตร. (2563). *พืชเศรษฐกิจ สินค้าสร้างรายได้ในครัวเรือนและประเทศ*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2566, จาก https://www.arda.or.th/knowledge_list.php?page=3
- สิริรัฐญา อูบาลี, วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย และอภิชาติ ตะลุมเพทย์. (2561). ความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะของนมพร้อมดื่มอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 12, 43-49.
- Ajzen, I, & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior* (9th ed.). Orlando: Harcourt.
- Brand Buffet. (2563). ซันไบท์ “ผสมผักรวม รสน้ำสลัดญี่ปุ่น” เอาใจคนรักสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2012/09/sunbite-japanese-dressing-salad/>
- Demirtas, E. A., Anagun, A. S., & Koksall, G. (2009). Determination of optimal product styles by ordinal logistic regression versus conjoint analysis for kitchen faucets. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 39(5), 866-875.
- DeSarbo, W. S., & DeSarbo, C. F. (2001). A generalized normative segmentation methodology employing conjoint analysis (pp. 447-478). Springer Berlin Heidelberg.
- Fagerstrøm, A., Eriksson, N., Khamtanet, S., Jitkuekul, P., Sigurdsson, V., & Larsen, N. M. (2022). The relative impact of health communication conveyed via quick response codes: A conjoint experiment among young thai consumers doing grocery shopping. *Health Marketing Quarterly*, 1-20.
- Fillgoods. (2563). สร้างธุรกิจด้วยแผนการตลาดหลัก 4P สร้างยอดขายให้ทะลุเป้า. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.fillgoods.co/online-biz/shop-orders-build-business-with-4p-make-more-sale/>
- Kothandapani, V. (1971). A psychological approach to the prediction of contraception behavior. *North Carolina: Population Center*.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610
- Lancaster, K. J. (1971). *Consumer Demand: A New Approach*. New York: Columbia University.
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Moutaftsi, P., & Kyratsis, P. (2016). Visual brand identity of food products: a customer's perspective. *Journal of Applied Packaging Research*, 8(3), 1-14.
- Priem, R. L. (1992). *An application of metric conjoint analysis for the evaluation of top managers' individual strategic decision-making processes: a research note. Strategic management journal*, 13(S1), 143-151.

การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย

โดยการอภิमानเชิงชาติพันธุ์วรรณนา

SYNTHESIS OF RESEARCH ON ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM IN THAILAND BY META-ETHNOGRAPHY

ณัฐพัชร์ อภิวัดน์ไพศาล^{1*}

Nathapat Aphiwatpisan^{1*}

(Received: March 3, 2023; Revised: June 6, 2023; Accepted: June 12, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะงานวิจัย และสังเคราะห์การแปลความหมายบทความวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยโดยใช้ฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2555 - 2565 มีบทความวิจัยที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกจำนวน 41 บทความ ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของบทความวิจัยจำแนกได้ 4 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) ด้านรูปแบบบทความวิจัย 2) ด้านเนื้อหาสาระ 3) ด้านวิธีวิทยาการวิจัย และ 4) ด้านคุณภาพงานวิจัย ผลการสังเคราะห์การแปลความหมายงานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีใน 4 ด้านพบว่า 1) ด้านรูปแบบบทความวิจัย บทความวิจัยแต่ละเรื่องมีผู้ประพันธ์ 1-4 คน มีจำนวนหน้าทั้งหมดโดยเฉลี่ย 15 หน้า จำนวนหน้าเนื้อหาเฉลี่ย 13 หน้า จำนวนหน้าอ้างอิงเฉลี่ย 2 หน้า 2) ด้านเนื้อหาสาระ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ จัดได้ 8 กลุ่ม และการทบทวนวรรณกรรม จัดได้ 5 กลุ่ม 3) ด้านวิธีวิทยาการวิจัย ประกอบด้วย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง การคำนวณ กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ และ 4) ด้านคุณภาพงานวิจัย พบว่าผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์อยู่ในระดับดี ข้อมูลมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ ผลการสังเคราะห์งานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยที่มีประโยชน์ต่อการนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การสังเคราะห์งานวิจัย ระบบสารสนเทศทางการบัญชี ชาติพันธุ์วรรณนาอภิमान

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Assistant Professor, College of Innovative Management, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

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

Abstract

The purpose of this research was to study the characteristics of research articles and synthesize the interpretation of research articles on accounting information systems in Thailand using the database of the Thai Journal Citation Index Center (TCI) from the years 2012 to 2022. A total of forty-one research articles were selected. The results indicated that the characteristics of research articles can be classified into four categories: 1) research article format, 2) content, 3) research methodology, and 4) research quality. The synthesis of the interpretation of research on accounting information systems yielded the following findings in each aspect: 1) Research article format aspect: Each research article has 1-4 authors, with an average total page count of 15 pages, an average content page count of 13 pages, and an average reference page count of 2 pages. 2) Content aspect: The objective was organized into 8 groups, and the literature review was organized into 5 groups. 3) The research methodology which included population, sample, sample calculation, sampling method, research instruments, validation of the research instrument, data analysis, and statistical significance testing. 4) Research quality: The results showed that the quality assessment of the synthesized research was at a good level. The data followed a normal distribution. The findings of this study synthesis can be used as a guideline for future research on accounting information systems in Thailand. It gives useful knowledge that may be utilized in future activities.

Keywords: Research Synthesis, Accounting Information System, Meta Ethnography

1. บทนำ

ระบบสารสนเทศทางการบัญชีคือ กิจกรรมในการเก็บรวบรวมข้อมูล บันทึก ประมวลผลข้อมูลทางการบัญชีเพื่อให้ได้สิ่งที่เรียกว่าสารสนเทศทางการบัญชีซึ่งมีความรวดเร็ว มีความถูกต้อง ครบถ้วน และมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้รายงานทางการเงินทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งนี้ในการประมวลผลข้อมูลอาจเป็นการประมวลผลด้วยมือ และหรือการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ก็ได้ (ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล, 2562; พลพฐ ปิยวรรณ และ กัญนิภรณ์ นิธิโรจนันท์, 2559; อรรถพล ตรีตานนท์, 2546) ในส่วนของการประมวลผลนั้นประกอบไปด้วยฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ บุคลากร ขั้นตอนการทำงาน และการควบคุมภายใน เพื่อให้ได้สารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ เป็นเครื่องมือให้ผู้บริหารนำไปใช้ในการวางแผน ดำเนินการ ควบคุม และประเมินกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ (ศรีณย์ ชูเกียรติ, 2557)

งานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยสาเหตุ ศึกษาวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ ความคิดเห็น ผลกระทบ การพัฒนาตัวแปรต่าง ๆ การเปรียบเทียบตัวแปร ทั้งนี้พบว่ามีการศึกษาในประเด็นที่หลากหลาย มีข้อมูลอย่างกระจัดกระจาย ทำให้ไม่ทราบคุณลักษณะ ทิศทาง แนวโน้มของระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย จึงทำให้ต้องมีการสังเคราะห์งานวิจัย ทั้งนี้ประโยชน์ของการมีระบบสารสนเทศทางการบัญชีคือ ช่วยให้ธุรกิจทราบฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และทราบกำไรที่แท้จริง เป็นเครื่องมือสนับสนุนการหาแหล่งทุน เป็นเครื่องมือในการเสียภาษี ช่วยวางแผนธุรกิจ และช่วยปรับปรุง

พัฒนาธุรกิจให้เจริญก้าวหน้า ดังนั้นการหาข้อสรุปของงานวิจัยด้วยวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีจึงมีความสำคัญ

การสังเคราะห์งานวิจัยเป็นวิธีการวิจัยที่นักวิจัยใช้ค้นคว้าหาความรู้เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่จะเป็นข้อยุติในงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาเดียวกันโดยใช้งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้วเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อศึกษาหาคำตอบ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542; รัตนะ บัวสนธ์, 2550; Glass, 1982; St.Pierre, 1982) โดยนำผลการวิจัยหลาย ๆ เรื่องที่ศึกษาในปัญหาเดียวกัน แต่ได้ข้อค้นพบทั้งที่เหมือนกันและต่างกันมาสรุปรวมเพื่อให้ได้คำตอบที่ยุติ แล้วนำเสนอข้อสรุปอย่างมีระบบ ทำให้ได้คำตอบปัญหาวิจัยที่ต้องการที่มีลักษณะกว้างขวางและลุ่มลึกมากกว่าที่ได้รับจากงานวิจัยแต่ละเรื่อง จุดมุ่งหมายของการสังเคราะห์งานวิจัยคือ ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนและได้ข้อยุติของผลการวิจัยที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย ทั้งนี้การสังเคราะห์งานวิจัยแบ่งเป็น 2 วิธีคือการสังเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Synthesis) และการสังเคราะห์เชิงคุณภาพหรือการอภิमानเชิงชาติพันธุ์วรรณนา (Qualitative Synthesis or Meta Ethnography) (Nobit & Hare, 1988)

สำหรับการสังเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสังเคราะห์งานวิจัยในเชิงคุณภาพที่เรียกว่า การอภิमानเชิงชาติพันธุ์วรรณนา (Meta Ethnography) ซึ่งเป็นการหาข้อสรุปในความรู้จากงานวิจัยที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายให้มีความชัดเจน และได้ข้อยุติเกี่ยวกับคุณลักษณะของบทความวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2565 รวมถึงการแปลความหมายและนำเสนอรูปแบบงานวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย ซึ่งทำให้เกิดประโยชน์ในแวดวงวิชาการคือ ทำให้ทราบสภาวะปัจจุบันของข้อความรู้ มีประโยชน์ต่อการกำหนดตัวแปรและสมมติฐานการวิจัย และเป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยต่อไปในอนาคต ที่มีประโยชน์ต่อการนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของบทความวิจัยที่ได้จากการสังเคราะห์เกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2565
2. เพื่อสังเคราะห์การแปลความหมายและนำเสนอรูปแบบงานวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 การสังเคราะห์งานวิจัย

พัฒนาการวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยเริ่มจากการสังเคราะห์หรือปริทัศน์งานวิจัยแบบพรรณนา (Narration) ตั้งแต่ปี 1930 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) หรือที่เรียกว่า วิธีปริทัศน์แบบพรรณนา (Narrative Review) ซึ่งเป็นการสรุปสาระของงานวิจัยแต่ละเรื่องว่ามีส่วนใดเหมือนหรือต่างกัน ต่อมาได้พัฒนาวิธีการสังเคราะห์ให้มีความเป็นปรนัยมากขึ้นโดยสังเคราะห์ในเชิงสถิติ และใช้อยู่ในปัจจุบัน 2 วิธี ได้แก่การสังเคราะห์แบบพรรณนา (Narrative Synthesis) หรือการอภิमानเชิงชาติพันธุ์วรรณนา (Meta Ethnography) ซึ่งเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่ใช้วิธีศึกษาในเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์อภิमान (Meta-analysis) เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่ใช้วิธีการศึกษาในเชิงปริมาณ

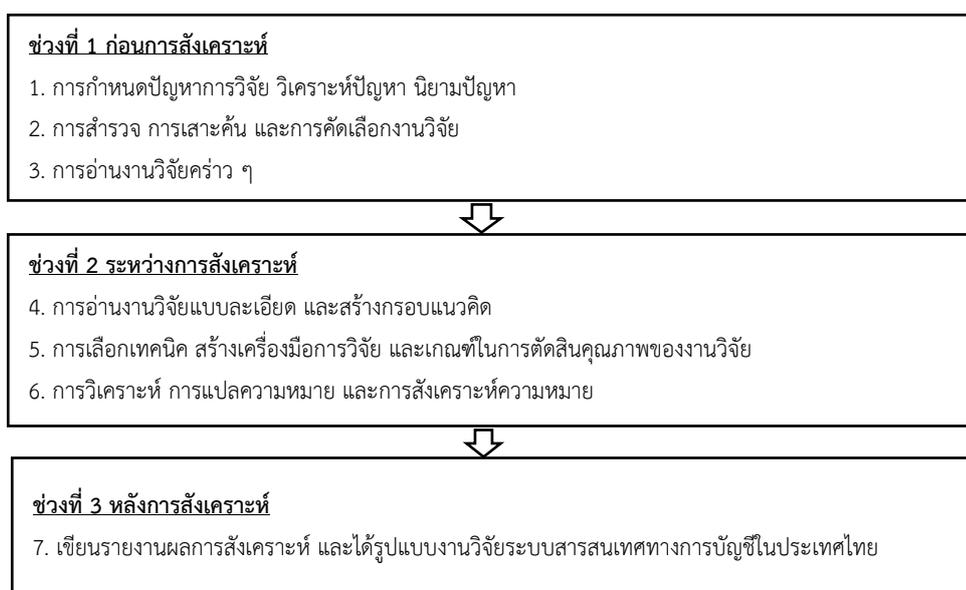
3.2 ขั้นตอนการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพการอภิमानเชิงชาติพันธุ์วรรณนา

นักวิชาการไทยและต่างประเทศ ได้เสนอขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัย มีรายละเอียดดังนี้ Cooper and Lindsay (1997) เสนอขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัย มี 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 ขั้นการกำหนดหัวข้อ ขั้นที่ 2 ขั้นการเสาะค้นงานวิจัย ขั้นที่ 3 ขั้นการประเมินข้อมูล ขั้นที่ 4 ขั้นการวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล และขั้นที่ 5 ขั้นการนำเสนอ

ในขณะที่ Noblit and Hare (1988) เสนอขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัย 7 ขั้น ดังนี้ ขั้นที่ 1 ขั้นเริ่มต้น ขั้นที่ 2 ขั้นตัดสินใจเลือกงานวิจัยที่จะนำมาสังเคราะห์ ขั้นที่ 3 ขั้นอ่านงานวิจัย ขั้นที่ 4 ขั้นกำหนดกรอบแสดงความสัมพันธ์ เชื่อมโยงระหว่างงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ ขั้นที่ 5 ขั้นแปลความหมาย ขั้นที่ 6 ขั้นสังเคราะห์การแปลความหมาย และ ขั้นที่ 7 ขั้นการสรุป

อุทุมพร จามรมาน (2531) เสนอขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัย 11 ขั้นดังนี้ ขั้นที่ 1 กำหนดปัญหาที่ต้องการสังเคราะห์ ขั้นที่ 2 สำนวจปริมาณงานวิจัย ขั้นที่ 3 อ่านรายงานการวิจัย ขั้นที่ 4 ตรวจสอบคุณภาพของรายงานการวิจัย ขั้นที่ 5 พิจารณารายละเอียด ขั้นที่ 6 รวบรวมงานวิจัยที่สามารถสังเคราะห์ ขั้นที่ 7 เลือกเทคนิคที่จะทำ ขั้นที่ 8 เลือกเทคนิควิเคราะห์ที่เหมาะสม ขั้นที่ 9 ทำการสังเคราะห์งานวิจัยทีละเรื่อง ขั้นที่ 10 สรุปผลวิเคราะห์ในตารางหรือกราฟ และขั้นที่ 11 เขียนรายงาน ในส่วนของ นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) เสนอขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัย 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การกำหนดหัวข้อปัญหา ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหา ขั้นที่ 3 การเสาะค้น คัดเลือก และรวบรวมงานวิจัย ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์ผลการวิจัย และขั้นที่ 5 การเสนอรายงานการสังเคราะห์งานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ และสรุปขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัยให้เหลือเพียง 7 ขั้นตอน โดยไม่สูญเสียคุณค่าทางวิชาการ ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาการวิจัย วิเคราะห์และนิยามปัญหาให้ชัดเจนเนื่องจากตัวแปรเดียวกัน นักวิจัยแต่ละคน อาจมีมุมมองที่แตกต่างกัน ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจ การเสาะค้น และการคัดเลือกงานวิจัยที่จะนำมาสังเคราะห์ ขั้นตอนที่ 3 การอ่านงานวิจัยคร่าว ๆ ขั้นตอนที่ 4 การอ่านงานวิจัยแบบละเอียดและสร้างกรอบแนวคิด ขั้นตอนที่ 5 การเลือกเทคนิคที่จะทำการสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย และแบบประเมินคุณภาพงานวิจัย รวมถึงการสร้างเกณฑ์ในการตัดสินคุณภาพของงานวิจัย ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ การแปลความหมาย และการสังเคราะห์ความหมาย และขั้นตอนที่ 7 สรุปและเขียนรายงานผลการสังเคราะห์ ในขั้นตอนนี้ทำให้ได้รูปแบบงานวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย ทั้งนี้สามารถแสดงเป็นแผนภาพ ได้ตามภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการสังเคราะห์งานวิจัย
ที่มา: สังเคราะห์โดยผู้วิจัย

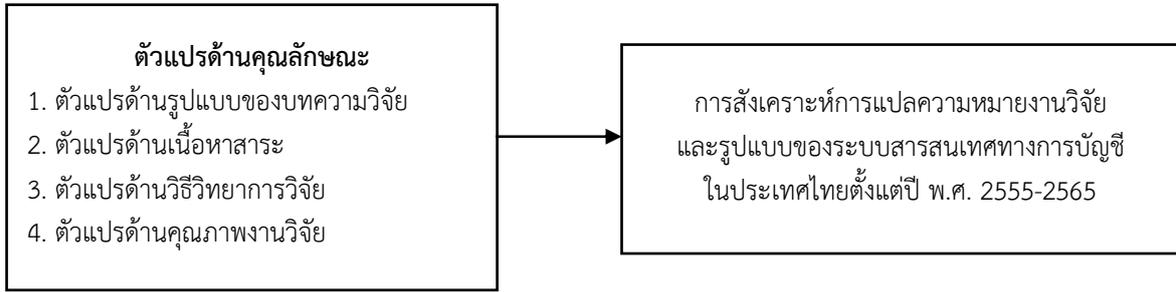
ในส่วนของคุณลักษณะงานวิจัยที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพการอภิปรายเชิงชาติพันธุ์วรรณนา พบ การกำหนดตัวแปรเกี่ยวกับคุณลักษณะงานวิจัย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านรูปแบบบทความวิจัย 2) ด้านเนื้อหาสาระ 3) ด้านวิธี วิทยาการวิจัย และ 4) ด้านคุณภาพงานวิจัย (ฉัตรรุฒิ อิมขมชื่น, 2563; ชาญสิทธิ์ คำพุฒ และคณะ, 2564; ภาวิณี แสนชนม์ และ น้ำทิพย์ วิภาวิน, 2561) ซึ่งคุณลักษณะงานวิจัย 4 ด้านดังกล่าวถูกนำมาใช้ในงานวิจัยนี้

3.3 ระบบสารสนเทศทางการบัญชี

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในอดีตพบว่าการทำวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ และมีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามรายละเอียดดังนี้

การทำวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในอดีตมีวัตถุประสงค์ที่จัดกลุ่มได้จำนวน 8 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 เพื่อศึกษาตัวแปรต่าง ๆ (ทิพย์สุดา ทาสีดำ, 2565; รัชณี แสงศิริ และคุณิต ศรีสร้อย, 2555; วิชชา พริ้งพัฒนพงษ์ และคณะ, 2565) กลุ่มที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยสาเหตุที่จะส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรต่าง ๆ (ชนิดาพร บุนนาค และ สุรีย์ โภษกรณัฐ, 2563; ณัชริกานต์ ธียรวรรณันท์ และ จิตาภรณ์ สันจรรุญศักดิ์, 2564; ปรีชญ์นสร ประจักษ์จิตร และ สุรีย์ โภษกรณัฐ, 2564) กลุ่มที่ 3 เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และทดสอบความสัมพันธ์ (ไพสรณ์ สูงสมบัติ, 2564; สหเทพ คำสุริยา และคณะ, 2562; สายฝน อุไร และคณะ, 2564) กลุ่มที่ 4 เพื่อศึกษาความคิดเห็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น (บุญยพรรณ คงแก้ว และคณะ, 2565) กลุ่มที่ 5 เพื่อศึกษา และทดสอบผลกระทบ (จิรัชญา ศีลสัตยวงค์ และคณะ, 2563; ชลิต ผล อินทร์หอม และ ไกรวิทย์ หลีกภัย 2564; ณัชรียา กุลพิชัยจิราวุฒิ และคณะ, 2561) กลุ่มที่ 6 เพื่อทดสอบ และทดลองตัวแปรต่าง ๆ (กุลชิตรา จันทนา และคณะ, 2564; ณัฐยานัน อธิรัฐจิรัชชัย และคณะ, 2562) กลุ่มที่ 7 เพื่อพัฒนาตัวแปร เพื่อพัฒนารูปแบบ และเพื่อสร้างรูปแบบ (ชลิต ผลอินทร์หอม และไกรวิทย์ หลีกภัย, 2565; ภณิดา สุนทรไชย และคณะ, 2564) และกลุ่มที่ 8 เพื่อเปรียบเทียบตัวแปร เพื่อประยุกต์ใช้ และเพื่อนำเสนอตัวแปร (โสภภาพรรณ ไชยพัฒน์, 2559)

นอกจากนี้ยังพบว่างานวิจัยในอดีตได้ทบทวนวรรณกรรมที่จะนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย แบ่งได้ เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (ขจิต ฌ กภาพสินธุ์ และ พันคม ศรีบุญลือ, 2561; ชัยมงคล ผลแก้ว, 2560; ชัยฤกษ์ พุฒิวิญญู และคณะ, 2561; ณัฐยานัน อธิรัฐจิรัชชัย และคณะ, 2562; เขาวนุช รักสงฆ์, 2562; รัชชิตา สังขดวง, 2556; ฤติมา มุ่งหมาย และ วรณช กุอุทา, 2564; สาวิตรี พรหมรักษา และ ดารณี เอื้อชนะจิต, 2564; สุขชาย สิริภัทรกุลธร และคณะ, 2564; อภิญา คงวิริยะกุล และคณะ, 2561; อรอนงค์ จำปาแก้ว และคณะ, 2563; อัจฉราภรณ์ ทะขารี และ คณะ, 2561; อุเทน เลาน้ำทา และฐิติกานต์ สุริยะสาร, 2562; Lohapan et al., 2018) กลุ่มที่ 2 เทคโนโลยีและ อิเล็กทรอนิกส์ (ขจิต ฌ กภาพสินธุ์ และ พันคม ศรีบุญลือ, 2561; ธิญานันต์ คชฤทธิ์ และ กุสุมา คำพิทักษ์, 2563, สุกัญญา คลังทอง และคณะ, 2563; Wangcharoendate, 2019) กลุ่มที่ 3 การตรวจสอบและการควบคุมภายใน (ณัฐยานัน อธิรัฐจิรัชชัย และคณะ, 2562; ธารินี เณรวงค์ และ วรกร แชมเมืองปัก, 2559; เนตรนภา รักษายศ และวิจิต อุ๋อัน, 2562; อรอนงค์ จำปาแก้ว และคณะ, 2563) กลุ่มที่ 4 สภาพบริบท การจัดการและการบริหารองค์กร (ชัยมงคล ผลแก้ว, 2560; เนตรนภา รักษายศ และ วิจิต อุ๋อัน, 2562; เขาวนุช รักสงฆ์, 2562; รัชชิตา สังขดวง, 2556; สาวิตรี พรหมรักษา และดารณี เอื้อชนะจิต, 2564; สุขชาย สิริภัทรกุลธร และคณะ, 2564; อนุชา พุฒิกุลสาคร และปาลวี พุฒิกุลสาคร, 2564; อรอนงค์ จำปาแก้ว และคณะ, 2563; อัจฉราภรณ์ ทะขารี และคณะ, 2561; อุเทน เลาน้ำทา, 2562; Lohapan et al., 2018) และกลุ่มที่ 5 ระบบบัญชี การจัดทำรายงานทางการเงินและการตัดสินใจ (จิรัชญา ศีลสัตยวงค์ และคณะ, 2563; ชัยฤกษ์ พุฒิวิญญู และ คณะ 2561; เนตรนภา รักษายศ และ วิจิต อุ๋อัน, 2562; อภิญา คงวิริยะกุล และคณะ, 2561; อุเทน เลาน้ำทา และ ฐิติ กานต์ สุริยะสาร, 2562) จากการทบทวนวรรณกรรมนำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ตามภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรคือ บทความวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre: TCI) ระยะเวลา 10 ปี 9 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2555 ถึง 30 กันยายน 2565 รวมจำนวน 10 ปี 9 เดือน มีทั้งสิ้น 41 เรื่อง ทั้งนี้ผู้วิจัยสืบค้นจากฐานศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre: TCI) ผ่าน Google Scholar โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้ 1) คำสืบค้นคือ “ระบบสารสนเทศทางการบัญชี” หรือคำว่า “สารสนเทศทางการบัญชี” 2) ช่วงเวลา ค.ศ. 2012-2022 จากนั้นสำรวจความครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหาภายในบทความวิจัย พบจำนวนบทความวิจัยที่ตรงตามเกณฑ์การคัดเลือกจำนวน 41 เรื่อง

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชุดได้แก่ แบบประเมินคุณภาพงานวิจัย ปรับมาจากเครื่องมือวิจัยของ นางลักษณวีร์ ชัยชัย (2557) และแบบบันทึกข้อมูลคุณลักษณะงานวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง มีรายละเอียดดังนี้

ชุดที่ 1 แบบประเมินคุณภาพงานวิจัย ประเมิน 4 ประเด็นได้แก่ บทนำ การทบทวนวรรณกรรม วิธีดำเนินการวิจัย และการสรุปผลการวิจัย จำนวน 19 ข้อและเกณฑ์ประเมินคุณภาพแบบมาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริคส์ (scoring rubrics) โดยเกณฑ์การให้น้ำหนักคะแนน 5 ระดับตั้งแต่ 1 ถึง 5 หมายถึง คุณภาพบทความวิจัยอยู่ในระดับต่ำ ค่อนข้างต่ำ ปานกลาง ดี และ ดีมาก ตามลำดับ และมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนน 5 ระดับคือ คุณภาพในระดับดีมาก (4.21-5.00 คะแนน) ระดับดี (3.41-4.20 คะแนน) ระดับปานกลาง (2.61-3.40 คะแนน) ระดับค่อนข้างต่ำ (1.81-2.60 คะแนน) และระดับต่ำ (1.00-1.80 คะแนน)

ชุดที่ 2 แบบบันทึกข้อมูลคุณลักษณะงานวิจัย จำนวน 22 ข้อ และคู่มือลงทะเบียนข้อมูล เกี่ยวกับคุณลักษณะงานวิจัยด้านรูปแบบของบทความวิจัย ด้านเนื้อหาสาระ ด้านวิธีวิทยาการวิจัย และด้านคุณภาพงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยขอรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ ทั้งนี้ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยได้รับการรับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรม (Exemption) COA No.0067/2565 และ REC No. 0049/2565

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ 1) ตรวจสอบคุณลักษณะของงานวิจัย โดยคัดเลือกเฉพาะงานวิจัยที่ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 2) อ่านงานวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพงานวิจัย 3) อ่านงานวิจัยโดยละเอียดอีกครั้ง โดยจะอ่านงานวิจัยซ้ำ ๆ อย่างละเอียดทีละประเด็นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระทั้งหมด โดยไม่มีการตีความ จากนั้นเก็บและบันทึกข้อมูลคุณลักษณะงานวิจัยลงในแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัยเป็นรายฉบับ 4) ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลแต่ละชุดอีกครั้ง 5) จัดเตรียมแฟ้มข้อมูลในรูปข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการ 2 ส่วน ดังนี้

- 1) ตัวแปรด้านรูปแบบของบทความวิจัย และด้านคุณภาพงานวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด
- 2) ตัวแปรด้านเนื้อหาสาระ และด้านวิธีวิทยาการวิจัย ทำการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพที่เรียกว่า การวิจัยชาติพันธุ์วรรณนาอภิमान (Meta-ethnography) ตามแนวคิดของ Noblit and Hare (1988) โดยสังเคราะห์การแปลความหมายโดยวิเคราะห์แบบการแปลความหมาย 3 ลักษณะ โดยการเทียบเคียงระหว่างงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ ได้แก่ 1) การแปลความหมายเทียบกลับไปกลับมา (reciprocal translations) หากผลการวิจัยสอดคล้องกัน 2) การแปลความเชิงหักล้าง (refutational synthesis) หากผลการวิจัยขัดแย้งกัน และ 3) การแปลความเพื่อเสนอประเด็นการโต้แย้ง (line of argument synthesis) ในกรณีที่ผลการวิจัยมีทั้งสอดคล้องกัน และขัดแย้งกัน จากนั้นทำการสังเคราะห์ความหมายที่ได้เพื่อให้ได้รูปแบบงานวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย

5. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการสังเคราะห์คุณลักษณะของบทความวิจัยที่ได้จากการสังเคราะห์เกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2565

ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบด้านคุณลักษณะ จำนวน 4 ด้านประกอบด้วย ด้านรูปแบบของบทความวิจัย ด้านเนื้อหาสาระ ด้านวิธีวิทยาการวิจัย และด้านคุณภาพงานวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านรูปแบบของบทความวิจัย ผลการวิจัยพบว่าบทความวิจัยที่ลงตีพิมพ์ในฐาน TCI จำนวน 41 บทความ เป็นบทความภาษาไทย 38 บทความ (ร้อยละ 92.68) และบทความภาษาอังกฤษ 3 บทความ (ร้อยละ 7.32) ทั้งนี้จำนวนเจ้าของบทความมากที่สุดคือ 4 คน น้อยที่สุด 1 คน จำนวนหน้าทั้งหมดในแต่ละบทความอยู่ระหว่าง 10-24 หน้า โดยเฉลี่ยเท่ากับ 15 หน้า โดยมีจำนวนหน้าเนื้อหาอยู่ระหว่าง 8-21 หน้า โดยเฉลี่ยเท่ากับ 13 หน้า และมีจำนวนหน้าอ้างอิงในแต่ละบทความอยู่ระหว่าง 1-5 หน้า โดยเฉลี่ยเท่ากับ 2 หน้า นอกจากนี้ยังพบว่า จำนวนรายการอ้างอิงทั้งหมดในแต่ละบทความอยู่ระหว่าง 4-58 รายการ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 19 รายการ ทั้งนี้จำนวนรายการอ้างอิงภาษาไทยในแต่ละบทความอยู่ระหว่าง 0-29 รายการ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 8 รายการ และจำนวนรายการอ้างอิงภาษาอังกฤษในแต่ละบทความอยู่ระหว่าง 0-58 รายการ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 12 รายการ (ตารางที่ 1) บทความวิจัยที่ลงตีพิมพ์ในฐาน TCI 1 มีจำนวน 22 บทความ (ร้อยละ 53.66) และ TCI 2 จำนวน 19 บทความ (ร้อยละ 46.34) เผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ. 2555-2565 ทั้งนี้การเผยแพร่ในปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 12 บทความ (ร้อยละ 29.27) โดยผู้เขียนที่อยู่สังกัดมหาวิทยาลัยศรีปทุม มีจำนวนมาก

ที่สุด เท่ากับ 9 บทความ (ร้อยละ 21.94) แหล่งตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารการบัญชีและการจัดการ มีจำนวนมากที่สุด
เท่ากับ 6 บทความ (ร้อยละ 14.60) ตามตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบด้านรูปแบบของบทความวิจัย (จำนวนเจ้าของผลงานจำนวนหน้า และจำนวน
รายการอ้างอิง)

เรื่องที่	จำนวน เจ้าของผลงาน	จำนวน หน้าทั้งหมด	จำนวน หน้าเนื้อหา	จำนวน หน้าอ้างอิง	จำนวนรายการ อ้างอิงทั้งหมด	จำนวน รายการอ้างอิง ภาษาไทย	จำนวน รายการอ้างอิง ภาษาอังกฤษ
1	2	16	12	4	43	12	31
2	3	18	15	3	33	29	4
3	3	12	10	2	11	9	2
4	3	17	15	2	8	7	1
5	2	17	15	2	14	12	2
6	1	10	9	1	9	6	3
7	2	20	19	1	14	14	0
8	2	14	13	1	12	7	5
9	2	17	13	4	49	3	46
10	3	12	10	2	16	11	5
11	2	13	12	1	15	12	3
12	3	11	9	2	16	12	4
13	3	13	11	2	14	8	6
14	4	14	13	1	7	7	0
15	3	17	14	3	28	8	20
16	1	14	12	2	30	5	25
17	2	14	13	1	9	9	0
18	1	16	15	1	16	12	4
19	2	15	13	2	28	17	11
20	2	15	13	2	22	0	22
21	4	19	18	1	13	12	1
22	1	22	18	4	18	0	18
23	2	13	12	1	19	19	0
24	4	19	17	2	13	0	13
25	1	12	11	1	4	4	0
26	2	12	11	1	10	10	0
27	1	24	21	3	30	0	30
28	3	12	11	1	12	0	12
29	2	10	8	2	17	4	13
30	3	23	18	5	58	0	58

ตารางที่ 1 (ต่อ)

เรื่องที่	จำนวน เจ้าของผลงาน	จำนวน หน้าทั้งหมด	จำนวน หน้าเนื้อหา	จำนวน หน้าอ้างอิง	จำนวนรายการ อ้างอิงทั้งหมด	จำนวน รายการอ้างอิง ภาษาไทย	จำนวน รายการอ้างอิง ภาษาอังกฤษ
31	2	24	20	4	35	3	32
32	1	11	9	2	14	0	14
33	3	14	12	2	11	1	10
34	1	16	14	2	22	17	5
35	3	11	9	2	28	0	28
36	2	14	12	2	8	0	8
37	1	16	13	3	28	22	6
38	2	14	13	1	11	11	0
39	3	19	18	1	8	6	2
40	4	11	10	1	9	9	0
41	2	12	10	2	28	0	28
รวม	93	623	541	82	790	318	472

ตารางที่ 2 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบด้านรูปแบบของบทความวิจัย (ฐานที่ตีพิมพ์ ปีที่ตีพิมพ์เผยแพร่ สังกัดของ
เจ้าของผลงาน และแหล่งตีพิมพ์เผยแพร่)

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. ฐาน		
TCI 1	22	53.66
TCI 2	19	46.34
รวม	41	100
2. ปีที่เผยแพร่ผลงาน		
พ.ศ. 2565	4	9.76
พ.ศ. 2564	12	29.27
พ.ศ. 2563	6	14.63
พ.ศ. 2562	6	14.63
พ.ศ. 2561	7	17.07
พ.ศ. 2560	1	2.44
พ.ศ. 2559	2	4.88
พ.ศ. 2558	1	2.44
พ.ศ. 2557	0	-
พ.ศ. 2556	1	2.44
พ.ศ. 2555	1	2.44
รวม	41	100

ตารางที่ 2 (ต่อ)

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
3. หน่วยงาน (ค่าน้ำหนัก: 1 คะแนนต่อบทความ)		
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	9	21.94
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	7	17.06
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	2	4.88
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	2	4.88
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	2	4.88
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1.25	3.05
มหาวิทยาลัยบูรพา	1	2.44
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	1	2.44
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	1	2.44
มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์	1	2.44
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	1	2.44
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	1	2.44
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	1	2.44
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	1	2.44
นักวิชาการอิสระ	1	2.44
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ	1	2.44
วิทยาลัยเซนต์อีสต์บางกอก	1	2.44
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	1	2.44
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	1	2.44
สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย	1	2.44
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	1	2.44
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	1	2.44
มหาวิทยาลัยพะเยา	0.75	1.83
มหาวิทยาลัยนครพนม	0.5	1.22
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	0.5	1.22
รวม	41	100
4. ชื่อวารสาร		
วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	6	14.60
วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น	2	4.88
วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่	2	4.88
วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย	2	4.88
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	2	4.88
วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์	2	4.88

ตารางที่ 2 (ต่อ)

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
มนุษยสังคัมสาร (มสส.)	1	2.44
วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา	1	2.44
วารสารดุष्ฎิบัณฑิตทางสังคัมศาสตร์	1	2.44
วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์	1	2.44
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคัมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	1	2.44
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคัมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	1	2.44
วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์	1	2.44
วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด	1	2.44
วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	1	2.44
วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคัมศาสตร์	1	2.44
วารสารวิชาการเซอ์อีส์ทบังกอก(สาขามนุษยศาสตร์และสังคัมศาสตร์)	1	2.44
วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	1	2.44
วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น	1	2.44
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี	1	2.44
วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์	1	2.44
วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคัมศาสตร์	1	2.44
วารสารศิลปการจัดการ	1	2.44
วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	1	2.44
วารสารสังคัมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ	1	2.44
วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร	1	2.44
สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคัมศาสตร์	1	2.44
Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University	1	2.44
Journal of Ratchathani Innovative Social Sciences	1	2.44
Journal of Roi Kaensarn Academi	1	2.44
Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)	1	2.44
รวม	41	100

2. ด้านเนื้อหาสาระ ผลการสังเคราะห์บทความวิจัยเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ผลการสังเคราะห์การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย พบว่า บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์รวมทั้งสิ้น 86 ข้อ จัดกลุ่มได้ 8 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 เพื่อศึกษาตัวแปรต่าง ๆ รวมจำนวน 24 ข้อ (ร้อยละ 27.91) กลุ่มที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยสาเหตุที่จะส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรต่าง ๆ รวมจำนวน 20 ข้อ (ร้อยละ 23.26) กลุ่มที่ 3 เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และทดสอบความสัมพันธ์ รวมจำนวน 16 ข้อ (ร้อยละ 18.60) กลุ่มที่ 4 เพื่อศึกษาความคิดเห็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น รวมจำนวน 7 ข้อ (ร้อยละ 8.14) กลุ่มที่ 5 เพื่อศึกษา และทดสอบผลกระทบ รวมจำนวน 6 ข้อ

(ร้อยละ 6.98) กลุ่มที่ 6 เพื่อทดสอบ และทดลองตัวแปรต่าง ๆ รวมจำนวน 5 ข้อ (ร้อยละ 5.81) กลุ่มที่ 7 เพื่อพัฒนาตัวแปร เพื่อพัฒนารูปแบบ และเพื่อสร้างรูปแบบ รวมจำนวน 4 ข้อ (ร้อยละ 4.65) และกลุ่มที่ 8 เพื่อเปรียบเทียบตัวแปร เพื่อประยุกต์ใช้ และเพื่อนำเสนอตัวแปร รวมจำนวน 4 ข้อ (ร้อยละ 4.65)

2.2 ผลการสังเคราะห์การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ในรายงานการวิจัยที่นำมาสังเคราะห์พบว่า บทความวิจัยที่มีการทบทวนวรรณกรรมมีจำนวน 23 บทความ (ร้อยละ 56.10) ในจำนวนนี้ได้ทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด 82 หัวข้อ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มได้ 5 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ระบบสารสนเทศทางการบัญชี มีจำนวน 34 หัวข้อ (ร้อยละ 41.46) ผลการสังเคราะห์เกี่ยวกับการทบทวนวรรณกรรมพบว่า บทความวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2565 มีการทบทวนวรรณกรรมดังนี้

1. แนวคิด ความรู้ความเข้าใจ คุณภาพ ประสิทธิภาพการควบคุม ความมั่นคงปลอดภัย การใช้ การจัดการ ประสิทธิภาพ กระบวนการพัฒนา และประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี
2. การเปิดเผยสารสนเทศทางการบัญชีออนไลน์เกี่ยวกับความโปร่งใสด้านข้อมูล ภาพลักษณ์องค์กร วิสัยทัศน์ทางธุรกิจ เทคโนโลยี การใช้สารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหาร สมรรถนะของระบบสารสนเทศทางการบัญชี สมัยใหม่ ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเชิงกลยุทธ์ การใช้สารสนเทศในองค์กรธุรกิจ และการรายงานสารสนเทศทางการบัญชี

กลุ่มที่ 2 เทคโนโลยีและอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 12 หัวข้อ (ร้อยละ 14.63) ผลการสังเคราะห์เกี่ยวกับการทบทวนวรรณกรรมพบว่า บทความวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2555-2565 มีการทบทวนวรรณกรรมดังนี้

1. บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
2. ทฤษฎีรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ความพร้อมเทคโนโลยี แนวคิดเรื่องบริบทด้านเทคโนโลยี องค์การสภาพแวดล้อม Moderating Effects of Technology Acceptance และ Mobile Network System Efficiency

กลุ่มที่ 3 การตรวจสอบและการควบคุมภายใน มีจำนวน 7 หัวข้อ (ร้อยละ 8.54) ได้แก่ มาตรฐานการควบคุมภายใน ประสิทธิภาพการควบคุมภายใน การประเมินผลการควบคุมภายใน กระบวนการควบคุมภายใน การควบคุมภายในด้านสารสนเทศ การดำเนินการในการควบคุมต้นทุนมาตรฐาน และ Accounting Information Auditing Capability

กลุ่มที่ 4 สภาพบริบท การจัดการและการบริหารองค์กร มีจำนวน 16 หัวข้อ (ร้อยละ 19.51) ได้แก่ ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ ระบบข้อมูลองค์กร ความโปร่งใสด้านข้อมูลและภาพลักษณ์องค์กร ผลการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การบริหารองค์กร ปัจจัยด้านองค์กร ประสิทธิภาพองค์กร สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ และความสำเร็จขององค์กร

กลุ่มที่ 5 ระบบบัญชี การจัดทำรายงานทางการเงินและการตัดสินใจ มีจำนวน 13 หัวข้อ (ร้อยละ 15.86) ได้แก่ ระบบบัญชีที่ดี ความได้เปรียบด้านข้อมูลทางการเงิน การปฏิบัติงานที่ดีทางการเงิน คุณภาพข้อมูลทางการเงิน สมรรถนะของผู้ทำบัญชี คุณภาพของรายงานทางการเงิน แนวคิดเกี่ยวกับระบบสนับสนุนการตัดสินใจ การสนับสนุนจากผู้บริหาร ประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศ และประสิทธิภาพการตัดสินใจ

3. **ด้านวิธีวิทยาการวิจัย** ผลการสังเคราะห์บทความวิจัยเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล จำนวนข้อมูล วิธีคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ มีรายละเอียดดังนี้

3.1 **ผลการสังเคราะห์เกี่ยวกับแหล่งข้อมูลและจำนวนข้อมูล** พบว่า แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยมาจากกลุ่มประชากร (Population) และกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ทั้งนี้จากบทความวิจัยทั้งหมด 41 เรื่องพบว่า เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรจำนวน 7 เรื่อง (ร้อยละ 17.07) และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 34 เรื่อง (ร้อยละ 82.93) งานวิจัยที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร พบว่าจำนวนประชากรอยู่ระหว่าง 9–1,130 ราย สำหรับจำนวนประชากรที่ตอบกลับและนำไปประมวลผลอยู่ระหว่าง 9–279 ราย ส่วนงานวิจัยที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าจำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้อยู่ระหว่าง 90–836 ราย สำหรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบกลับและนำไปประมวลผลอยู่ระหว่าง 90–820 ราย

3.2 **ผลการสังเคราะห์เกี่ยวกับวิธีคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง** พบว่า การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้การคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มากที่สุด 12 บทความ (ร้อยละ 35.29) วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้มากที่สุดมี 2 วิธีเท่ากันคือ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 บทความ (ร้อยละ 20.59) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำนวน 7 บทความ (ร้อยละ 20.59) ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 วิธีคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. วิธีคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
Taro Yamane	12	35.29
Krejcie and Morgan (1970)	7	20.60
Cochran	2	5.88
ตามกฎแห่งความชัดเจน	1	2.94
ไม่ระบุ	12	35.29
รวม	34	100
2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง		
ไม่ระบุ	9	26.47
แบบเจาะจง (Purposive Sampling)	7	20.59
แบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)	7	20.59
เปิดตารางเลขสุ่ม	5	14.71
แบบง่าย (Simple Random Sampling)	4	11.76
แบบสะดวก (Convenience Sampling)	1	2.94
แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling)	1	2.94
รวม	34	100

3.3 ผลการสังเคราะห์เกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ พบว่ามีบทความวิจัยจำนวน 31 เรื่อง (ร้อยละ 75.61) ที่ใช้เครื่องมือวิจัยชนิดเดียว บทความวิจัยจำนวน 8 เรื่อง (ร้อยละ 19.51) ที่ใช้เครื่องมือวิจัยจำนวน 2 ชนิด และบทความวิจัยอีก 2 เรื่อง (ร้อยละ 4.88) ที่ใช้เครื่องมือวิจัยมากกว่า 3 ชนิด ทั้งนี้พบว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้มากที่สุด จำนวน 38 บทความ (ร้อยละ 71.70) รองลงมาคือแบบสัมภาษณ์ จำนวน 5 บทความ (ร้อยละ 9.42) สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือพบว่า ตรวจสอบความเที่ยงด้วยวิธีการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มากที่สุด จำนวน 22 บทความ (ร้อยละ 53.66) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง 0.712 - 0.980 ตามตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 จำนวนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย		
แบบสอบถาม	38	71.70
แบบสัมภาษณ์	5	9.42
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	3	5.65
โปรแกรมบัญชีที่สร้างขึ้น	1	1.89
แบบสอบถามวัด	1	1.89
แบบสังเกต	1	1.89
แบบคัดเลือก	1	1.89
แบบบันทึก	1	1.89
แบบสรุปผล	1	1.89
ไม่ระบุ	1	1.89
รวม	53	100
2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น		
Cronbach Alpha Coefficient	22	53.66
Content Validity	1	2.44
ไม่ระบุ	18	43.90
รวม	41	100

3.4 ผลการสังเคราะห์เกี่ยวกับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ประเภทได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) (ร้อยละ 66.43) และสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) (ร้อยละ 33.57) ผลการวิจัยพบว่า สถิติเชิงพรรณนา ที่นิยมใช้เรียงลำดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ค่าเฉลี่ย (Mean) จำนวน 30 บทความ (ร้อยละ 31.58) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จำนวน 28 บทความ (ร้อยละ 29.47) ร้อยละ (Percentage) จำนวน 21 บทความ (ร้อยละ 22.11) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) จำนวน 14 บทความ (ร้อยละ 14.74) สำหรับสถิติอนุมานที่นิยมใช้มากที่สุดคือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) จำนวน 27 บทความ (ร้อยละ 56.25) ทั้งนี้ในการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

พบว่า งานวิจัยต่าง ๆ ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, .01, .10, และ .001 ผลการวิจัยพบว่า การทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีมากที่สุดจำนวน 26 บทความ (ร้อยละ 49.06) รองลงมาคือ การทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ .01 จำนวน 14 บทความ (ร้อยละ 26.42) ตามตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

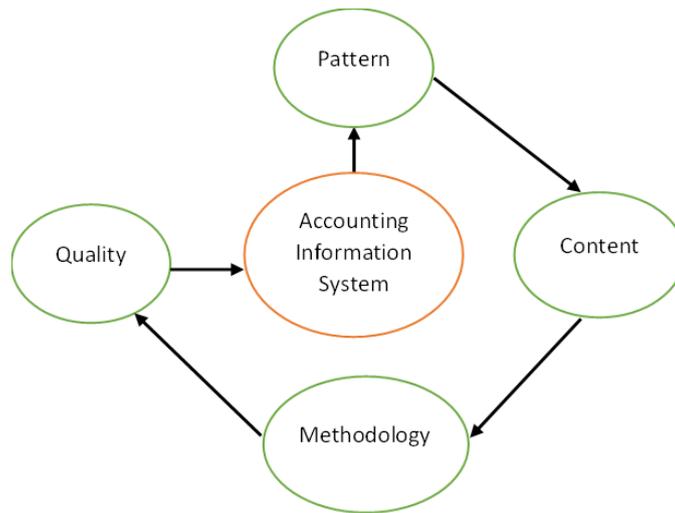
หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถิติเชิงพรรณนาสถิติ		
ค่าเฉลี่ย (Mean)	30	31.58
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	28	29.47
ร้อยละ (Percentage)	21	22.11
การแจกแจงความถี่ (Frequency)	14	14.74
ค่าความเบ้ (skewness)	1	1.05
ค่าความโด่ง (kurtosis)	1	1.05
รวม	95	100
2. สถิติอนุมาน		
การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)	27	56.25
การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)	6	12.5
การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)	6	12.5
การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling Analysis)	5	10.42
การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)	2	4.17
การวิเคราะห์เอกสาร (Document analysis)	1	2.08
ค่าไคสแควร์ (Chi-square)	1	2.08
รวม	48	100
3. ระดับการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ		
0.05	26	49.06
0.01	14	26.42
0.10	4	7.55
0.001	2	3.76
ไม่ระบุ	7	13.21
รวม	53	100

4. ด้านคุณภาพงานวิจัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าเฉลี่ย (mean) เท่ากับ 4.18 จากคะแนนเต็ม 5 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เท่ากับ 0.33 ค่าสูงสุด (maximum) เท่ากับ 5 ค่าต่ำสุด (minimum) เท่ากับ 1 ค่าความเบ้ (skewness) เท่ากับ -0.25 หรือที่เรียกว่าเบ้ซ้าย และค่าความโด่ง (kurtosis) เท่ากับ -0.56 หมายความว่า ผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยโดยรวมที่นำมาสังเคราะห์มีคุณภาพอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41-4.20 คะแนน)

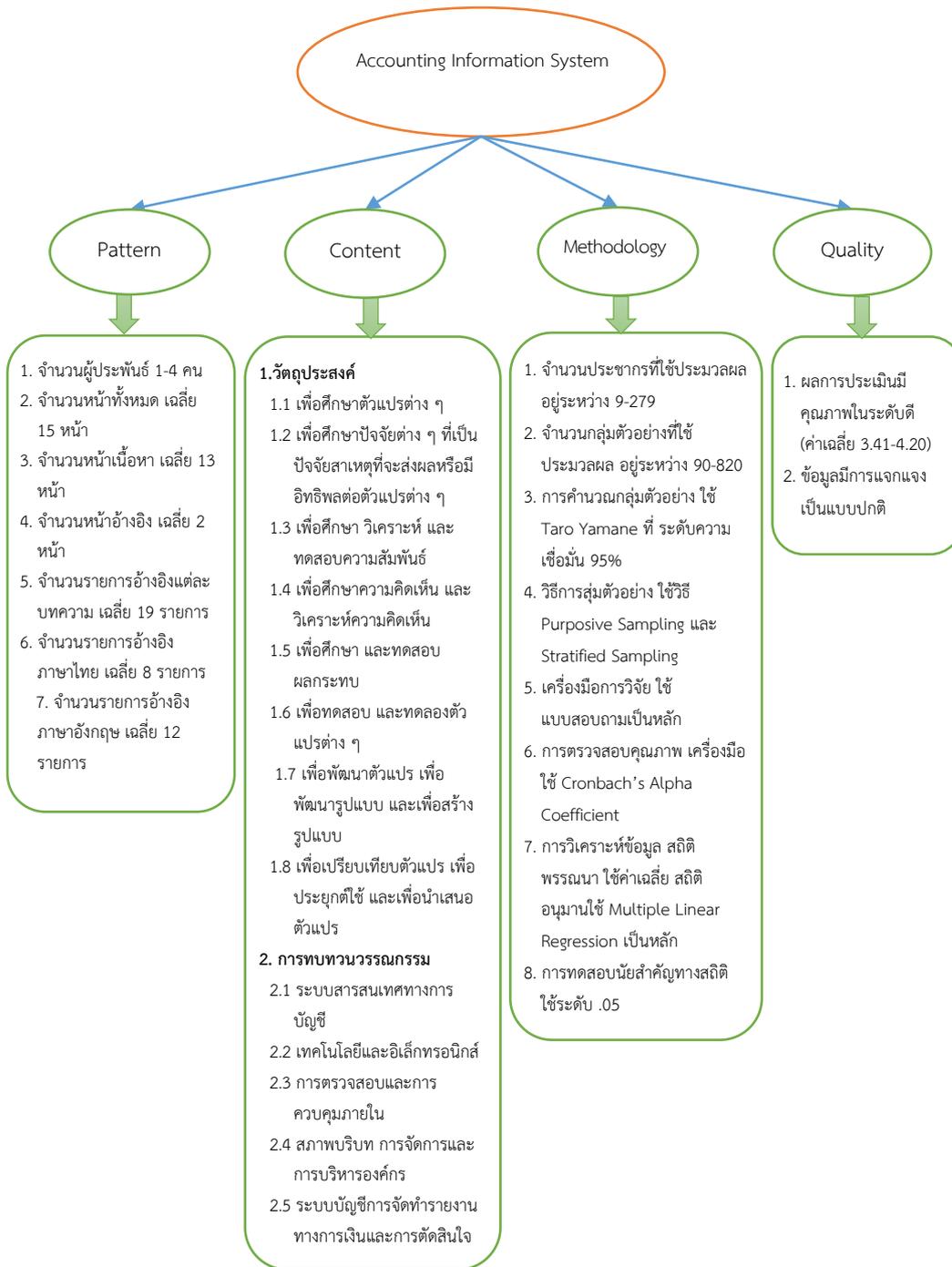
มีการกระจายน้อย (S.D. = 0.33) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณภาพของงานวิจัยแต่ละเรื่องมีความใกล้เคียงกัน ข้อมูลมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ (ค่าค่าโด่ง <1) ส่วนค่าความเบ้ติดลบแสดงให้เห็นว่าลักษณะการแจกแจงมีการเบ้ซ้ายเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยรายข้อในเรื่องการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมีคะแนนน้อยที่สุดเนื่องจากบทความวิจัยจำนวน 18 เรื่อง (ร้อยละ 43.9) ไม่ปรากฏหัวข้อการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้คะแนนประเมินในส่วนนี้ขาดหายไป ทำให้คะแนนประเมินคุณภาพงานวิจัยในประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่งผลต่อคะแนนประเมินคุณภาพงานวิจัยโดยรวม

ตอนที่ 2 ผลการสังเคราะห์การแปลความหมายและรูปแบบงานวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ และสังเคราะห์การแปลความหมาย ทำให้ได้รูปแบบงานวิจัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2555-2565 เป็นรูปแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีในภาพกว้าง ตามภาพที่ 3 และรูปแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชี จำแนกตามองค์ประกอบย่อย ตามภาพที่ 4 ดังนี้



ภาพที่ 3 รูปแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยในภาพกว้าง



ภาพที่ 4 รูปแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยจำแนกตามองค์ประกอบย่อย

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการสังเคราะห์การแปลความหมายงานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2565 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านคุณลักษณะ จำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบของบทความวิจัย ด้านเนื้อหาสาระ ด้านวิธีวิทยาการวิจัย และด้านคุณภาพงานวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. ด้านรูปแบบของบทความวิจัย (Pattern) บทความวิจัยลงตีพิมพ์ในฐาน TCI จำนวน 41 บทความ จำนวนเจ้าของบทความอยู่ระหว่าง 1-4 คน จำนวนหน้าโดยเฉลี่ยในแต่ละบทความ 15 หน้า จำนวนหน้าเนื้อหาโดยเฉลี่ยในแต่ละบทความ 13 หน้า และจำนวนหน้าอ้างอิงโดยเฉลี่ยในแต่ละบทความ 2 หน้า ทั้งนี้จำนวนรายการอ้างอิงในแต่ละบทความโดยเฉลี่ยเท่ากับ 19 รายการ เป็นรายการอ้างอิงภาษาไทยเฉลี่ย 8 รายการ และ ภาษาอังกฤษเฉลี่ย 12 รายการ ผู้เขียนที่อยู่สังกัดมหาวิทยาลัยศรีปทุม มีจำนวนมากที่สุด แหล่งตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารการบัญชีและการจัดการมีจำนวนมากที่สุด

2. ด้านเนื้อหาสาระ (Content) ผลสังเคราะห์เกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

1) ผลการสังเคราะห์การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย จัดกลุ่มได้ 8 กลุ่มคือ (1) เพื่อศึกษาตัวแปรต่าง ๆ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยสาเหตุที่จะส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรต่าง ๆ (3) เพื่อศึกษาวิเคราะห์และทดสอบความสัมพันธ์ (4) เพื่อศึกษาความคิดเห็นและวิเคราะห์ความคิดเห็น (5) เพื่อศึกษาและทดสอบผลกระทบ (6) เพื่อทดสอบและทดลองตัวแปรต่าง ๆ (7) เพื่อพัฒนาตัวแปร เพื่อพัฒนารูปแบบ และเพื่อสร้างรูปแบบ และ (8) เพื่อเปรียบเทียบตัวแปรเพื่อประยุกต์ใช้ และเพื่อนำเสนอตัวแปร

2) ผลการสังเคราะห์การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จัดกลุ่มได้ 5 กลุ่มคือ (1) ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (2) เทคโนโลยีและอิเล็กทรอนิกส์ (3) การตรวจสอบและการควบคุมภายใน (4) สภาพบริบทการจัดการและการบริหารองค์กร (5) ระบบบัญชี การจัดทำรายงานทางการเงินและการตัดสินใจ

3. ด้านวิธีวิทยาการวิจัย (Methodology) สรุปได้ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.93) มาจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ส่วนที่เหลือมาจากกลุ่มประชากร (Population) การประมวลผลข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง อยู่ระหว่าง 90 – 820 ราย และจากกลุ่มประชากรอยู่ระหว่าง 9 - 279 ราย การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้การคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มากที่สุด วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้มากที่สุดมี 2 วิธีเท่ากันคือ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือวิจัยชนิดเดียวและแบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้มากที่สุด รองลงมาคือแบบสัมภาษณ์ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยใช้การตรวจสอบความเที่ยงด้วยวิธีการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มากที่สุด

3) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นิยมใช้มากที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) การทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นิยมใช้มากที่สุด

4. คุณภาพงานวิจัย (Quality) บทความวิจัยที่นำมาสังเคราะห์มีคุณภาพอยู่ในระดับดี คุณภาพของงานวิจัยแต่ละเรื่องมีความใกล้เคียงกัน ข้อมูลมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการประเมินคุณภาพงานวิจัย ผลการวิจัยพบว่าบทความวิจัยที่นำมาสังเคราะห์มีคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับดี ยกเว้นหัวข้อการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับปัญหาวิจัย ที่ได้คะแนนประเมินอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อกำหนดด้านรูปแบบของวารสารต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกัน บางวารสารจำเป็นต้องมีหัวข้อแนวคิด ทฤษฎี การทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่บางวารสารไม่ได้กำหนดไว้ ทำให้ในการประเมินหัวข้อดังกล่าวไม่มีคะแนนประเมินในส่วนนี้ จึงส่งผลกระทบต่อคะแนนประเมินในภาพรวม

2. วิธีวิทยาการวิจัย

1) ผลการวิจัยพบว่า วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ปรากฏในบทความวิจัยโดยส่วนใหญ่ไม่มีการระบุวิธีการโดยละเอียด ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ดีจะเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากร การที่จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ดี ผู้วิจัยจำเป็นต้องเข้าใจหลักและวิธีการสุ่มตัวอย่างซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากข้อสรุปที่ได้สามารถอ้างอิงไปสู่กลุ่มประชากรได้อย่างถูกต้องหรือใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างมี 2 วิธี (จารุณี อภิวัฒน์ไพศาล, 2554) ได้แก่ (1) Probability sampling เช่น simple random sampling, systematic random sampling, stratified random sampling, cluster random sampling, multistage sampling และ (2) Non-probability sampling เช่น accidental sampling, convenience sampling, purposive sampling, quota sampling, snowball sampling, volunteer sampling ทั้งนี้การสุ่มตัวอย่างแต่ละวิธีมีเงื่อนไขและความจำเป็นในการเลือกใช้ที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจำเป็นต้องศึกษาเพื่อเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างให้เหมาะสม เพื่อให้ข้อสรุปที่ได้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือเช่นเดียวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากร

2) ผลการวิจัยพบว่า โดยส่วนใหญ่เลือกใช้สถิติ Multiple Regression ถึงแม้ว่าจะเป็นสถิติที่ดี อย่างไรก็ตามยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้ครั้งละ 1 ความสัมพันธ์ ทั้งนี้ปัจจุบันการใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ได้รับความนิยมน้อยกว่าหลาย เป็นเทคนิควิธีการวิเคราะห์ทางสถิติที่มุ่งศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ สามารถตรวจสอบความสัมพันธ์ได้หลายสมการในเวลาเดียวกัน และตัวแปรบางตัวในสมการโครงสร้างเป็นได้ทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม นอกจากนี้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างยังวิเคราะห์ตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงได้ด้วย ดังนั้นงานวิจัยที่เกิดขึ้นในอนาคตอาจพิจารณาเลือกใช้ SEM ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ตัวแปรที่มีความซับซ้อน ลึกซึ้ง ได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยด้านคุณภาพงานวิจัยพบว่า งานวิจัยในอดีตร้อยละ 32.9 ไม่มีการทบทวนวรรณกรรม ดังนั้นการเขียนบทความวิจัย ผู้วิจัยควรให้ความสำคัญกับการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

2. ผลการวิจัยด้านวิธีวิทยาการวิจัยพบว่าบทความวิจัยโดยส่วนใหญ่ไม่ระบุวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนั้นการพัฒนางานวิจัยควรเขียนหลักการและระเบียบวิธีการวิจัยให้ถูกต้อง ครบถ้วนตามหลักวิชาการ

3. ผลการวิจัยด้านวิธีวิทยาการวิจัยพบว่างานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษา ทดสอบ วิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนารูปแบบ สร้างรูปแบบ ดังนั้นควรพิจารณาใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งมีจุดเด่นในด้านการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล เสมือนมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านช่วยยืนยันและตรวจสอบว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ผลการวิจัยด้านรูปแบบบทความวิจัย ทำให้เกิดข้อค้นพบที่จะนำไปสู่การทำวิจัยในอนาคตคือ จำนวนหน้าเนื้อหาของบทความควรมีประมาณ 15 หน้า เฉพาะเนื้อหาประมาณ 11-13 หน้าการอ้างอิงจำเป็นต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งนี้รวมกันแล้วไม่ควรน้อยกว่า 19 รายการ

2. ผลการวิจัยด้านเนื้อหาสาระพบว่าการทำวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในประเทศไทยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณทั้งหมด ดังนั้นในอนาคตอาจพิจารณาการทำวิจัยเชิงคุณภาพ รวมถึงการวิจัยแบบผสมวิธี

3. ผลการวิจัยด้านวิธีวิทยาการวิจัยพบว่า งานวิจัยในอดีตพบว่านิยมใช้ Multiple Regression ในการวิเคราะห์ข้อมูล อย่างไรก็ตามการพัฒนางานวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีในอนาคต อาจพิจารณาใช้สถิติขั้นสูงที่สามารถตรวจสอบความสัมพันธ์ได้หลายสมการในเวลาเดียวกันเพื่อขจัดข้อจำกัดของ Multiple Regression ทั้งนี้ในการเลือกใช้สถิติขั้นสูง เช่น SEM จำเป็นคำนึงถึงขนาดตัวอย่าง (Sample size) ด้วย

8. ประโยชน์ของงานวิจัยด้านการนำไปใช้ในทางวิชาการ

1. มีประโยชน์ในการกำหนดตัวแปร และสมมติฐานการวิจัยที่มีประสิทธิภาพในอนาคต
2. ทำให้ได้แนวทางการพัฒนางานวิจัยว่าควรดำเนินการไปในทิศทางใดในอนาคต
3. มีประโยชน์ในการนำความรู้เชิงวิชาการต่อยอดไปสู่การปฏิบัติ เนื่องจากการสังเคราะห์งานวิจัยทำให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้ในภาคปฏิบัติ

9. เอกสารอ้างอิง

- กุลทิรา จันทนา, ต่องใจ แยมผกา, และ รุจิรา จุลภักดิ์. (2564). ผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออก. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(9), 95-108.
- ขจิต ฌ กภาพสินธุ์ และ พันคม ศรีบุญลือ. (2561). ผลกระทบของประสิทธิภาพของระบบเครือข่ายเคลื่อนที่ต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(4), 38-49.
- จารุณี อภิวัฒน์ไพศาล. (2554). การสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยทางบัญชี. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*. 5(5), 1-12.
- จิรัชญา ศิลสัตยาวงค์, ขุภาพร ทีฆาอุตมากร, และ ประยงค์ มีใจเชื้อ. (2563). ผลกระทบของคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารและสารสนเทศทางการบัญชีบริหารต่อการดำเนินงานของโรงแรมในพื้นที่เขตชะอำและหัวหิน. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(2), 464-474.
- ฉัตรวุฒิ อิมขมชื่น. (2563). การสังเคราะห์งานวิจัยระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาทางการบริหารจัดการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, 20(1), 153-166.

- ชนิตาพร บุนนาค และ สุรีย์ โขษกรนนท์. (2563). ผลกระทบของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชีของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(4), 381-394.
- ชัยฤกษ์ พุฒิวิญญู, เนตรดาว ชัยเขต และ โชคนิติ แสงลออ. (2561). คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 7(2), 23-40.
- ชลิต ผลอินทร์หอม และ ไกรวิทย์ หลีกภัย. (2565). รูปแบบการพัฒนาทักษะด้านอาชีพและทักษะด้านสารสนเทศทางการบัญชีของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล 4.0 ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 10(5), 2172-2185.
- ชัยมงคล ผลแก้ว. (2560). การใช้สารสนเทศทางการบัญชีในการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันของ SMEs กรณีศึกษาธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 4(1), 31-46.
- ชลิต ผลอินทร์หอม และ ไกรวิทย์ หลีกภัย. (2564). โมเดลการพัฒนาทักษะด้านอาชีพและทักษะด้านสารสนเทศทางการบัญชีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล 4.0 ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 18(1), 585-597.
- ชาญสิทธิ์ คำพุ่ม ศานิตย์ ศรีคุณ และ สิริกร บำรุงกิจ. (2564). การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับสะเต็มศึกษาในประเทศไทย. *วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา*, 12(1), 188-204.
- ณัฏริกาญจน์ เขียววรรณันท์ และ วิฑิตาภรณ์ สิ้นจรรยาศักดิ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี กรณีศึกษาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, 17(3), 42-59.
- ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล. (2562). ระบบสารสนเทศทางการบัญชี. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐธยาน์ อธิรัฐจิรัชย์, พิชราภรณ์ ใจบุญมา, และ นิธญา ก่อมขุนทด. (2562). ความสัมพันธ์ของคุณภาพสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการเซาร์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 5(2), 30-48.
- ณัชชารีย์ กุลพิชัยจิราวุฒิ, สุภัทรพร ทวีจันทร์, สหสา พลนิล และปิยฉัตร ทองแพ. (2561). การประยุกต์ใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสังกัดสำนักส่งเสริมและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ. *Journal of Ratchathani Innovative Social Sciences*, 2(2), 60-70.
- ทิพย์สุดา ทาสีดำ. (2565). ผลกระทบของความน่าเชื่อถือของสารสนเทศทางการบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *มนุษยสังคมสาร (มสส.)*, 20(2), 179-200.
- ธารินี เณรวงค์ และ วรกร แชมเมืองปัก. (2559). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับการควบคุมภายในระบบสารสนเทศทางการบัญชีภายใต้การบริหารงานการเงินการคลังภาครัฐของหน่วยงานสนับสนุนภารกิจฝ่ายการเมือง. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(3), 161-174.
- ธัญกานต์ คชฤทธิ์ และ กุสุมา คำพิทักษ์. (2563). การยอมรับระบบคลาวด์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีภาคธุรกิจ สำหรับผู้ทำบัญชี. *วารสารศิลปการจัดการ*, 4(1), 13-22.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542) การวิเคราะห์ห่อภิมาณ. กรุงเทพมหานคร: นิชินแอดเวอร์ไอท์ซิ่งกรุ๊ป.

- นงลักษณ์ วิรัชชัย (ผู้บรรยาย). (18-21 มีนาคม 2557). การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยเทคนิค Meta-Analysis และ Meta-Ethnography (1). ใน *หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยเทคนิค Meta-Analysis และ Meta-Ethnography*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เนตรนภา รักษายศ และ วิจิต อุ๋อัน. (2562). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสารสนเทศทางบัญชีและประสิทธิภาพองค์กร: กรณีศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 6(1), 71-94.
- บุญยพรรณ คงแก้ว, พัชรี พระสงฆ์, อรัญญา จินาชาญ, และอารยา แก้วคง. (2565). ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีและคุณลักษณะองค์กรธุรกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เขตภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 11(4), 124-137.
- ปรีรัตน์สรณ์ ประจักษ์จิตร และ สุรีย์ โขษกรณัญ. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุของระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด*, 10(2), 646-657.
- พลพฐ ปิยวรรณ และ กัญญนิภา นิชโรจน์ธนะ. (2559). ระบบสารสนเทศทางการบัญชี. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิทย์พัฒนา จำกัด.
- ไพสรณ์ สูงสมบัติ. (2564). คุณภาพของข้อมูลและความรู้ความเข้าใจสารสนเทศทางการบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(3), 86-97.
- ภณิดา สุนทรไชย, รทวรรณ อภิโชติธนกุล, ภาณุทัต สวัสดิ์ถาวร และสุรศักดิ์ วงษ์เปรี๊ยะ. (2564). การส่งเสริมประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินฟาร์มโคนมด้วยระบบสารสนเทศทางการบัญชี. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, 8(4), 1-19.
- ภาวิณี แสนชนม์ และ น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2561). การสังเคราะห์งานวิจัยด้านการจัดการสารสนเทศ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 7(1), 23-42.
- เยาวนุช รักสงฆ์. (2562). ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(2), 200-213.
- รัญชิตา สังขดวง. (2556). ศึกษาการจัดทำบัญชีและการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของสถานประกอบการนิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดปัตตานี. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(1), 57-72.
- รุ่งทิพา ทาปาลี และ สุวรรณมา เลหาหะวิสุทธิ. (2561). การพัฒนาสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารของโรงพยาบาลสารภี จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 7(2), 115-128.
- รัชณี แสงศิริ และ ดุสิต ศรีสร้อย. (2555). รูปแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีของธนาคารสัจจะออมทรัพย์บ้านศรีไค่ ออก จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(1), 79-98.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2550). ทิศทางและอาณาบริเวณการประเมิน. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฤติมา มุ่งหมาย และ วรณช กุอุทา. (2564). การพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการและสนับสนุนการตัดสินใจของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(1), 43-55.

- วิชา พริ้งพวงพงษ์, พุฒิธร จิรายุส และ ฉัตรพล มณีกุล. (2565). การควบคุมภายในด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี: กรณีศึกษาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคกลาง) นครปฐม. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(4), 185-196.
- ศรัณย์ ชูเกียรติ. (2557). ระบบสารสนเทศทางการบัญชี. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทีพีเอ็น เพรส.
- สหเทพ คำสุริยา, ปิยะ แก้วบัวดี และ ชุตติกร ประยูรเกียรติ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีของหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 13(3), 76-87.
- สายฝน อุไร, ผกามาศ บุตรสาลี และ ทิพย์สุดา ทาสีดำ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างระบบสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีคุณภาพของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 10(2), 39-55.
- สาวิตรี พรหมรักษา และ ดารณี เอื้อชนะจิต. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีและประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 14(2), 35-49.
- สาวิตรี พรหมรักษา และ ดารณี เอื้อชนะจิต. (2564). อิทธิพลของกระบวนการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีและประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร. *สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 27(4), 155-169.
- สุกัญญา คลังทอง, สุพิน ฉายศิริไพบูลย์ และอัจฉราพร โชติพิทักษ์. (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 100-116.
- สุชาย สิริภัทรกุลธร, ศักดิ์ชัย นิรัญทวี, อัจฉรา วัฒนามรงค์ และชญาพร ทีฆาอุตมากร. (2564). การพัฒนารูปแบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(7), 287-305.
- โสภภาพรณ ไชยพัฒน์. (2559). การใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 2(2), 56-65.
- อนุชา พุฒิกุลสาคร และปาลวี พุฒิกุลสาคร. (2564). ผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์: การตรวจสอบเชิงประจักษ์ธุรกิจโรงแรมระดับสี่และห้าดาวในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(4), 148-164.
- อรรถพล ตรีตานนท์. (2546). ระบบสารสนเทศทางการบัญชี. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- อุทุมพร จามรมาน. (2531). การสังเคราะห์งานวิจัย: เชิงปริมาณ. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟันนี่พับลิชชิง.
- อุเทน เลาน้ำทา และ จิฎิกานต์ สุริยะสาร. (2562). ประสิทธิภาพการควบคุมของระบบสารสนเทศทางการบัญชีและความได้เปรียบด้านข้อมูลทางการบัญชี: หลักฐานเชิงประจักษ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 13(1), 105-120.

- อภิญา คงวิริยะกุล, ไพลิน นิลนิยม และศุภธินี ปราชญ์ศรีภูมิ. (2561). ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเคมีภัณฑ์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(4), 1-11.
- อรอนงค์ จำปาแก้ว, อุเทน เลาน้ำทา และ กิตติพล วิแสง. (2563). ผลกระทบของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 87-99.
- อุเทน เลาน้ำทา. (2562). ผลกระทบของการเปิดเผยสารสนเทศทางการบัญชีออนไลน์ที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจขึ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 8(1), 130-153.
- อัจฉราภรณ์ ทเวชาวี, ขจิต ฌ กาฬสินธุ์, และนงลักษณ์ แสงมหาชัย. (2561). ผลกระทบของสมรรถนะของระบบสารสนเทศทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 5(2), 267-278.
- Cooper, H. & Lindsay, J. J. (1997). *Research Synthesis and Meta-analysis: Handbook of Applied Social Research Methods*. California: Sage Publication.
- Glass, G. V. (1982). Meta-Analysis: an approach to synthesis of research results. *Journal of Research in Science Teaching*, 19(2), 93-112.
- Lohapan, N., Phornlaphatrachakorn, K. & Raksong, S. (2018). Accounting Information System Quality and Business Goal Achievement: An Empirical Evidence from Auto Parts SMEs in Thailand. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 11(4), 538-560.
- Noblit, G. W. & Hare, R. D. (1988). *Meta-Ethnography: Synthesizing Qualitative Studies*. Newbury Park: Sage Publications.
- Sarun Chookhiatti. (2014). *Accounting Information System (1st ed.)*. Bangkok: TPN PRESS Limited Partnership.
- St. Pirre, G. R. (1982). Follow through: A case Study in Meta Evaluation Research. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 4(1), 47-55.
- Wangcharoendate, S. (2019). Creativity of The Modern Accounting Information System and Business Goal Achievement: An Empirical Evidence from Auto Parts Small and Medium Enterprise in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 13(3), 9-19.

การเปรียบเทียบดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของประชากร
วัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
BODY MASS INDEX AND BODY FAT PERCENTAGE COMPARISON
AMONG WORKING-AGE INDIVIDUALS IN MUEANG DISTRICT,
SAKON NAKHON PROVINCE

ปาณิสรา ทศนัยนา^{1*} ภูซงค์ รุ่งอินทร์¹ เกரியงไกร พร้อมนฤฤทธิ์¹
บรรณสิทธิ สิทธิบรรณกุล¹ อรจิรา วงศ์อาษา² และ สุรเชษฐ์ อ่อนสีแดง³
Parnisara Tasnaina^{1*} Phuchong Rungin¹ Kriangkrai Promnaruritte¹
Bannasit Sitthibannakul¹ On-jira Wong-arsa² and Surachet Onseedaeng³

(Received: March 31, 2023; Revised: May 8, 2023; Accepted: June 12, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบค่าดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร อายุระหว่าง 20-59 ปี จำนวน 912 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจด้วยเครื่องวิเคราะห์องค์ประกอบร่างกาย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติทดสอบ t-test ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงและเพศชายมีดัชนีมวลกายเฉลี่ย 24.00 (\pm 4.81) และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเฉลี่ย 27.30 (\pm 4.81) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่าไม่มีความแตกต่างของค่าดัชนีมวลกายที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่อย่างไรก็ตามพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของเปอร์เซ็นต์ไขมันที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเพศชายเท่ากับ 21.69 (\pm 4.45) ในขณะที่เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 23.75 (\pm 5.12) เมื่อเทียบค่าเฉลี่ยรวมดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายกับเกณฑ์ปกติของกระทรวงสาธารณสุข พบว่าค่าเฉลี่ยดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์เริ่มอ้วนระดับที่ 1 และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายอยู่ในเกณฑ์เริ่มมีไขมันสะสมระดับที่ 1 โดยเฉพาะช่วงอายุ 45-59 ปี การศึกษานี้ให้ข้อมูลที่สำคัญต่อการพัฒนาวิธีการออกกำลังกายที่มีประสิทธิภาพมุ่งเน้นการควบคุมน้ำหนักโดยใช้วิธีการแบบแอโรบิกตามคำแนะนำของหลักการ FITT และการฝึกความต้านทานที่ปรับให้เหมาะสมกับสภาวะสุขภาพ เพศ และอายุแต่ละบุคคล เป้าหมายสูงสุดคือการวางแผนกิจกรรมการออกกำลังกายที่ส่งเสริมการควบคุมน้ำหนักและปรับปรุงสุขภาพโดยรวมของประชากรวัยทำงานในเขตนี้โดยเฉพาะ

คำสำคัญ: ดัชนีมวลกาย เปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย คนวัยทำงาน กิจกรรมการออกกำลังกาย

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Assistant Professor, Faculty of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University

² อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Lecturer, Faculty of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University

³ ครูชำนาญการพิเศษ โรงเรียนคลองลำเจียก (วังทองบำรุง) กรุงเทพมหานคร

Senior Professional Level Teachers, Khlong Lam Chiak School (Wang Thong Bamrung), Bangkok

* corresponding author, E-mail: ornapa.t@ku.th

Abstract

This study investigated and compared the body mass index (BMI) and body fat percentage among working-age individuals (20-59 years) in Mueang District, Sakon Nakhon Province. A sample of 912 participants was surveyed using body composition analyzers to collect data on BMI and body fat percentage. Descriptive and inferential statistical analyses (t-test) were conducted on the collected data. The results showed that both males and females had an average BMI of 24.00 (\pm 4.81), and an average body fat percentage of 27.30 (\pm 4.81). There was no significant difference in BMI between males and females at a significance level of 0.05. However, a significant difference in body fat percentage was observed between genders at the same significance level. Males had an average body fat percentage of 21.69 (\pm 4.45), while females had an average of 23.75 (\pm 5.12). When comparing the overall BMI and body fat percentage averages with the guidelines provided by the Ministry of Public Health, it was found that the average BMI fell within the "overweight level 1" category, and the average body fat percentage fell within the "accumulated fat level 1" category. This trend was particularly noticeable among individuals aged 45-59. This study contributes to the understanding of BMI and body fat percentage among working-age individuals in Mueang District, Sakon Nakhon Province. It aims to develop targeted exercise plans that prioritize weight control and overall health outcomes through an aerobic-based approach, incorporating the FITT principle and customized resistance training. The ultimate goal is to design exercise activities that promote weight management and enhance the overall health of the working-age population in this specific district.

Keywords: Body Mass Index, Body Fat Percentage, Working-Age Individuals, Physical Activities

1. บทนำ

ปัจจุบันพบว่าคนวัยทำงานถือเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศ ช่วงอายุ 20-59 ปี มีจำนวน 40,368,845 คน (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2565) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่เป็นทั้งผู้นำและผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของครอบครัว จึงต้องทำงานหนักมากขึ้นเพื่อให้มีรายได้ที่พอเพียงต่อความต้องการในการดำรงชีวิตประจำวัน เมื่อต้องทำงานหนักอาจมีผลให้คนวัยทำงานเกิดความเครียดสะสมในร่างกายเพิ่มมากขึ้นส่งผลเสียต่อสุขภาพ และส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน การที่ประเทศมีประชากรวัยทำงานที่เพิ่มมากขึ้นมีได้หมายความว่า จะมีคนช่วยแบ่งเบาภาระการทำงานหนักมากขึ้น ประชากรวัยทำงานยังคงทำงานหนักเช่นเดิม การทำงานหนักอาจส่งผลกระทบต่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพต่าง ๆ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมแก่คนวัยทำงาน ซึ่งจะพบว่าปัจจุบันมีการปฏิบัติพฤติกรรมเนือยนิ่งที่ส่งผลในทางไม่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น เช่น การอ่านหนังสือ การนั่งทำงาน การนั่งหน้าจอบนคอมพิวเตอร์เป็นระยะเวลาานาน การนั่งประชุม การนั่งหรือนอนเล่นโทรศัพท์ รวมไปถึงการนั่งรถโดยสารหรือการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งการไม่มีกิจกรรมทางกายหรือน้อย จะถูกเรียกว่า “พฤติกรรมเนือยนิ่ง” (Sedentary Behavior) จากการสำรวจข้อมูลในช่วงสี่ทศวรรษระหว่างเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2563 พบว่า คนไทยมีพฤติกรรมเนือยนิ่งเพราะต้องอยู่ในบ้าน นั่ง ๆ นอน ๆ เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2555-2563 เฉลี่ย 14 ชั่วโมง 32 นาทีต่อวัน ซึ่งอาจเพิ่มความเสี่ยง

ต่อการเป็นโรค NCDs ได้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2564) องค์การอนามัยโลกได้ให้ข้อมูลว่าการมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอและการมีพฤติกรรมเนือยนิ่ง เป็นสาเหตุสำคัญของการเสียชีวิตของประชากรโลกเกือบ 1.9 ล้านคน รวมทั้งเป็นสาเหตุหลักของการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Noncommunicable Diseases : NCDs) (กุลทัต หงส์ขยางกูร และคณะ, 2561) ในปัจจุบันกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังพบมากในประชากรไทยและมีสถิติการเสียชีวิตมากถึงร้อยละ 75 ของการเสียชีวิตหรือประมาณ 320,000 คนต่อปี (สำนักโรคไม่ติดต่อ, 2560) จากข้อมูลสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสกลนครพบว่ากลุ่มผู้ป่วยและกลุ่มเสี่ยงของโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร มีจำนวนผู้ป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังจำนวน 21,396 คน โรคที่พบผู้ป่วยส่วนใหญ่คือ โรคเบาหวาน โรคอ้วน และโรคความดันโลหิตสูงฯ เป็นต้น (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสกลนคร, 2565) และจากวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันมีเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยทำให้การดำเนินชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น ส่งผลให้มีลักษณะอาชีพหรือพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานเปลี่ยนไป อาชีพที่ต้องใช้แรงในการทำงานหรือการเคลื่อนไหวทำกิจกรรมต่าง ๆ ลดน้อยลง อาชีพนั่งโต๊ะทำงานหรือใช้แรงทำงานน้อยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้คนวัยทำงานมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคต่าง ๆ โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือโรค NCDs ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิตของประชากรโลกเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคความดัน และโรคเบาหวาน โรคอ้วน เป็นต้น (เบญจ ป้องกันภัย, 2562)

การป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดโรคเหล่านี้ที่ได้ผลอีกหนึ่งทางเลือก คือ การสร้างเสริมสุขภาพของคนวัยทำงานให้แข็งแรงด้วยการทำกิจกรรมทางกายที่เพียงพอ การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และการเคลื่อนไหวร่างกายเป็นประจำ แต่การวางแผนการออกกำลังกายและกิจกรรมทางกายนั้นจำเป็นต้องทราบข้อมูลพื้นฐานองค์ประกอบของร่างกายซึ่งเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่สามารถบ่งชี้สภาวะสุขภาพโดยเฉพาะ ภาวะอ้วนหรือภาวะน้ำหนักเกินเกณฑ์ ได้แก่ ค่าดัชนีมวลกาย (Body Mass Index: BMI) คือค่าที่ใช้ประเมินภาวะอ้วนและพอมในผู้ใหญ่ตั้งแต่อายุ 20 ปีขึ้นไป ภาวะอ้วน (Obesity) หรือภาวะน้ำหนักเกินเกณฑ์ (Overweight) คือ ภาวะที่ร่างกายมีการสะสมของไขมันมากกว่าปกติ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ร่างกายได้รับพลังงานเกินกว่าที่ร่างกายต้องการ จึงเกิดการสะสมพลังงานที่เหลือเอาไว้ในรูปของไขมันตามอวัยวะต่าง ๆ ส่งผลเสียต่อสุขภาพและเพิ่มความเสี่ยงในการเกิดโรคแทรกซ้อนโดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือโรค NCDs และเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย (Body fat percentage) คือ อัตราส่วนร้อยละของร่างกายที่เป็นส่วนของไขมัน ซึ่งข้อมูลพื้นฐานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพสำหรับประชาชนทั่วไปที่ถูกนิยมนำไปใช้เพื่อประเมินสุขภาพของประชาชนเบื้องต้นว่าอยู่ในเกณฑ์สุขภาพที่ดี

จากการทบทวนวรรณกรรมและเหตุผลข้างต้น ทีมวิจัยซึ่งเป็นคณาจารย์ด้านกีฬาและสุขภาพ จากมหาวิทยาลัย ในอำเภอเมืองจังหวัดสกลนคร จึงมีความสนใจที่จะศึกษาและเปรียบเทียบดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของคนวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ทั้งเพื่อให้ได้ทราบถึงค่าดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของกลุ่มคนวัยทำงาน และเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานการบ่งชี้สภาวะสุขภาพเบื้องต้นเพื่อนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการส่งเสริมและวางแผนการจัดกิจกรรมทางกายต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับบริบทและสภาพจริงของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบดัชนีมวลกายเพศชาย เพศหญิงของคนวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเพศชาย เพศหญิงของคนวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ค่าดัชนีมวลกาย

ค่าดัชนีมวลกาย (Body mass index, BMI) หมายถึง ค่าดัชนีที่คำนวณได้จากน้ำหนักของร่างกาย และส่วนสูง เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบความสมดุลระหว่างน้ำหนักของร่างกายต่อความสูงของมนุษย์ ค่าดัชนีมวลกาย อาศัยความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักตัว (กิโลกรัม) และส่วนสูง (เมตร) เป็นตัวชี้วัดสภาวะของร่างกายว่ามีความสมดุลของน้ำหนักตัวต่อส่วนสูงอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมหรือไม่ ค่าดัชนีสามารถคำนวณได้โดยสูตร ดังนี้

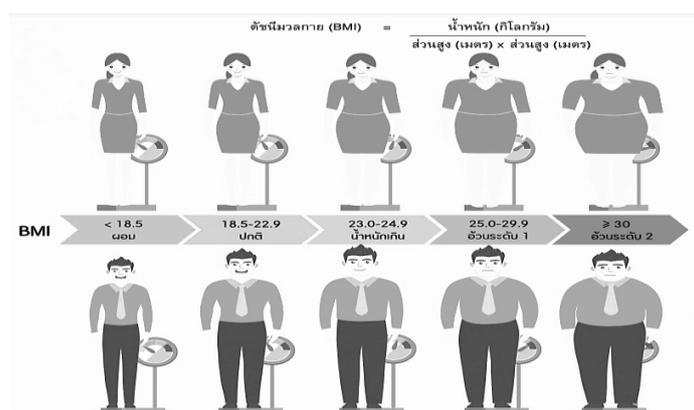
$$\text{ดัชนีมวลกาย (BMI)} = \frac{\text{น้ำหนักตัว (กิโลกรัม)}}{\text{ส่วนสูง (เมตร)}^2}$$

ในงานวิจัยนี้พิจารณาค่าดัชนีมวลกายจากมาตรฐานอาเซียน ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่กระทรวงสาธารณสุขนำมาใช้เพื่อประเมินคนไทย ค่าดัชนีมวลกายที่คำนวณได้จากแต่ละบุคคลนำมาจำแนกได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการจำแนกค่าดัชนีมวลกายจากการคำนวณ

ค่าดัชนีมวลกายมาตรฐานสากล (กิโลกรัมต่อเมตร ²)	ค่าดัชนีมวลกายมาตรฐานอาเซียน (กิโลกรัมต่อเมตร ²)	การจำแนก
< 18.5	< 18.5	น้ำหนักน้อยกว่ามาตรฐาน
18.5-24.9	18.5-22.9	ปกติ
25-29.9	23-24.9	อ้วนระดับ 1
30-34.9	25-29.9	อ้วนระดับ 2
35-39.9	มากกว่าหรือเท่ากับ 30	อ้วนระดับ 3
มากกว่าหรือเท่ากับ 40	-	อ้วนระดับ 4

ที่มา: องค์การสหประชาชาติ (2543), กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2565)



ภาพที่ 2 แสดงรูปร่างกับค่าเกณฑ์มาตรฐานดัชนีมวลกายของคนไทยเพศชายและหญิง
ที่มา: สำนักโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2561)

3.2 เปอร์เซนต์ไขมัน

เปอร์เซนต์ไขมันในร่างกาย (Body fat percentage) หมายถึง เปอร์เซนต์ไขมันในร่างกายของคนเราเป็นไขมันใต้ผิวหนังและไขมันที่เกาะตามอวัยวะภายในไม่ใช่ไขมันในเลือดเปอร์เซนต์ที่วัดได้สามารถบอกได้ว่าคนนั้นเข้าข่ายเป็นโรคอ้วนหรือไม่ เปอร์เซนต์ไขมันในร่างกายที่มากเกินไปเป็นสาเหตุเกี่ยวโยงที่จะก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพ เช่น โรคความดันโลหิตสูง ไขมันในเลือดสูง ทำให้เส้นเลือดอุดตัน โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคมะเร็ง เช่าเสื่อม มีโอกาสเสี่ยงที่จะมีระดับไขมันคอเรสเตอรอล ไตรกลีเซอไรด์สูง และโรคอื่น ๆ

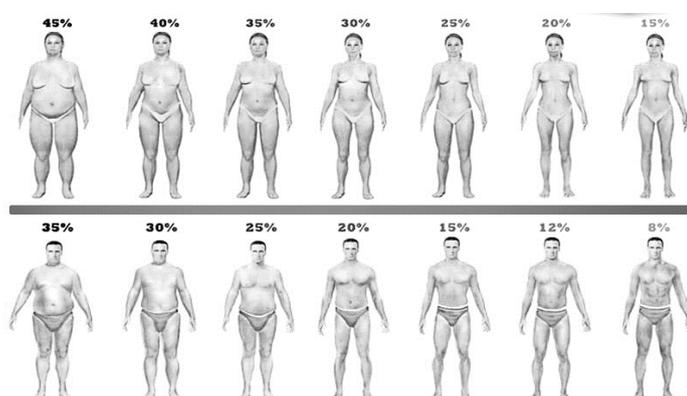
ดังนั้น เปอร์เซนต์ไขมันในร่างกาย จึงสามารถพิจารณาได้จากอัตราส่วนของน้ำหนักตัวต่อเปอร์เซนต์ไขมันในร่างกายที่อยู่ใต้ผิวหนังและไขมันที่เกาะตามอวัยวะในร่างกายที่ไม่ใช่ไขมันเลือด การวิเคราะห์ เปอร์เซนต์ไขมันในร่างกายสามารถวิเคราะห์ด้วยเครื่องชั่งน้ำหนักเครื่องวัดวิเคราะห์องค์ประกอบของร่างกาย และวัดเปอร์เซนต์ไขมัน (Body fat monitor scale)

เครื่องวัดองค์ประกอบร่างกาย ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นเครื่องวัดองค์ประกอบของร่างกาย หรือ Body Composition Analyzer ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบของร่างกายด้วยหลักการอ่านค่าจากความต้านทานของกระแสไฟฟ้าต่อเซลล์ในร่างกาย (Bioelectrical Impedance Analysis) ซึ่งกระแสไฟฟ้าที่ใช้ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย

ตารางที่ 2 แสดงการจำแนกเปอร์เซนต์ไขมันในร่างกาย

ผู้หญิง (% Fat)	ผู้ชาย (% Fat)	ลำดับ	คำอธิบาย
10-13%	2-5%	Essential Fat	มีไขมันค่อนข้างน้อย เท่าที่จำเป็น
14-20%	6-13%	Athletes	มีไขมันพอประมาณ (กลุ่มนักกีฬา)
21-24%	14-17%	Fitness	มีไขมันพอประมาณ (กลุ่มคนออกกำลังกายเป็นประจำ)
25-31%	18-25%	Acceptable	มีไขมันพอประมาณ อยู่เกณฑ์พอดี (กลุ่มคนทั่วไป)
32% +	25% +	Obese	มีไขมันมากเกินไป ควรลดปริมาณไขมัน

ที่มา: American Council on Exercise (2022)



ภาพที่ 2 แสดงรูปร่างกับเปอร์เซนต์ไขมันเพศชายและเพศหญิง

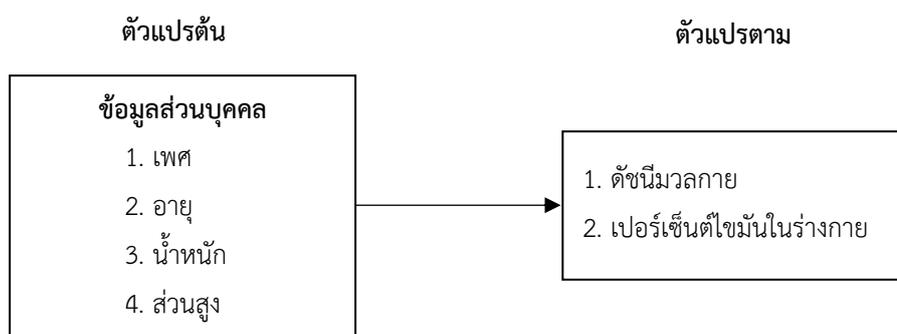
ที่มา: American Council on Exercise (2022)

3.3 โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Noncommunicable Diseases: NCDs) เป็นโรคที่ไม่ได้เกิดจากเชื้อโรคและไม่สามารถแพร่กระจายจากคนสู่คนได้ แต่เป็นโรคที่เกิดจากนิสัยหรือพฤติกรรมการดำเนินชีวิต ซึ่งจะมีการดำเนินโรคอย่างช้า ๆ ค่อย ๆ สะสมอาการอย่างต่อเนื่อง และเมื่อมีอาการของโรคแล้วมักจะเกิดการเรื้อรังของโรคด้วย จึงอาจจัดว่าโรค NCDs เป็นกลุ่มโรคเรื้อรังได้ โรคไม่ติดต่อเรื้อรังเกิดได้จากหลายสาเหตุ แต่สาเหตุที่สำคัญและก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพในคนส่วนใหญ่ ได้แก่ การใช้ชีวิตอย่างไม่เหมาะสม ทั้งในการบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย ร่วมกับความเสื่อมของร่างกายตามอายุ เช่น โรคเบาหวาน โรคไขมันในเลือดสูง โรคความดันโลหิตสูง ภาวะอ้วน มะเร็ง โรคเหล่านี้อาจนำไปสู่โรคที่รุนแรงยิ่งขึ้น เช่น โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคไตเรื้อรัง และโรคสมองเสื่อมจากสาเหตุต่าง ๆ ทำให้ ผู้ป่วยมีคุณภาพชีวิตแย่ลง เกิดความพิการหรือแม้แต่เป็นสาเหตุของการเสียชีวิตได้ ปัจจุบันแนวโน้มผู้ป่วยกลุ่มโรค NCDs ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยเสี่ยงเริ่มต้นที่เห็นได้ชัดเจนคือน้ำหนักตัวของคนไทย ที่อยู่ในเกณฑ์เกินมาตรฐานมีจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดปัจจัยเสี่ยงที่จะเกิดกลุ่มโรค NCDs ตามมา อาจเริ่มจากการเป็นเบาหวาน ความดันสูง ไขมันในเลือดสูง ซึ่งหากเกิดขึ้นแล้วมักจะ เป็นเรื้อรังตามมาด้วยโรคแทรกซ้อนต่าง ๆ เช่น โรคกล้ามเนื้อหัวใจขาดเลือด อัมพฤกษ์อัมพาต จากสมองขาดเลือด ตาบอด ไตวาย ซึ่งนำไปสู่การสูญเสียอวัยวะได้ สาเหตุของการเกิดโรค เหล่านี้มาจากพฤติกรรมรับประทานอาหาร การพักผ่อน การออกกำลังกาย และการทำงานหนักเกินไป จนเกิดผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาว การดูแลตนเองช่วยลดปัญหาเหล่านี้ได้ หากตระหนักว่า โรคเรื้อรังต่าง ๆ ส่งผลเสียต่อสุขภาพของ ตนเอง และยังส่งผลกระทบต่อคนในครอบครัว (สำนักโรคไม่ติดต่อ, 2560)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของคนวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ ตัวแปรตาม คือ ดัชนีมวลกาย เปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือประชากรวัยทำงานอายุระหว่าง 20-59 ปี เขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จำนวน 108,752 คน สืบค้นจากโปรแกรม HDC ของสำนักทะเบียนราษฎร์ กระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2565

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรวัยทำงานอายุระหว่าง 20-59 ปี เขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร เนื่องจากจำนวนประชากรไม่แน่นอนผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร Taro Yamane (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ มีสูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1-Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (กำหนด $e = .05$)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} \quad n &= \frac{108,752}{1 + 108,752 (0.05)^2} \\ &= 399.99 \end{aligned}$$

ผลการคำนวณ ≈ 400 คน

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลคือ 400 คน จากนั้นทำการสุ่มแบบกำหนดสัดส่วนการเก็บจากทุกตำบลในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ดังนี้

1. ธาตุเชิงชุม	$28,886 \times (400/108752) = 106.24$	= 107 คน
2. ขมิ้น	$7,987 \times (400/108752) = 29.37$	= 30 คน
3. จิ้วค้อน	$4593 \times (400/108752) = 16.89$	= 17 คน
4. โนนหอม	$3938 \times (400/108752) = 14.48$	= 15 คน
5. เชียงเครือ	$4,819 \times (400/108752) = 54.50$	= 55 คน
6. ท่าแร่	$5,267 \times (400/108752) = 19.37$	= 20 คน
7. ม่วงลาย	$2,490 \times (400/108752) = 9.15$	= 10 คน
8. ดงชน	$2,242 \times (400/108752) = 8.24$	= 9 คน
9. ห้วยยาง	$8,742 \times (400/108752) = 32.15$	= 33 คน
10. พังขว้าง	$8,742 \times (400/108752) = 32.15$	= 33 คน
11. ดงมะไฟ	$5,411 \times (400/108752) = 19.90$	= 20 คน
12. ธาตุนาเวง	$1,769 \times (400/108752) = 6.50$	= 7 คน
13. เหล่าปอแดง	$4,663 \times (400/108752) = 17.15$	= 18 คน
14. หนองลาด	$3,518 \times (400/108752) = 12.93$	= 13 คน
15. ฮางโอง	$3,853 \times (400/108752) = 14.17$	= 15 คน
16. โคกก่อง	$1,832 \times (400/108752) = 6.73$	= 7 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือการวัดองค์ประกอบของร่างกาย

- ส่วนสูง วัดค่าส่วนสูงด้วยเครื่องวัดค่าส่วนสูง FBT ชนิดมีฐานพับได้ รหัส 47301
- น้ำหนัก เปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายและมวลกล้ามเนื้อวัดด้วยเครื่อง INBODY รุ่น 270 ซึ่งเป็นเครื่องวัด

องค์ประกอบของร่างกายที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลส่วนใหญ่มีใช้เฉพาะในมหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอนด้านกีฬา โรงพยาบาลและฟิตเนสขนาดใหญ่

3. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้ควบคุมดูแลการจัดบุุคภาคสนามด้วยตนเอง เพื่อเก็บข้อมูลโดยทำการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าถึงวันเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนและรายละเอียดในการเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยให้กับทีมผู้วิจัยอย่างละเอียด

สถานที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ 16 ตำบล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ได้แก่ ตำบลธาตุเชิงชุม ตำบลขมิ้น ตำบลจิวัดอน ตำบลโนนหอม ตำบลเชียงเครือ ตำบลท่าแร่ ตำบลม่วงลาย ตำบลดงชน ตำบลห้วยยาง ตำบลพังขว้าง ตำบลดงมะไฟ ตำบลธาตุนาเวง ตำบลเหล่าปอแดง ตำบลหนองลาด ตำบลฮางโฮง และตำบลโคกก่อง ดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชากรทั่วไป อายุ 20-59 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิงใน 16 เขต เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเพื่อเก็บข้อมูลจากบุุคภาคสนามจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ โดยผู้วิจัยจะต้องเข้าไปแนะนำตัวและอธิบายวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากนั้นสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเพื่อให้ตรงตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้และขอความยินยอมในการเข้าร่วมงานวิจัยต่อไป

วิธีการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างขึ้นยืนบนเครื่องวัดองค์ประกอบภายในร่างกาย จากนั้นทำการกรอกข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ และส่วนสูง เครื่องจะทำหน้าที่วิเคราะห์ร่างกายด้วยหลักการอ่านค่าจากความต้านทานของกระแสไฟฟ้าต่อเซลล์ในร่างกาย (Bioelectrical impedance Analysis) ซึ่งเครื่องจะคำนวณออกมาเป็นค่าองค์ประกอบภายในร่างกายคือ ค่าดัชนีมวลกายและค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 6 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน 2565 โดยทำการเก็บข้อมูลอาทิตย์ละ 1 ครั้ง ช่วงเวลา 13.00-16.00 น เนื่องจากมีผู้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ทำให้สามารถข้อมูลที่เก็บได้ทั้งหมด 912 คน ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 912 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ถูกนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลด้วยสถิติทดสอบ t-test ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

6. ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของประชากรวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร มีดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของประชากรวัยทำงาน

(n=912)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	438	48.00
หญิง	474	52.00
อายุ		
20-24 ปี	376	41.2
25-29 ปี	76	8.3
30-34 ปี	89	9.8
35-39 ปี	95	10.4
40-44 ปี	90	9.9
45-49 ปี	56	6.1
50-54 ปี	75	8.2
55-59 ปี	55	6.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ทำการทดสอบส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.57 รองลงมาคือ อายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.18 และ อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของน้ำหนัก ส่วนสูง ค่าดัชนีมวลกาย และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย ของประชากรวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

ข้อมูลพื้นฐาน	\bar{X}	S.D.
น้ำหนัก	63.74	15.23
ส่วนสูง	162.63	9.79
BMI	24.00	4.81
%Fat	27.30	4.81

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร มีน้ำหนักเฉลี่ย 63.74 (\pm 15.23) ส่วนสูงเฉลี่ย 162.63(\pm 9.79) ค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ย 24.00 (\pm 4.81) และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเฉลี่ย 27.30 (\pm 4.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงอายุ เพศ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของน้ำหนัก ส่วนสูง ของค่าดัชนีมวลกาย และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของประชากรวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนครแยกตามช่วงอายุ

อายุ	n		BMI		%Fat	
	ชาย	หญิง	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
20-24 ปี	231	145	23.16	4.88	23.18	10.21
25-29 ปี	39	37	23.53	4.95	26.87	9.76
30-34 ปี	28	61	24.51	4.20	30.48	8.26
40-44 ปี	32	63	24.17	4.84	30.83	8.51
45-49 ปี	43	47	25.27	5.36	29.21	9.17
50-54 ปี	18	38	25.18	4.06	31.68	6.89
55-59 ปี	15	40	24.84	4.50	32.13	8.55

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างประชากรวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่าดัชนีมวลกายและค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเกินเกณฑ์ปกติ เมื่อพิจารณา 3 ลำดับช่วงอายุที่เกินเกณฑ์ปกติ พบว่า ช่วงอายุ 45-49 ปีมีค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ย 25.27 (\pm 5.36) และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย เฉลี่ย 29.21 (\pm 9.17) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 50-54 ปีมีค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ย 25.18 (\pm 4.06) และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย เฉลี่ย 31.68 (\pm 6.89) และช่วงอายุ 55-59 ปีมีค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ย 24.84 (\pm 4.50) และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเฉลี่ย 32.13 (\pm 8.55)

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย เพศชายและเพศหญิงของประชากรวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

	%Fat				
	n	\bar{X}	S.D.	t	p
ชาย	438	21.69	9.22	-19.29	.000*
หญิง	474	32.49	7.52		

*p < .05

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ประชากรวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนครเพศชายมีค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย เท่ากับ 21.69 (\pm 9.22) และเพศหญิงมีค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเท่ากับ 32.49 (\pm 7.52) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของเปอร์เซ็นต์ไขมันระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าดัชนีมวลกายเพศชายและเพศหญิง ของประชากรวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

	BMI				
	n	\bar{x}	S.D	t	p
ชาย	438	24.28	4.44	1.67	.095
หญิง	474	23.75	5.11		

*p < .05

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ประชากรวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนครเพศชายมีค่าเฉลี่ยดัชนีมวลกายเท่ากับ 24.28 (\pm 4.44) และเพศหญิงมีค่าดัชนีมวลกายเท่ากับ 23.75 (\pm 5.11) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าดัชนีมวลกายระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

7. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด ร้อยละ 52 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 48 กลุ่มตัวอย่างมีน้ำหนักเฉลี่ย 63.74 (\pm 15.23) ส่วนสูงเฉลี่ย 162.63 (\pm 9.79) ค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ย 24.00 (\pm 4.81) และ ค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเฉลี่ย 27.30 (\pm 4.81) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าดัชนีมวลกายระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีค่าเฉลี่ยดัชนีมวลกายเท่ากับ 24.28 (\pm 4.45) และเพศหญิงมีค่าดัชนีมวลกายเท่ากับ 23.75 (\pm 5.12) ในขณะที่การเปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของกลุ่มตัวอย่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเท่ากับ 21.69 (\pm 4.45) และเพศหญิงมีค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเท่ากับ 23.75 (\pm 5.12) เมื่อนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาพบว่า ค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ยรวมเท่ากับ 24 และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันเฉลี่ยรวมเท่ากับ 27.30 เมื่อนำไปเทียบกับเกณฑ์ปกติของกระทรวงสาธารณสุข พบว่า ค่าเฉลี่ยดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์เริ่มอ้วนระดับที่ 1 และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายอยู่ในเกณฑ์เริ่มมีไขมันสะสมระดับที่ 1 จากผลการวิจัยเมื่อนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาพบว่า ค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ยรวม และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเมื่อนำไปเทียบกับเกณฑ์ปกติของกระทรวงสาธารณสุขพบว่า ค่าเฉลี่ยดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์เริ่มอ้วนระดับที่ 1 และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายอยู่ในเกณฑ์เริ่มมีไขมันสะสมระดับที่ 1 ดังนั้นกลุ่มวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จึงควรเพิ่มการทำกิจกรรมทางกายหรือการออกกำลังกายมากขึ้นโดยการออกกำลังกายแบบแอโรบิก ด้วยหลักการ FITT (ความถี่ ความหนัก ระยะเวลาและชนิดกีฬา) หรือออกกำลังกายแบบแอโรบิกร่วมกับการออกกำลังกายด้วยแรงต้าน ด้วยโปรแกรมการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพ สุขภาพ เพศ และวัย

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของประชากรวัยทำงานในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีน้ำหนักโดยเฉลี่ย 63.74 (\pm 15.23) ส่วนสูงเฉลี่ย 162.63 (\pm 9.79) ค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ย 24.00 (\pm 4.81) และมี ค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเฉลี่ย 27.30 (\pm 4.81) เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุจากข้อสังเกตพบว่าช่วงอายุที่มากขึ้นจะมีค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ Durnin

and Womersley (1974) ที่กล่าวว่าไขมันของร่างกายแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามอายุ ภาวะนี้เรียกว่า “Creeping Obesity” ทั้งนี้ อาจจะเกี่ยวข้องกับอัตราการเผาผลาญพลังงานขณะพัก (Resting metabolic rate) การที่มีไขมันของร่างกายเพิ่มมากขึ้นจะนำไปสู่การลดลงของสภาวะสุขภาพ และสมรรถภาพทางกาย

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเท่ากับ $21.69 (\pm 9.22)$ และเพศหญิงมีค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเท่ากับเท่ากับ $32.49 (\pm 7.52)$ พบว่าค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายของเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับ The ACE Body fat chart American council on exercise (2022) พบว่า ค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย ของผู้ชายปกติมีค่าระหว่าง 18-24% และผู้หญิงมีค่า 25-31% แต่จากการสำรวจประชากรวัยทำงาน อำเภอเมืองจังหวัดสกลนคร พบว่าค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเพศชายเท่ากับ $21.69 (\pm 4.45)$ และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเพศหญิงเท่ากับเท่ากับ $32.49 (\pm 5.12)$ เมื่อนำไปเทียบกับเกณฑ์ปกติพบว่าค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเพศชายอยู่ในเกณฑ์ปกติ ส่วนเพศหญิงพบว่ามีค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายมากกว่าเกณฑ์ปกติในช่วงรับได้ (acceptable) ดังนั้น ในเพศหญิงควรมีกิจกรรมทางกายที่เพียงพอและสามารถลดค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายให้กลับสู่เกณฑ์ปกติได้อย่างเหมาะสม

เมื่อพิจารณาถึงค่าดัชนีมวลกายเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายมีค่าเฉลี่ยดัชนีมวลกายเท่ากับ $24.28 (\pm 4.45)$ เพศหญิงมีค่าดัชนีมวลกายเท่ากับ $23.75 (\pm 5.12)$ พบว่า ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ปกติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงเริ่มมีภาวะน้ำหนักเกิน โดยภาวะน้ำหนักเกินเกณฑ์นั้นมักมีการสะสมไขมันในร่างกายสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ สาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากความไม่สมดุลของพลังงานที่รับเข้าไปจากสารอาหารและพลังงานที่ใช้ในการเผาผลาญสารอาหารทำให้มีไขมันสะสมที่มากขึ้นส่งผลให้ภาวะน้ำหนักเกินเกณฑ์มากขึ้นไปด้วย สอดคล้องกับ อรณภา ทศนัยนา และคณะ (2559) ที่กล่าวว่าน้ำหนักของพนักงานชายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามอายุเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยส่วนสูงแล้วมาคำนวณค่าดัชนีมวลกายพบว่าพนักงานทั้งชายและหญิงของโรงพยาบาลสกลนครส่วนใหญ่น้ำหนักเกินเกณฑ์

จากผลการวิจัยเมื่อนำข้อมูลที่เก็บได้มาพิจารณาพบว่า ค่าดัชนีมวลกายเฉลี่ยรวมเท่ากับ 24 และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายเฉลี่ยรวมเท่ากับ 27.30 เมื่อนำไปเทียบกับเกณฑ์ปกติของกระทรวงสาธารณสุข พบว่า ค่าเฉลี่ยดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์เริ่มอ้วนระดับที่ 1 และค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายอยู่ในเกณฑ์เริ่มมีไขมันสะสมระดับที่ 1 ดังนั้นกลุ่มวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จึงควรเพิ่มการทำกิจกรรมทางกายหรือการออกกำลังกายมากขึ้น โดยมีผลการวิจัยว่า การออกกำลังกายด้วยแรงต้าน ร่วมกับการออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอควบคู่ไปกับการควบคุมด้านโภชนาการสามารถลดน้ำหนักและไขมันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (อรณภา ทศนัยนา และ ฤกษ์ชัย แยมวงษ์, 2564) หรือออกกำลังกายในระดับซีพจรโซน 2 ที่มีระดับความหนักที่ 60-70% ของอัตราการเต้นของชีพจรสูงสุด ซึ่งเป็นระยะที่ร่างกายสามารถเผาผลาญไขมันได้มากที่สุด ตัวอย่างการออกกำลังกาย เช่น การออกกำลังกายระดับเบา การเดินเร็วกว่าปกติ การวิ่งเร็วขึ้นมีเหงื่อเล็กน้อย ไม่หอบ กล้ามเนื้อทำงานไม่มาก เป็นต้น (ประพนธ์ ดิษฐ์รุ่งโรจน์, 2561; อรณภา ทศนัยนา, 2560) และมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยเพิ่มกิจกรรมทางกายประเภทคาร์ดิโอให้มีกิจกรรมแบบแอโรบิกที่พัฒนาระบบไหลเวียนโลหิตและระบบหายใจ โดยกิจกรรมทั้งระดับหนักและปานกลางผสมผสานกัน กิจกรรมพัฒนากล้ามเนื้อหรือกิจกรรมพัฒนาความแข็งแรงและความทนทานของกล้ามเนื้อ โดยเน้นที่กล้ามเนื้อมัดใหญ่ กิจกรรมพัฒนาความอ่อนตัวของกล้ามเนื้อ โดยการยืดกล้ามเนื้อจนรู้สึกตึง และหยุดค้างไว้ 15 วินาทีต่อครั้ง ทำประมาณ 10 นาทีต่อวัน และอย่างน้อย 2 วันต่อสัปดาห์ และให้ลูกเปลี่ยนอิริยาบถจากท่านั่งและนอนราบทุก 2 ชั่วโมง ด้วยการลุกยืน เดินไปมา

ยืดเหยียดร่างกาย โดยเฉพาะตอนนั่งทำงาน ใช้คอมพิวเตอร์ และใช้โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น (กองกิจการทางกายเพื่อสุขภาพ กรมอนามัย, 2560) หรือใช้วิธีการออกกำลังกายแบบใช้ออกซิเจนตามหลักการ FITT ด้วยความถี่ 3-5 วันต่อสัปดาห์ ด้วยน้ำหนักปานกลางหรือ 60-80% ของอัตราชีพจรสูงสุด ซึ่งการออกกำลังกายด้วยระยะเวลาที่เหมาะสมคือ 30 นาทีขึ้นไปเนื่องจากร่างกายจะเริ่มนำไขมันมาใช้เผาผลาญเพื่อเป็นพลังงานในการออกกำลังกายและควรเลือกชนิดกีฬาที่เหมาะสมกับสภาวะร่างกาย เพศ วัยและ ปัญหาสุขภาพ (อรนภา ทศนัยนา และคณะ, 2559)

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการเก็บข้อมูลชนิดเดียวกันนี้อย่างต่อเนื่องเพื่อเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงของภาวะสุขภาพ และใช้กำหนดแนวทางการส่งเสริมสุขภาพในระยะยาวต่อไป เพื่อนำผลที่ได้ไปวางแผนการจัดกิจกรรมทางกายที่เหมาะสมกับคนวัยทำงาน เขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

2. ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างวัยทำงานในเขตอำเภอเมืองสกลนครเริ่มมีภาวะค่าดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายที่เกินเกณฑ์ ดังนั้นควรมีการส่งเสริม สนับสนุนให้กลุ่มวัยทำงานมีการทำกิจกรรมทางกายที่มากขึ้นและลดพฤติกรรมเนือยนิ่ง เช่น การเดิน การปั่นจักรยาน การขึ้นบันได หรือการเคลื่อนไหวเปลี่ยนอิริยาบถทุก ๆ 2 ชั่วโมง เป็นต้น

3. องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดกิจกรรมอบรม สนับสนุนให้ความรู้ด้านหลักการในการออกกำลังกายเบื้องต้นและการส่งเสริมสุขภาพในเรื่องของการปรับพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานในเขตอำเภอเมืองสกลนคร เพื่อลดพฤติกรรมเนือยนิ่งที่ส่งผลให้ค่าดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกายลดลง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บข้อมูลวัยทำงานโดยแบ่งตามช่วงอายุในแต่ละช่วงเพื่อให้เห็นผลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ควรมีการเก็บข้อมูลองค์ประกอบร่างกายด้านอื่น ๆ เช่น มวลกล้ามเนื้อ หรือ ข้อมูลสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพอื่น ๆ เพื่อสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อการวางแผนการจัดกิจกรรมทางกายที่เหมาะสมต่อไป
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างพื้นที่ภายในจังหวัด เพื่อกระตุ้นส่วนงานที่รับผิดชอบด้านสุขภาพให้เกิดการดูแลสุขภาพประชาชนอย่างทั่วถึง
4. ควรทำการศึกษาในทุกช่วงวัย เพื่อใช้เป็นข้อมูลสุขภาพของจังหวัด
5. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบอาชีพหรือประเภทของงานในกลุ่มของคนวัยทำงาน เช่น พนักงานออฟฟิศ พนักงานก่อสร้าง พนักงานส่งอาหาร แม่บ้าน ซึ่งแต่ละอาชีพอาจมีผลต่อค่าดัชนีมวลกายและเปอร์เซ็นต์ไขมันในร่างกาย เป็นต้น

9. เอกสารอ้างอิง

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2565). *ฐานข้อมูลกลางกรมอนามัย*. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2565, จาก

<https://dohdatacenter.anamai.moph.go.th/cognoslogon/index.php?r=groupdata/index&group=1&id=3>

กองกิจการทางกายเพื่อสุขภาพ กรมอนามัย. (2560). *ข้อเสนอแนะการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย การลดพฤติกรรมเนือยนิ่ง และการนอนหลับสำหรับผู้ใหญ่ 18-59 ปี* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็นซี คอนเซ็ปต์ จำกัด.

กุลทัต หงษ์ขยางกูร, พงศ์เทพ สุธีรัฐดี และ ญัตติพงศ์ แก้วทอง. (2561). *คู่มือการเพิ่มกิจกรรมทางกายในคนไทย*. สงขลา: สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- เบญจ ป้องกันภัย. (2562). *ผลฉับพลันของการฟังดนตรีคลาสสิกที่มีต่อความเครียดในคนวัยทำงาน*. (วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประพนธ์ ดิษฐ์รุ่งโรจน์. (2561). *Heart rate zone โซนของคน (อยาก) ผอม*. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.samitivejhospitals.com/th/article/detail/heart-rate-zone-คนอยากผอม>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2564). *จับตาทิศทางสุขภาพคนไทยปี 2564* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสกลนคร. (2565). *ผู้ป่วยและกลุ่มเสี่ยง NCD สกลนคร*. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2565, จาก <https://skko.moph.go.th/ncdosm>
- สำนักโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2561). *หุ่นดีสุขภาพดีง่าย ๆ แค่ปรับ 4 พฤติกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัทสามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด.
- สำนักโรคไม่ติดต่อ. (2560). *รายงานประจำปี 2560*. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2565, จาก <http://www.thaincd.com/2016/media-detail.php?id=12986&tid=30&gid=1-015-008>
- องค์กรสงเคราะห์ทหารผ่านศึก. (2543). *คู่มือแนวทางการใช้เกณฑ์อ้างอิงน้ำหนัก ส่วนสูง เพื่อประเมินภาวะการณั้ เจริญเติบโตของเด็กไทย*. กรุงเทพฯ: กองโภชนาการ กรมอนามัย.
- อรณา ทศนัยนา และฤกษ์ชัย แยมวงษ์. (2564). *ผลของโปรแกรมการออกกำลังกายแบบผสมที่มีต่อค่าเปอร์เซ็นต์ไขมัน และมวลกล้ามเนื้อของหญิงที่มีภาวะน้ำหนักเกินเกณฑ์*. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 9(1), 82-94.
- อรณา ทศนัยนา, ฤกษ์ชัย รุ่งอินทร์, อีรณันท์ แต่งนิ่ม, บรรณสิทธิ์ สิทธิบรรณกุล, ฉลองชัย ม่านโคกสูง และเกรียงไกร พร้อมนฤฤทธิ์. (2559). *สมรรถภาพทางกายพนักงานโรงพยาบาลสกลนคร*. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 3(5), 49-61.
- อรณา ทศนัยนา. (2560). *เอกสารประกอบการสอน รายวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อสุขภาพ*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร.
- American Council on Exercise. (2022). *Body fat percentage chart*. From <https://www.acefitness.org/>
- Durnin, J. V. G. A., & Womersley, J. (1974). *Body Fat Assessed from Total Body Density and Its Estimation from Skinfold Thickness: Measurements on 481 Men and Women Aged from 16 to 72 Years*. *British Journal of Nutrition*, 32, 77-97.
- Taro Yamane. (1970). *Statistic: An Introductory Analysis*. 2nd ed. New York: Harper & Row.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาทางการแพทย์ และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในระยะเริ่มต้น

FACTORS AFFECTING SUCCESS OF COMMUNITY ENTERPRISES IN MEDICAL AND COMMERCIAL CANNABIS GROWERS BURIRAM PROVINCE IN THE BEGINNING

กิตติกวินท์ เอี่ยมวิริยวัฒน์^{1*}

Kittikawin Eaimviriyawat¹

(Received: November 21, 2022; Revised: May 23, 2023; Accepted: June 24, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มฯ และ 3) ศึกษาแนวทางแก้ไขสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานสู่ความสำเร็จของกลุ่มฯ ใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิธีได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประธานและสมาชิกของกลุ่มฯ จำนวน 128 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากประธานกลุ่มฯ จำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จของกลุ่มฯ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จโดยรวมทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิตมีความสัมพันธ์ในระดับมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกมีความสัมพันธ์ในระดับน้อย ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานได้แก่ การขาดองค์ความรู้การผลิต ราคาซื้อไม่แน่นอน และขาดความชัดเจนของนโยบายรัฐบาลและการตีความบังคับใช้กฎระเบียบต่างๆ แนวทางการแก้ไขสู่ความสำเร็จคือกลุ่มฯ ควรวางแผนการปลูกให้สอดคล้องกับเงินทุนและวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ประโยชน์ ควรนำตัวแบบแผนธุรกิจมาใช้วิเคราะห์การดำเนินงาน ค้นคว้าความรู้การผลิตเพิ่มเติม และหาพันธมิตรและสร้างเครือข่ายการดำเนินงาน

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน การปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ จังหวัดบุรีรัมย์

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Lecturer, Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University

* Corresponding author, E-mail: mek.eai@gmail.com

Abstract

This study aims to investigate the determinants of success among community enterprise groups involved in medical and commercial marijuana cultivation in Buriram Province. The research objectives encompass: (1) examining the initial-stage success levels of these groups, (2) identifying the factors that significantly influence their overall success, and (3) proposing remedial strategies to address operational issues and challenges hampering their progress. Using a mixed-method approach, both quantitative and qualitative data were collected. A questionnaire-based survey was administered to 128 group leaders and members, while structured interviews were conducted with 10 group leaders. Data analysis included statistical approaches such as descriptive statistics, Pearson's correlations, and content analysis. The findings indicate that the overall success level of the community enterprise groups fell within the moderate range. All factors examined showed statistically significant relationships at a significance level of $p < .01$. Notably, variables related to production knowledge demonstrated a strong positive correlation with overall success, while factors pertaining to group management exhibited a moderately positive association. Conversely, factors associated with external support and promotion displayed a weak positive relationship. These organizations' main operational issues were a lack of production knowledge, pricing volatility in the purchasing process, and insufficient clarity in government policies and regulatory enforcement. To enhance their success, it is recommended that these community enterprise groups align their cultivation plans with available capital and establish clear objectives. Furthermore, employing a robust business plan model for operational analysis, conducting further research to expand production knowledge, and fostering strategic partnerships and networks are crucial strategies.

Keywords: Community Enterprise, Medical Marijuana Cultivation, Success Determinants, Buriram Province

1. บทนำ

ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 บัญญัติไว้ว่ากัญชา พืชกระท่อม เป็นยาเสพติดดั่งนั้นบุคคลใดที่ครอบครองมีความผิดฐานครอบครองยาเสพติดประเภทที่ 5 มีโทษจำคุกและปรับ ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 รัฐบาลและรัฐสภาได้ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมและประกาศใช้พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่ออนุญาตให้ประชาชนใช้กัญชาและพืชกระท่อมเพื่อประโยชน์ในการรักษาโรคและประโยชน์ในทางการแพทย์ได้ เพื่อให้ประเทศมีความมั่นคงทางด้านยา หน่วยงานสามารถนำกัญชาและพืชกระท่อมไปทำการศึกษาวิจัยและพัฒนาเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์ สอดรับกับแนวนโยบายระดับกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งได้ออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ระบุชื่อยาเสพติดให้โทษในประเภท 5 พ.ศ. 2563 ข้อ 2 ให้ยาเสพติดให้โทษในประเภท 5 ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 และฉบับที่แก้ไขเพิ่มเติม กัญชา (cannabis) กัญชง (hemp) และวัตถุหรือสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพืชกัญชา เช่น ยาง น้ำมัน ที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตในประเทศ ไม่จัดเป็นยาเสพติดให้โทษในประเภท 5 (พิทยา สุนทรประเวศ, 2564) ส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรรมมีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนจำนวนมาก ซึ่งต้องดำเนินการภายใต้ความร่วมมือ

และการกำกับดูแลของหน่วยงานรัฐ สามารถยื่นขอรับอนุญาตปลูกกัญชาได้ โดยมีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548

จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการตื่นตัวสูงในเรื่องการปลูกและการนำกัญชามาใช้ทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จึงถูกเลือกให้เป็นที่ตั้งจัดงาน “มหกรรมกัญชาเพื่อการแพทย์” ระหว่างวันที่ 19-21 เมษายน 2562 ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 5,000 คน และต่อยอดงาน “กัญชา กัญชง 360 องศา เพื่อประชาชน” ที่สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 5-7 มีนาคม 2564 ซึ่งจัดโดยกระทรวงสาธารณสุข มีผู้ที่สนใจทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดเข้าร่วมงานจำนวนมาก (ผู้จัดการออนไลน์, 2564) จังหวัดบุรีรัมย์ยังได้ถูกยกให้เป็นจังหวัดนำร่องเดินหน้าการปลูกกัญชา 6 ต้น ตามนโยบาย “โนนมาลัยโมเดล” เพื่อขยายการปลูกไปให้ครบทุกอำเภอ อีกทั้งจังหวัดบุรีรัมย์ยังมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ได้รับใบอนุญาตปลูกกัญชามากถึง 27 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2564) เพื่อปลูกกัญชาทางการแพทย์ และยังเป็นจังหวัดที่เปิดคลินิกกัญชาทางการแพทย์ในโรงพยาบาลทุกแห่งครบทั้ง 23 อำเภอของจังหวัดบุรีรัมย์ (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

วิสาหกิจชุมชน ถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างเสริมขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนให้เข้มแข็ง และเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งถือเป็นหัวใจสำคัญของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศ ดังนั้นรัฐบาลมักนำนโยบายสำคัญแห่งรัฐนำไปปฏิบัติผ่านองค์การภาคประชาชน หรือวิสาหกิจชุมชนเป็นหลัก โดยเฉพาะนโยบายส่งเสริมการปลูกกัญชากัญชาทางการแพทย์ที่ภาครัฐเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนร่วมกันตั้งวิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชนสามารถยื่นขอใบอนุญาตปลูกผลิตกัญชากัญชาทางการแพทย์จากกระทรวงสาธารณสุข และคณะกรรมการควบคุมยาเสพติด ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสที่ดีและสำคัญที่เกษตรกรสามารถนำพืชกัญชากัญชามาเพาะปลูกในชุมชนอันจะนำไปสู่รายได้ของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นและสามารถเป็นเกษตรกรอุตสาหกรรมในอนาคตได้ ทำให้ชุมชน รัฐ มีรายได้จากการส่งเสริมการเพาะปลูกกัญชากัญชา และกลุ่มผู้ป่วยโรคที่ไม่สามารถรักษาจากแพทย์แผนปัจจุบันหรือแพทย์ทางเลือกสามารถเข้าถึงบริการกัญชาทางการแพทย์ ถือเป็นสิทธิสำคัญของมนุษย์ในการเข้าถึงการรักษาพยาบาลตามสิทธิเสรีภาพของบุคคล และเป็นการยกระดับคุณภาพการบริหารสาธารณสุขของประเทศไทยให้มีความหลากหลายในทางการรักษาพยาบาล (พิทยา สุนทรประเวศ, 2564) ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนถือเป็นธุรกิจชุมชนรูปแบบหนึ่งที่ไม่ต้องการรายได้และผลกำไร แต่มีใช้กำไรสูงสุด โดยมีจุดเน้นคือการทำกิจกรรมที่หลากหลายที่เกื้อกูลกันเพื่อให้ชุมชนพึ่งตนเองได้และให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2557)

ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงการตื่นตัวและการมีความพร้อมที่จะรองรับนโยบายการใช้กัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ของทางรัฐบาลและสอดคล้องกับแผนแม่บทของประเทศเป็นอย่างมากแต่เนื่องจากกัญชาเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่และยังมีเงื่อนไขข้อกฎหมายอยู่บางส่วน จึงถือเป็นความท้าทายใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ยังขาดในเรื่องของความรู้ ความพร้อม และประสบการณ์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ อีกทั้งยังต้องการศึกษาหาแนวทางที่จะทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาเข้มแข็งและเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยหวังให้ผลกรวิจัยนี้เกิดประโยชน์แก่ เกษตรกร และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ที่มีความสนใจในเรื่องการปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ ได้เตรียมตนเองหรือกลุ่มให้มีความพร้อม

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น

1. ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย การมีความสามารถในการจัดการทรัพยากรคน (Man) เงิน (Money) เครื่องมือเครื่องจักร (Materials) ให้มีเพียงพอต่อการดำเนินงาน การมีความสามารถจัดการด้านการผลิตที่สามารถนำทรัพยากรต่าง ๆ ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ให้เป็นของปัจจัยการผลิตได้คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ และการมีความสามารถในการจัดการด้านการตลาดที่เป็นระบบ

2. ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน คือการที่วิสาหกิจชุมชนมีภาวะผู้นำกลุ่มและคณะกรรมการกลุ่มที่ช่วยเกิดการสร้างสัมพันธ์อันดีกับสมาชิกในกลุ่มสามารถสื่อสารอย่างเป็นระบบ มีกลไกการควบคุมการบริหารกลุ่ม ตลอดจนมีอำนาจในการขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการมีสมาชิกกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ร่วมกันแสดงความคิดเห็นในการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพและเป็นประชาธิปไตย

3. ปัจจัยแห่งภูมิปัญญาท้องถิ่น คือการมีกระบวนการเรียนรู้ที่มาจากองค์ความรู้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสร้างองค์ความรู้เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่ และมีกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้การดำเนินงานเกิดความยั่งยืน

4. ปัจจัยการสนับสนุนภายนอก คือการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในด้านการให้ความรู้ และเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้กับกลุ่มวิสาหกิจในการลดขั้นตอนหรือกระบวนการดำเนินงานให้น้อยลงแต่มีประสิทธิภาพขึ้น หาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำที่สามารถขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ยังรวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนด้วยกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและขยายความสำเร็จในการดำเนินงานที่ยั่งยืนมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ อีกหลายปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ 2) ความสามัคคีในกลุ่ม การมีส่วนร่วม และความผูกพัน 3) ระบบการบริหารจัดการที่ดี 4) เงินทุน 5) การสนับสนุนจากภาครัฐ 6) ทักษะ ความสามารถในการผลิต รวมถึงนวัตกรรมการผลิตและการพัฒนา 7) การสนับสนุนจากภายนอกที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน(การสร้างเครือข่าย) 8) ผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถ 9) การมีตลาดรองรับที่แน่นอน 10) การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และความโปร่งใส 11) ระบบการสื่อสาร 12) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม ตรงความต้องการของผู้บริโภค 13) ความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ 14) การใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น 15) การปฏิบัติทางกฎและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม (ทักษญา สง่าโยธิน, 2560; สุดารัตน์ แซ่มเงิน, ประเดิม ฉ่ำใจ และพัชราวดี ศรีบุญเรือง, 2560)

แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ปลูกและประกอบการธุรกิจกัญชา มีงานวิจัยพบว่าจะมีความเฉพาะในข้อจำกัดในการปลูก การแปรรูป บรรจุภัณฑ์ การจัดจำหน่ายของธุรกิจกัญชาในประเทศไทย ที่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จในการปลูกและประกอบการธุรกิจกัญชา (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ และคณะ, 2564) ดังนั้นจากผลการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมามีดังกล่าวกว่าข้างต้น งานวิจัยนี้จึงได้ประยุกต์มาเป็นปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น โดยแบ่งปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนเป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม 2) ปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) และ 3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

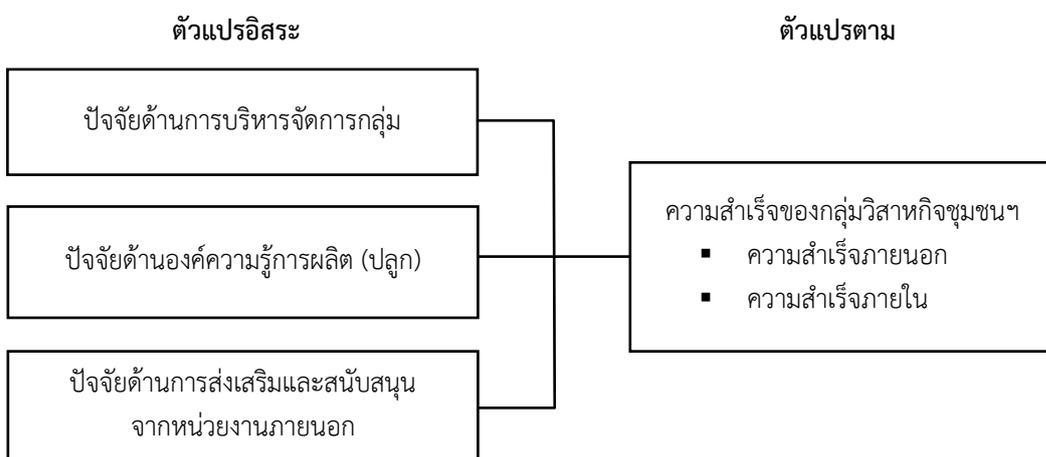
แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นองค์กรที่มีบทบาทในการกระจายความเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในระดับฐานรากและที่สำคัญกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ได้ในอนาคต (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, น.ป.ป.) งานวิจัยที่ผ่านมาระบุว่าลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 7 ลักษณะสำคัญ ได้แก่ 1) มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ 2) ยอมรับความเสี่ยงจากการดำเนินงานได้ 3) มีความมั่นใจในการตัดสินใจของตนเอง 4) มีความใฝ่รู้และทดลองสิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง 5) มีความขยัน

และอดทน 6) มีทรัพยากรทางการเงินในลงทุนดำเนินงาน และ 7) มีความคิดสร้างสรรค์และมีนวัตกรรมใหม่ ๆ เสมอ (Amran Awang et al., 2010) นอกจากนี้ยังพบว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการ เกิดจากการมีกลยุทธ์ที่สำคัญดังต่อไปนี้ กลยุทธ์การมีต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง กลยุทธ์การปรับปรุงสินค้าและบริการ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม (จารุพร ชันธนนท์ และวสุธิดา นุริตมนต์, 2562) สำหรับการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555) ได้กำหนดเครื่องมือใช้ในการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ทราบระดับความเข้มแข็งและผลลัพธ์ของการดำเนินงานของแต่ละวิสาหกิจชุมชน โดยแบ่งการประเมินศักยภาพออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินกระบวนการ จำนวน 6 หมวด และด้านการประเมินผลลัพธ์ จำนวน 1 หมวด รวมทั้งสิ้น 7 หมวด ดังนี้ 1) ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน 2) การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน 3) การบริหารตลาด 4) การจัดการความรู้และข้อมูล 5) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 6) การจัดการสินค้าหรือบริการ และ 7) ผลลัพธ์การดำเนินงาน

งานวิจัยนี้จึงได้ประยุกต์แนวคิดความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้างต้นมาเป็นแนวทางการวัดความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น โดยแบ่งการวัดความสำเร็จเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ความสำเร็จภายนอก ประกอบด้วย 1) การมีแผนการปลูก การเก็บเกี่ยว และการใช้ประโยชน์จากกล้วยาที่ชัดเจน 2) การมีผลผลิตที่คุณภาพสูง สามารถนำไปใช้ทางการแพทย์, อาหาร และเวชสำอางได้ 3) การมีความพร้อมเป็นศูนย์เรียนรู้ต้นแบบการปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ 4) การมีการแปรรูปผลผลิตให้มีมูลค่าสูงขึ้น และ 5) การมีผู้รับซื้อผลผลิตที่ชัดเจน ความสำเร็จภายใน ประกอบด้วย 1) การมีความรู้สึภาคภูมิใจที่สามารถปลูกกล้วยาทางการแพทย์ได้ในระยะเริ่มต้น 2) การมีความรู้สึเชื่อมั่นว่าพืชชนิดนี้จะเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่เมื่อโอกาสปลูกเชิงพาณิชย์เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ในอนาคต และ 3) การมีความรู้สึกล้าทำทายที่กล้าปลูกพืชชนิดนี้บนความเสี่ยงเรื่องกฎหมายและโอกาสทางธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาซึ่งกรอบแนวคิดการวิจัยตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นแบบผสมวิธี ซึ่งมีลำดับขั้นตอนการวิจัยดังนี้

4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือประธานและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 27 กลุ่ม (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2564) คิดเป็น 189 คน โดยคิดจากหลักเกณฑ์การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนที่ให้รวมกลุ่มคนในชุมชนไม่น้อยกว่า 7 คน ซึ่งต้องไม่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน และไม่มีชื่อในทะเบียนบ้านเดียวกัน (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจนจึงทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 128 คน

เครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากแบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน (ฉบับปรับปรุง ปี 2555) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยปรับข้อความให้เหมาะสมกับสภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น แบ่งเนื้อหาข้อความเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์ในการปลูก จำนวน 5 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น จำนวน 22 ข้อ ประกอบด้วยปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม จำนวน 6 ข้อ ปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) จำนวน 9 ข้อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วยความสำเร็จภายนอก จำนวน 5 ข้อ และความสำเร็จภายใน จำนวน 3 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง และน้อย คำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญในแต่ละเรื่อง โดยมีความหมายและเกณฑ์การให้คะแนนน้อย-มาก เท่ากับ 1-3 ตามลำดับ การแปลผลคะแนนใช้การแบ่งระดับแบบอิงเกณฑ์ โดยหาค่าเฉลี่ยของคะแนนและแบ่งค่าคะแนนเฉลี่ยเป็น 3 ระดับ คำนวณช่วงคะแนนพิสัยจากสูตร $(3-1)/3 = 0.67$ ซึ่งสามารถแปลผลคะแนนได้ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำเร็จ
2.34-3.00	ระดับมาก
1.67-2.33	ระดับปานกลาง
1.00-1.66	ระดับน้อย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ แบบสอบถามถูกส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาเพื่อปรับแก้คำถามให้มีความครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขแล้วไปทดลอง (Try out) กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดสุรินทร์ 20 ราย เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าความสอดคล้องภายในโดยสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.904 (มากกว่า 0.7) ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีคุณภาพ จากนั้นจึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ผลในลำดับต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 27 กลุ่ม เพื่อดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง แบบสอบถามทุกชุดได้รับการตรวจความถูกต้องก่อนนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ วิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกณฑ์การแปลผลขนาดของความสัมพันธ์ของตัวแปร มีดังนี้ (Bartz, 1999)

ค่า r = 0.81 – 1.0	มีความสัมพันธ์สูงมาก
= 0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์สูง
= 0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
= 0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์ต่ำ
= 0.00 – 0.20	มีความสัมพันธ์สูงต่ำมาก

4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 10 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือวิจัย คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด โดยพัฒนาจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และปรับปรุงให้มีขอบเขตและเนื้อหาของคำถามให้ชัดเจนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งสัมพันธ์เกี่ยวกับบริบทของกลุ่ม สภาพปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ นำแบบสัมภาษณ์เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของภาษา และคำถามในแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนการใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง และมีความชัดเจนเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงนำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 10 คน โดยนัดหมายเวลาและสถานที่เพื่อทำการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาแยกหมวดหมู่ จัดรูปแบบความสัมพันธ์ของข้อมูล วิเคราะห์แกนสาระ (Thematic analysis) และนำเสนอผลโดยเน้นการพรรณนา วิเคราะห์ และอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น (Content analysis)

5. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยในเชิงปริมาณ

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.9 มีช่วงอายุระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.6 ส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงาน/มีคู่ครอง คิดเป็นร้อยละ 75.8 ด้านการศึกษาจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.2 และส่วนมากมีประสบการณ์ในการปลูกกล้วยา 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 50

5.2 ระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น

(n = 128)

ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสำเร็จภายนอก	1.89	0.62	ปานกลาง
2. ความสำเร็จภายใน	2.69	0.35	มาก
รวม	2.29	0.48	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสำเร็จภายในมีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 ส่วนความสำเร็จภายนอกมีความคิดเห็นในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.89 รายละเอียดผลการวิเคราะห์ความสำเร็จในแต่ละด้าน แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำแนกเป็นรายด้าน

(n = 128)

ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล	อันดับ
ความสำเร็จภายนอก				
- มีแผนการปลูก การเก็บเกี่ยว และการใช้ประโยชน์จากกล้วยาที่ชัดเจน	2.26	0.83	ปานกลาง	1
- มีผลผลิตที่คุณภาพสูง สามารถนำไปใช้ทางการแพทย์, อาหาร และเวชสำอางได้	1.98	0.81	ปานกลาง	2

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล	อันดับ
- มีความพร้อมเป็นศูนย์เรียนรู้ต้นแบบการปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์	1.91	0.81	ปานกลาง	3
- มีการแปรรูปผลผลิตให้มีมูลค่าสูงขึ้น	1.67	0.73	ปานกลาง	4
- มีผู้รับซื้อผลผลิตที่ชัดเจน	1.62	0.74	น้อย	5
รวม	1.89	0.79	ปานกลาง	
ความสำเร็จภายใน				
- รู้สึกภาคภูมิใจที่สามารถปลูกกล้วยาทางการแพทย์ได้ในระยะเริ่มต้น	2.79	0.41	มาก	1
- รู้สึกมั่นใจว่าพืชชนิดนี้จะเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ เมื่อโอกาสปลูกเชิงพาณิชย์เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ในอนาคต	2.70	0.46	มาก	2
- รู้สึกทำหายที่กล้าปลูกพืชชนิดนี้ บนความเสี่ยงเรื่องกฎหมายและโอกาสทางธุรกิจ	2.58	0.61	มาก	3
รวม	2.69	0.49	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ในด้านระดับความสำเร็จภายนอกที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ มีแผนการปลูก การเก็บเกี่ยว และ การใช้ประโยชน์จากกล้วยาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.26) รองลงมาคือ มีผลผลิตที่คุณภาพสูง สามารถนำไปใช้ทางการแพทย์, อาหาร และเวชสำอางได้ (ค่าเฉลี่ย 1.98) มีความพร้อมเป็นศูนย์เรียนรู้ต้นแบบการปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 1.91) และมีการแปรรูปผลผลิตให้มีมูลค่าสูงขึ้น (ค่าเฉลี่ย 1.67) ระดับความสำเร็จภายนอกที่น้อยที่สุดคือ มีผู้รับซื้อผลผลิตที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 1.62) ในด้านระดับความสำเร็จภายใน พบว่า ความรู้สึกภาคภูมิใจที่สามารถปลูกกล้วยาทางการแพทย์ได้มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.79) รองลงมาคือ ความรู้สึกมั่นใจว่าพืชชนิดนี้จะเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ เมื่อโอกาสปลูกเชิงพาณิชย์เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ในอนาคต (ค่าเฉลี่ย 2.70) และความรู้สึกทำหายที่กล้าปลูกพืชชนิดนี้บนความเสี่ยงเรื่องกฎหมายและโอกาสทางธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 2.58) ตามลำดับ

5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระยะเริ่มต้น

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ฯ

ปัจจัย	ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา					
	ความสำเร็จภายนอก		ความสำเร็จภายใน		รวม	
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)
1. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม	0.489**	0.000	0.073	0.412	0.459**	0.000

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัย	ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา					
	ความสำเร็จภายนอก		ความสำเร็จภายใน		รวม	
	Pearson Correlation(r)	Sig. (2-tailed)	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)
2. ปัจจัยด้านองค์ความรู้ การผลิต (ปลูก)	0.483**	0.000	0.228**	0.010	0.500**	0.000
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริม และสนับสนุนจาก หน่วยงานภายนอก	0.356**	0.000	-0.138	0.119	0.276**	0.002

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

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ปัจจัยทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยระดับความสัมพันธ์เรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) และปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่มมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา ในระดับปานกลาง ($r = 0.50$ และ 0.459) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา ในระดับต่ำ ($r = 0.276$)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จกับความสำเร็จภายนอกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา พบว่า ปัจจัยทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยระดับความสัมพันธ์เรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม และ ปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จภายนอกในระดับปานกลาง ($r = 0.489$ และ 0.483) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จภายนอกในระดับต่ำ ($r = 0.356$)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จกับความสำเร็จภายในของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา พบว่า ปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ($r = 0.228$) ส่วนปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม และปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.073 และ -0.138 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้นจึงไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จภายในของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จรายชื่อ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) กับ ความสำเร็จ
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยฯ

ปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก)	ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยฯ	
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)
1. มีความรู้เรื่องการเลือกสายพันธุ์กล้วยฯให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศและ วัตถุประสงค์การนำไปใช้ประโยชน์	0.383**	0.000
2. มีความรู้เรื่องการเลือกรูปแบบการปลูกให้เหมาะสมกับ เงินทุน, คุณภาพ และ ปริมาณผลผลิต	0.554**	0.000
3. มีความรู้เรื่องมาตรฐานการปลูก	0.501**	0.000
4. มีความรู้เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของพืชกล้วยฯ	0.297**	0.001
5. มีความรู้เรื่องมาตรฐานการเก็บเกี่ยวผลผลิตจากกล้วยฯ	0.556**	0.000
6. มีความรู้เรื่องข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการปลูกกล้วยฯ	0.162	0.068
7. มีความรู้เรื่องเทคนิคการปลูกและการดูแล ให้กล้วยฯมีผลผลิตที่สูงขึ้น	0.388**	0.000
8. มีความรู้เรื่องแผนป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปลูก	0.363**	0.000
9. มีความรู้เรื่องมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย (GAP)	0.293**	0.001
รวม	0.500**	0.000

** p< 0.01

ในตารางที่ 4 จากการตรวจสอบค่า Sig. (2-tailed) ของปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) รายข้อ พบว่ามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นในข้อ การมีความรู้เรื่องข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการปลูกกล้วยฯ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.162 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้นจึงไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จภายในของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยฯ

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม กับ ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนผู้ปลูกกล้วยฯ

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม	ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ	
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)
1. มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานของกลุ่มอย่าง ชัดเจน	0.450**	0.000
2. มีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการและ สมาชิกอย่างชัดเจน	0.374**	0.000
3. มีการจัดบันทึกทางการเงินหรือบัญชีอย่างสม่ำเสมอ	0.419**	0.000

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม	ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ	
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)
4. มีวิธีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์แก่สมาชิกอย่างชัดเจน	0.175*	0.048
5. มีการระดมหุ้นตามเวลาที่กำหนด	0.300**	0.001
6. มีการเปิดโอกาสให้กรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	0.322**	0.000
รวม	0.459**	0.000

**P<.01, *P<.05

จากตารางที่ 5 ผลการตรวจสอบค่า Sig. (2-tailed) ของปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่มรายข้อ พบว่า มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นในข้อ มีวิธีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์แก่สมาชิกอย่างชัดเจน พบว่า มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก กับ ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาฯ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยาฯ	
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)
1. ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากฝ่ายปกครองในท้องถิ่น	-0.071	0.428
2. ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากหน่วยงานของกระทรวงเกษตร	-0.031	0.726
3. ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากหน่วยงานของกระทรวงสาธารณสุข	0.393**	0.000
4. ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากหน่วยงานของสถาบัน การศึกษาทั้งในและนอกพื้นที่	0.562**	0.000
5. ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากหน่วยงานของภาคเอกชน	0.093	0.297
6. ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ	0.232**	0.008
7. ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาคเอกชน	0.420**	0.000
รวม	0.276**	0.002

** p< 0.01

จากตารางที่ 6 ผลการตรวจสอบค่า Sig. (2-tailed) ของปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก รายข้อ พบว่า การได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากหน่วยงานของสถาบันการศึกษาทั้งในและนอกพื้นที่ การได้รับการ

ส่งเสริมหรือสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาคเอกชน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูก
กล้วยฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง การ
ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากหน่วยงานของกระทรวงสาธารณสุข และการได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนด้านเงินทุน
จากหน่วยงานภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยในเชิงคุณภาพ

สภาพปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการดำเนินงานสู่ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยฯ
ทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ในระยะเริ่มต้น

1) บริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยฯ

ด้านการรวมกลุ่ม พบว่า มีทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเก่าที่รวมตัวกันผลิต (ปลูก) พืชผลทางการเกษตรมาก่อน
เช่น ปลูกพืชไร่ พืชสวน แตงโม เมล่อน พืชไม้เมืองหนาว หรือพืชสมุนไพรอื่น ๆ แล้วผันตัวหรือเพิ่มเติมมาปลูกพืชกล้วยฯ
และกลุ่มที่รวมกันจัดตั้งขึ้นมาใหม่เพื่อวัตถุประสงค์การปลูกกล้วยฯโดยเฉพาะ การรวมกลุ่มกันในช่วงระยะเริ่มต้นนั้น ต้อง
เป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางภาครัฐกำหนด โดยกลุ่มต้องทำข้อตกลงรวมกัน (MOU) กับหน่วยงานสาธารณสุข เช่น รพ.สต.
โรงพยาบาลทั่วไป โรงพยาบาลศูนย์ หรือ สถาบันศึกษาที่มีการค้นคว้าวิจัยทางด้านกล้วยฯ

ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม พบว่า อำนาจส่วนใหญ่จะอยู่ที่ประธานกลุ่มเป็นหลัก เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่
เข้ามารวมกลุ่มกันเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ทางราชการกำหนดไว้เท่านั้น โดยสมาชิกส่วนใหญ่ที่เข้ามารวมกลุ่มนั้น มีองค์
ความรู้หรือความเข้าใจเกี่ยวกับพืชกล้วยฯไม่มากนัก อีกทั้งการรวมกลุ่มกันในช่วงระยะเริ่มต้นนี้ สมาชิกส่วนใหญ่รู้ดีว่าเรื่อง
การปลูก การจำหน่าย ยังไม่สามารถทำได้อย่างเสรี จึงไม่สนใจสมาชิกในเรื่องผลตอบแทนหรือรายได้ที่จะได้รับ สมาชิกส่วนใหญ่
จึงขาดการมีส่วนร่วมทั้งในเรื่องการกำหนดเป้าหมายปลูก การวางแผนการปลูกและเก็บเกี่ยว หรือแม้แต่การลงมือ
ปฏิบัติ ดังนั้นอำนาจในการวางแผนและบริหารส่วนใหญ่จึงตกไปอยู่ที่ประธานกลุ่ม ซึ่งส่วนใหญ่ประธานกลุ่มจะเป็นผู้ริเริ่ม
ความต้องการการทำธุรกิจกล้วยฯ และเป็นผู้จัดหางบประมาณการลงทุนมาเอง

ด้านความร่วมมือหรือการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่ผู้นำกลุ่มมีศักยภาพจะม
ีความสามารถในการเข้าถึงหน่วยงานของภาครัฐที่สำคัญ ๆ ได้ เช่น ความร่วมมือกับองค์การเกษตรกรรม (GPO) ในการปลูก
และผลิตเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์และอุตสาหกรรม หรือ ให้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เข้ามาเป็นพี่เลี้ยงในเรื่อง
การวางแผนการปลูกและการยื่นขออนุญาตปลูก หรือหน่วยงานของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สวทช.) ที่คอย
ให้คำแนะนำหรือช่วยลงทุนในเรื่องเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการปลูก และยังมีหน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
เช่น กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร เขามาให้คำแนะนำในเรื่องการปลูกและการดูแลพืชกล้วยฯ หรือความ
ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ในการร่วมคิดค้นตำรับยาแผนไทยที่ใช้กล้วยฯเป็นส่วนประกอบ

ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยฯ พบว่า ส่วนประกอบ เช่น ใบ ราก ต้น สามารถนำมาแปรรูปเพื่อสร้าง
มูลค่าเพิ่มได้ โดยในช่วงเริ่มต้นนี้ ยังเป็นการทดลองแปรรูปผลผลิต เพื่อสร้างองค์ความรู้และสะสมประสบการณ์อยู่
วิสาหกิจชุมชนบางรายเริ่มต้นด้วยการปลูกกล้วยฯแล้วก็เปลี่ยนมาปลูกขิงเพราะเห็นถึงโอกาสในทางธุรกิจ เพราะกล้วยฯ
นั้นจะมีสาร CBD ซึ่งเป็นสารสำคัญที่มีสรรพคุณทางยาหรือทางการแพทย์มากกว่ากล้วยฯ จึงสามารถนำมาสร้างมูลค่าได้
มากกว่า

ด้านรายได้หรือผลตอบแทน พบว่า ส่วนใหญ่ยังไม่มีรายรับหรือผลตอบแทนจากการลงทุนมากนัก อัน
เนื่องจากผลผลิตที่ได้ไม่สามารถจำหน่ายได้อย่างเสรี มีข้อกำหนดและกฎเกณฑ์หลายอย่างเข้ามาบังคับ อีกทั้งปริมาณ

และคุณภาพของผลผลิตที่ได้ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์หรือมาตรฐานที่ผู้รับซื้อต้องการ มีวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกัญชาเพียงไม่กี่กลุ่มที่สามารถสร้างรายได้จากพืชัญชา ซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดใหญ่ที่มีกำลังทุนมาก มีองค์ความรู้สูง และมีปัจจัยที่ใช้ในการผลิต (ปลูก) อย่างเพียงพอ

2) สภาพปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการดำเนินงาน

ขาดองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) แนวทางแก้ไข คือ การให้ความรู้และการช่วยเหลือด้านองค์ความรู้ เทคนิควิธีเพิ่มมูลค่า เทคโนโลยีที่ใช้ในการปลูก และเงินทุนในการดำเนินงานจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ราคารับซื้อไม่แน่นอน แนวทางแก้ไข คือ รัฐต้องเข้ามากำหนดแนวทางราคากลาง เพื่อใช้อ้างอิงให้เกิดการซื้อขายอย่างยุติธรรมเกิดการแข่งขันได้อย่างสมบูรณ์ตามกลไกตลาดเพื่อลดปัญหาการขายตัดราคา

ขาดความชัดเจนของนโยบายรัฐบาล และการตีความบังคับใช้กฎ ระเบียบ และเงื่อนไขต่างๆ แนวทางแก้ไข คือ การออกกฎหมายที่ครอบคลุมและชัดเจนในเรื่องการปลูกและการใช้ประโยชน์จากพืชัญชา

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

6.1 การศึกษาระดับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกัญชา

ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกัญชา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยแยกเป็นความสำเร็จภายใน ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนความสำเร็จภายนอก อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายผลได้ว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ นั้น มีความรู้สึกถึงความสำเร็จภายใน ที่เกิดจากความภาคภูมิใจในการปลูกัญชาเพื่อนำไปใช้ทางการแพทย์ ถึงแม้จะมีความเสี่ยงเรื่องกฎหมายและโอกาสทางธุรกิจแต่ก็ยังมีใจว่าพืชชนิดนี้จะเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ได้ในอนาคต ส่วนความสำเร็จภายนอกนั้น มาจากการมีแผนการปลูก การเก็บเกี่ยว และการใช้ประโยชน์จากัญชาที่ชัดเจน ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นใจของตลาดรับซื้อ เพราะจะทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพสูง สามารถนำไปใช้ทางการแพทย์, อาหาร และเวชสำอาง หรือสามารถแปรรูปเป็นผลผลิตอื่นที่มีมูลค่าสูงได้ สอดคล้องกับ พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ และคณะ (2564) ได้ศึกษาการประกอบธุรกิจัญชาเพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภาวะวิกฤติทางการเงินในประเทศไทย พบว่า สภาพและปัญหา การปลูก การแปรรูป บรรจุภัณฑ์ การจัดจำหน่ายของธุรกิจัญชาในประเทศไทย การจัดเตรียมสถานที่ปลูก สามารถดำเนินการปลูกได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบมีข้อดี ข้อด้อย แตกต่างกันไปเกี่ยวข้องกับสายพันธุ์ัญชา ภูมิอากาศ และการบำรุงรักษาต้นัญชาต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญ ชำนาญและเชี่ยวชาญในการปลูกเป็นอย่างดี และการปลูกต้องปฏิบัติตามกฎหมาย การแปรรูปทางการแพทย์เพื่อจำหน่ายเฉพาะผู้ป่วยต้องยึดตำรับที่จะผลิต (ปรุง) ส่วนการแปรรูปหรือสกัดเพื่อการจำหน่ายทางธุรกิจ มีการปลดล็อก ใบ ต้น ก้าน ราก สามารถนำมาแปรรูปเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายและจำเป็นต้องสำแดงแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่เป็นเฉพาะใบ ต้น ก้าน ราก และต้องขออนุญาตตามขั้นตอน และการสร้างโรงงานแปรรูปเป็นไปตามกฎหมาย และตัวบุคลากรต้องเป็นผู้ได้รับอนุญาตผลิต การบรรจุภัณฑ์ในปี 2564 เริ่มทยอยออกแบบผลิตภัณฑ์ เริ่มเข้าสู่ตลาดเพราะได้รับการอนุญาตให้ใช้ประกาศกระทรวงสาธารณสุข และจะต้องเป็นผลผลิตที่ได้จากต้นัญชาที่ได้รับอนุญาตปลูกอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ส่วนการจัดจำหน่ายทางการแพทย์และทางด้านตลาดสัตว์เลี้ยงมีการมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยด้วยเหตุผลทางด้านอุปทานที่เติบโตขึ้น

6.2 การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกัญชา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกัญชา เรียงตามระดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม และปัจจัยด้านการส่งเสริมและ

สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก โดยทั้งสามปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จนอกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา และมีเพียงปัจจัยด้านองค์ความรู้การผลิต (ปลูก) เท่านั้นที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

ประธานและสมาชิกกลุ่มนำหลักทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มาใช้ในการบริหารจัดการให้การดำเนินงานของกลุ่มเป็นไปตามเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจน โดยมีการเปิดโอกาสให้กรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการและสมาชิก มีการจัดบันทึกทางการเงินหรือบัญชี มีวิธีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม จึงส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรพร วงษ์วาน (2563) ที่ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการเป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จมากที่สุด เพราะว่าการบริหารจัดการที่ดีจะครอบคลุมถึงการบริหารจัดการของกลุ่มในทุกด้าน และยังสอดคล้องกับ สุดารัตน์ แซ่มเงิน และคณะ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนไวน์ศรีชุมแสง ตำบลท่าไม้รวก อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการใน ด้านคน ด้านการจัดการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

2) ปัจจัยด้านการผลิต (ปลูก)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา นั้น มีความรู้เรื่องการเลือกสายพันธุ์กล้วยาและการเลือกรูปแบบการปลูก มีเทคนิคการปลูกและการดูแล มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องมาตรฐานการเก็บเกี่ยวและการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย อีกทั้งยังมีการจัดทำแผนความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปลูก จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา สอดคล้องกับ จิตินันท์ หรั่งยิ้ม และคณะ (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้าวฮางอก บ้านโคกสว่าง จังหวัดสกลนคร พบว่าปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนข้าวฮางอก บ้านโคกสว่าง ประสบความสำเร็จประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านการผลิต และ สอดคล้องกับ ทักษญา สง่าโยธิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน พบว่า ทักษะ ความสามารถในการผลิต รวมถึงนวัตกรรมผลิตและการพัฒนา เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จากผลการวิจัยยังพบอีกว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่มที่ดีจะส่งผลต่อปัจจัยด้านการผลิต (ปลูก) ด้วย ในทิศทางที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน ตามหลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สะท้อนให้เห็นว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นผู้ควบคุมปัจจัยการผลิตทั้งหมด เมื่อมีการบริหารจัดการภายในกลุ่มที่ดี จึงส่งผลต่อการผลิต (ปลูก) และผลผลิตที่ได้นั่นเอง

3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

หน่วยงานภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยา คือ การได้รับสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน หน่วยงานจากกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานของสถาบันการศึกษาทั้งในและนอกพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ ทศพร แก้วขวัญไกร (2560) ที่ได้ศึกษาทางรอดวิกฤติเศรษฐกิจด้วยแนวทางวิสาหกิจชุมชน พบว่า ปัจจัยการสนับสนุนภายนอก ที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนรอดพ้นวิกฤติเศรษฐกิจได้ คือ การสร้างพี่เลี้ยงในการบริหารจัดการให้ครบวงจรด้วยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยท้องถิ่นให้เป็นแกนนำ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และยังสอดคล้องกับสอดคล้องกับ ทักษญา สง่าโยธิน (2560) ที่ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน พบว่า การสนับสนุนจากภายนอกที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (การสร้างเครือข่าย) จะต้องมีการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้ชาวบ้านเกิดความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ชาวบ้านมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถประกอบธุรกิจและพึ่งพาตนเองได้ ซึ่ง

สนใจแสง (Auto Period) ก็จะส่งผลต่อการกำหนดรูปแบบโรงเรือนที่ใช้ในการปลูก โดยพิจารณาด้วยว่าลูกค้าต้องการค่า THC หรือ CBD สูงเท่าไร แล้วค่อยไปหาสายพันธุ์ปลูกที่จะตอบโจทย์ให้ลูกค้าหรือธุรกิจ

2) ควรนำตัวแบบแผนธุรกิจเข้ามาใช้วิเคราะห์การดำเนินงาน

เลือกใช้ Business model ต่าง ๆ มาช่วยในการวิเคราะห์ เพื่อจะได้รู้จักลูกค้า รู้จักตัวเอง และรู้จักคู่แข่ง ชัน หรือรู้จักพันธมิตรที่จะเข้าไปร่วมด้วย ทางกลุ่มต้องมีเป้าหมายในการปลูกที่ชัดเจนว่าจะปลูกเพื่ออะไร เพื่อใคร ปลูกให้กับผู้บริโภคโดยตรงหรือปลูกให้ผู้ที่มารับซื้อไปแปรรูปต่อ ต้องรู้ว่าผู้รับซื้อต้องการรับซื้อในส่วนของพืช ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกรูปแบบการปลูก อีกทั้งช่อดอกหรือเมล็ดกัญชงอาจจะเอาไปทำพวกเวชสำอางหรืออาหาร ซึ่งจะมีคนกลางรับซื้อไปจำหน่ายต่อให้กับผู้ประกอบการเครื่องดื่ม หรือผู้ประกอบการอาหาร ส่วนใบ ราก ต้น ก็สามารถจำหน่ายให้กับโรงแรม ร้านอาหาร ซึ่งลูกค้าจะตัดสินใจซื้อผลผลิตโดยพิจารณาจากจุดแข็งของสินค้า เช่น เรื่องมาตรฐานการผลิต (ปลูก) หรือ คุณภาพของผลผลิตที่ได้

3) ควรค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม

การทำธุรกิจด้านการเกษตรนั้นมีความเสี่ยงสูง มีปัจจัยแปรผันหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง กลุ่มวิสาหกิจ ผู้สนใจต้องพิจารณาความพร้อมของตนเองว่าสามารถอยู่ส่วนไหนของธุรกิจกัญชาได้ เช่น ต้นน้ำ กลางน้ำ หรือปลายน้ำ ซึ่งในแต่ละส่วนนั้นจะมีผลตอบแทนและต้นทุนที่แตกต่างกัน หรือ จะพิจารณาจากระบบเงินทุนที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทียบกับระยะเวลาของผลตอบแทนกลับที่ได้รับ โดยสำรวจจากราคากลางที่รับซื้อ เกณฑ์การรับซื้อ ดังนั้นก่อนจะตัดสินใจเลือกทำธุรกิจนี้ ควรไปศึกษาดูงานจากแหล่งเรียนรู้ต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ หาพันธมิตรให้เยอะและ เข้าขอรับคำแนะนำจากหน่วยงานรัฐ ควรพิจารณาความน่าเชื่อถือของกลุ่มทุน นายทุนหรือผู้ที่เข้ามาติดต่อ ต้องตรวจสอบว่าเป็นผู้ประกอบการธุรกิจไหนดวงนี้จริงไหม เพราะอาจเป็นมิจฉาชีพที่มาหลอกขายต้นพันธุ์กัญชา หลอกขายดิน ขยายปุ๋ย ขยายวัสดุโรงเรือน หรือหลอกว่าจะมารับซื้อผลผลิต

4) ควรหาพันธมิตรและสร้างเครือข่ายการดำเนินงาน

การหาพันธมิตรให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะได้มีองค์ความรู้นวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น ทาง สวทช. ที่สามารถช่วยวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพของพืชและวิธีการสกัด มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ที่สามารถช่วยในการพัฒนาเป็นตำรับยา และศึกษาจากศูนย์เรียนรู้ที่สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ ต้นน้ำ กลางน้ำ และ ปลายน้ำ เช่น วิสาหกิจชุมชนเพลลาเพลลิน อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งปลูกในระบบปิด (Close System) ทำให้สามารถปลูกได้หลายรอบต่อปีเพราะสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมในการปลูกได้ ทำให้ผลผลิตหรือสารสำคัญของกัญชามีในปริมาณสูงและคุณภาพดี

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

- 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ช่วงหลักการปลดล็อกพืชกัญชา
- 2) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกัญชาของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์
- 3) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาทางการแพทย์และเชิงพาณิชย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ช่วงก่อน กับ หลังการปลดล็อกพืชกัญชา

8. เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2557). การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการเข้าสู่ AEC (เอกสารวิชาการที่ 4/2557).

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

- จารุพร ชันชนันท์ และ วสุธิดา นุริตมนต์. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 33(108), 132-144.
- ฐิตินันท์ หรั่งยิ้ม, พลอยไพลิน จิตต์สดใส, และ ธนินท์ ตีรสวัสดิชัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวฮางอก บ้านโคกสว่าง จังหวัดสกลนคร (บทคัดย่อ). *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 4(6), 52.
- ทศพร แก้วขวัญไกร. (2560). ทางรอดวิกฤติเศรษฐกิจด้วยแนวทางวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 9(2), 33-50.
- ทักษญา ส่งไยธิน. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิทยาลัยพาณิชย์ศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 12(2), 11-25.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). *ก้าวกระโดดบุรีรัมย์โมเดล กัญชาทางการแพทย์สู่สมุนไพรเศรษฐกิจ-ท่องเที่ยว*. สืบค้น 21 มีนาคม 2565, จาก <https://mgronline.com/onlinesection/detail/9630000097749>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2564). *สธ.จัดงานใหญ่ “กัญชากัญชง 360 องศา เพื่อประชาชน” สนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล 5-7 มี.ค. 64*. สืบค้น 21 มีนาคม 2565, จาก <https://mgronline.com/politics/detail/9640000017927>
- พชรพร วงษ์วาน. (2563). แนวทางการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม*, 15(1), 100-111.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. (2548, 6 มกราคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 122 ตอนที่ 6 ก.หน้า 1.
- พิทยา สุนทรประเวศ. (2564). การพัฒนากัญชาทางการแพทย์ในวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการไทยวิจัยและการจัดการ*, 2(1), 86-102.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ, ญาณกร โทประยูร, วนิดา สัจพันธ์โรจน, วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล, พระปลัดสมชาย ดำเนิน, วีระพล แจ่มสวัสดิ์, ชงโค แซ่ตั้ง, สุจินณา กรรณสูตร, และทักษิณา แสนเย็น. (2564). การประกอบธุรกิจกัญชาเพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภาวะวิกฤติทางการเงินในประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(2), 131-155.
- พีรพจน์ ปิ่นทองดี. (2561). กัญชา: กฎหมายยาเสพติดอันเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนากัญชาทางการแพทย์. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 6(3). 1182-1198.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2564). *ระบบสืบค้นข้อมูลใบอนุญาตสำหรับกัญชา*. สืบค้น 23 ธันวาคม 2564, จาก http://hemp.fda.moph.go.th/FDA_MARIJUANA/staff/marijuana_report_public
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (ม.ป.ป.). *ยุทธศาสตร์ชาติพ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (ฉบับย่อ)*. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2555). *แบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน (ฉบับปรับปรุงปี 2555)*. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <http://www.nan.doae.go.th/scanbook122554/v0255.2.pdf>
- สุดารัตน์ เข้มเงิน, ประเดิม น้ำใจ, และพัชราวดี ศรีบุญเรือง. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนไวน์ศรีชุมแสง ตำบลท่าไม้รวก อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 35(3), 127-136.

- Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar, & Khairul Anwar Subari. (2010). Study of Distinctive Capabilities and Entrepreneurial Orientation on Return on Sales among Small and Medium Agro-Based Enterprises (SMAEs) in Malaysia. *International Business Research*. 2, 34-48.
- Bartz, A.E. (1999). *Basics Statistical Concepts*. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics an introductory analysis*. Harper and Row, New York.

คำแนะนำสำหรับการส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

ข้อกำหนดหลัก

1. บทความที่แสดงเจตจำนงเพื่อตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์แก่วงการวิชาการโดยตรง ซึ่งแสดงถึงการพัฒนาหรือต่อยอดองค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การจัดการ การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬา และสหวิทยาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. บทความที่ประสงค์จะเผยแพร่จะต้องไม่มีเนื้อหาที่แสดงถึงการหมิ่นประมาท ดูหมิ่น ให้อายหรือยุยง ให้เกิดความเกลียดชังต่อบุคคลหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง และการกระทำต่างๆซึ่งรวมถึงการขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีงามของประชาชน ทั้งนี้ความคิดเห็นที่ปรากฏในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ถือเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนเพียงผู้เดียว โดยคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องและจะไม่รับผิดชอบต่อใดๆทั้งสิ้น

3. บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการเผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเผยแพร่ของวารสารใดวารสารหนึ่งมาก่อน ทั้งการเผยแพร่ในรูปแบบของเล่มหรือบางส่วนของข้อมูลหรือทั้งสองอย่าง

4. ข้อมูล ตาราง รูปภาพ แผนภาพ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการถือเป็นลิขสิทธิ์ของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ และของผู้เขียน การคัดลอกหรือเผยแพร่จะต้องได้รับอนุญาตจากคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นลายลักษณ์อักษร

การพิจารณาบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยกองบรรณาธิการจะตรวจสอบ (ความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ทางด้าน ทฤษฎีและทางด้านปฏิบัติ) ของหัวข้อและเนื้อหาของบทความ โดยบรรณาธิการจะส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อสอบถาม คุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะส่งตีพิมพ์หรือไม่ โดยกระบวนการพิจารณากลับกรอนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process) หากผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณากลับกรอนบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอ้างอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิว่าบทความนั้นๆ ควรจะลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการหรือควรที่จะส่งให้กับผู้ส่งบทความนำกลับไปแก้ไขก่อน แล้วพิจารณาอีกครั้งหนึ่งหรือปฏิเสธการลงตีพิมพ์

ประเภทบทความตีพิมพ์

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

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

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

4. เรื่องที่น่าสนใจที่อยู่ในขอบเขตของวารสาร

จริยธรรมในการตีพิมพ์

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

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

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประเมินบทความ

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

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้นิพนธ์

1. บทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการส่งต้นฉบับเพื่อรอตีพิมพ์กับวารสารหรือแหล่งเผยแพร่อื่น รวมถึงการไม่นำบทความไปตีพิมพ์เผยแพร่กับแหล่งอื่นหลังจากที่ได้รับ การตีพิมพ์กับวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการแล้ว หากพบการตีพิมพ์ซ้ำซ้อนผู้นิพนธ์จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในทุกกรณี
2. ผู้นิพนธ์ต้องตรวจสอบบทความทั้งในแง่รูปแบบและเนื้อหา โดยทำการอ้างอิงเอกสารวิชาการหรือผลงานผู้อื่นให้ถูกต้องครบถ้วนตามแบบฟอร์ม (template) ของวารสาร และไม่ทำการคัดลอกผลงานทั้งของตนเองและผู้อื่น

3. ผู้นิพนธ์ต้องเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้ประเมิน และพร้อมปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาตามคำแนะนำของผู้ประเมินและกองบรรณาธิการ เพื่อให้บทความถูกต้องตามมาตรฐานทางวิชาการและตรงตามรูปแบบของวารสาร

4. กรณีที่มีผู้นิพนธ์หลายคน ผู้ที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างแท้จริง และการส่งต้นฉบับบทความให้วารสารพิจารณาตีพิมพ์จะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้นิพนธ์ ทุกคนแล้ว

5. หากผู้นิพนธ์ประสงค์จะกล่าวขอบคุณผู้มีส่วนช่วยเหลือในบทความ จะต้องขออนุญาตก่อนระบุในกิตติกรรมประกาศท้ายบทความนั้น ๆ เสียก่อน

6. กรณีที่บทความเกี่ยวข้องกับการวิจัยในคนหรือสัตว์ทดลอง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อศักดิ์ศรี สิทธิ และความปลอดภัยของมนุษย์ ขอให้ผู้นิพนธ์แนบหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์หรือสัตว์ทดลอง เพื่อเป็นหลักฐานประกอบการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์

หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับสำหรับผู้เขียนในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์

การเตรียมต้นฉบับผลงานที่รับตีพิมพ์ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

1. บทความต้นฉบับต้องระบุชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งทางวิชาการ ตำแหน่งทางบริหาร สถานที่ทำงานหรือสถาบันการศึกษา ที่อยู่ติดต่อกได้ และอีเมลล์ของผู้เขียนไว้ในหน้าแรกของบทความ
2. บทความต้นฉบับพิมพ์ลงเอกสารหน้าเดียว ครอบคลุมยาวไม่เกิน 20 หน้ากระดาษ A4 ตั้งค่านำกระดาษ ดังนี้
บน (Top) 3.81 ซม., ล่าง (Bottom) 3 ซม., ซ้าย (Left) 3 ซม. และ ขวา (Right) 2.54 ซม.
3. ชื่อเรื่องภาษาไทย ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 Point ตัวหนา และชื่อเรื่องภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 Point ตัวหนา
4. หัวเรื่องหลัก เช่น บทนำ การทบทวนวรรณกรรม วิธีการวิจัย ผลการศึกษา อภิปรายและสรุปผลการวิจัย เอกสารอ้างอิง เป็นต้น ภาษาไทยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 Point ตัวหนา และภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 Point
5. การพิมพ์เนื้อเรื่อง ภาษาไทยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point ภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point
6. แนวทางการเขียนบทความวิจัย หัวข้อมีดังนี้
 - บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - บทนำ ครอบคลุมถึงความสำคัญ ความเป็นมา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย
 - การทบทวนวรรณกรรม
 - วิธีการวิจัย อธิบายถึงวิธีการดำเนินการวิจัย รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยอย่างชัดเจน
 - ผลการวิจัย
 - การอภิปราย สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ
 - เอกสารอ้างอิง
7. แนวทางการเขียนบทความวิชาการ หัวข้อมีดังนี้
 - บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - บทนำ ครอบคลุมถึงความสำคัญ ความเป็นมา และวัตถุประสงค์ของบทความวิชาการ
 - เนื้อหาบทความ ชี้ให้เห็นถึงประเด็นที่ต้องการนำเสนอโดยมีการอ้างอิงทฤษฎีหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - บทสรุปและข้อเสนอแนะ
 - เอกสารอ้างอิง
8. ผู้ส่งบทความจะต้องเขียนอ้างอิงเอกสารโดยจัดให้อยู่ในรูปแบบ APA Style และต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการอ้างอิงก่อนส่งบทความต้นฉบับ สามารถเข้าไปดูรายละเอียดได้ที่
<http://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam>

หมายเหตุ: เอกสารอ้างอิงที่ไม่ได้อยู่ในฐานข้อมูล TCI เช่น ข้อมูลจาก Website การศึกษาค้นคว้าอิสระ วิทยานิพนธ์ และวารสารที่ยังไม่ได้เข้าฐานข้อมูล TCI ให้จำกัดอยู่ที่ 30% ของจำนวนเอกสารทั้งหมดและปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกันกับเอกสารอ้างอิงที่มีการแก้ไข

ที่อยู่วารสาร

กองบรรณาธิการ วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

เลขที่ 59/6 หมู่ 1 ถนน วปรอ.366 ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร 47000

โทร: (+66)4-2725-039

แฟกซ์: (+66)4-2725-040

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

อีเมล: id.journaloflams@gmail.com

Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University

Faculty of Liberal Arts and Management Science

Chalermphrakiat Sakon Nakhon Province Campus

59/6 Moo 1 Chiangkru District, Ampur Muang, Sakon Nakhon Province, 4700, Thailand

Tel: (+66)4-2725-039

Fax: (+66)4-2725-040

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

E-mail: id.journaloflams@gmail.com

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