

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

บทความวิจัย

- ▶ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจําท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พลีษฐ์ อุบัวบล และ เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว
- ▶ อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่ง ธนภัทร เอ็มอินทร์ และ สมบูรณ์ สาระพัด
- ▶ คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร ณัฐธิดา ศรีโรบล และ จารุพร ตั้งพัฒนกิจ
- ▶ ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมบูรณ์ สาระพัด
- ▶ การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืนของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จิตราภรณ์ อังกวิวัฒน์ศรานนท์

บทความวิชาการ

- ▶ บทบาทของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแบบจำลองสมการโครงสร้าง จารุพร ตั้งพัฒนกิจ และ ปาณิก เสนาฤทธิไกร

Hospitality Industry Management

Finance and Investment

Logistics Management

International Business

Management

Accounting

Marketing





Journal of Management Sciences Kasetsart University

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.จุมพฏ บริราช คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
บรรณาธิการ อาจารย์สิทธิกันต์ เบ็ญจสุพัฒน์นันท์

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.วอนชนก ไชยสุนทร	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิษฏ์ธวัช มั่นเศรษฐวิทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภิรมย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การุณ สุขสองห้อง	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิดา ยาระณะ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล พุ่มศิริ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนภณ นิธิเชาวกุล	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิตา ภัคดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญาดา พันผา	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุภาค เสาร์เสาวภาคย์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ ดร.พงศ์พิพัฒน์ พงษ์ชน	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
อาจารย์ ดร.อุดมลักษณ์ ศรีชีวม	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อาจารย์ ดร.อัครพันธ์ รัตสุข	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองภายใน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ถิตรีศน์ พิมพาภรณ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวัตร ไทยแท้	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิรินุช อินละคร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบุรณ์ สาระพั๊ด	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิเดช บำรุงทรัพย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.จารุพร ตั้งพัฒนกิจ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.ศุภาภาส คำไตนด	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ฝ่ายจัดการ

นางสาวกมลรัตน์ บัณฑิตทัศนานนท์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
นางรัตติยาภรณ์ ต้นสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้จัดการวารสาร

นายชวนัฐ ปัญญาสิม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
-------------------	------------------------



Journal of Management Sciences Kasetsart University

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Journal of Management Sciences Kasetsart University) เป็นวารสารที่นำเสนอบทความงานวิจัยและบทความทางวิชาการ ครอบคลุมงานวิชาการทางด้านการจัดการ การตลาด ธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว การบัญชี การจัดการโลจิสติกส์ การเงินและการลงทุน เศรษฐศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกับการตลาด การเงิน ธุรกิจ เศรษฐกิจ ภาษาอังกฤษธุรกิจ ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การวิเคราะห์ธุรกิจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัย และความรู้ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ
2. เพื่อสร้างเครือข่ายและพัฒนาองค์ความรู้เชิงวิชาการและเชิงประยุกต์ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ลักษณะของบทความที่รับตีพิมพ์

1. บทความที่รับตีพิมพ์ เป็นบทความที่มีเนื้อหาทางด้านการจัดการ การตลาด ธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว การบัญชี การจัดการโลจิสติกส์ การเงินและการลงทุน เศรษฐศาสตร์ ภาษาอังกฤษธุรกิจ ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การวิเคราะห์ธุรกิจ
2. รับผิดชอบทั้งบทความวิจัยและบทความทางวิชาการ
3. บทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารอื่นมาก่อน
4. ต้นฉบับสามารถส่งบทความได้ทั้งภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ โดยต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษทุกบทความ

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่

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

การเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์

Website: <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jmsku>

- บทความทุกเรื่องได้รับการพิจารณาถ้อยแถลงโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยจำนวน 3 ท่าน/1 บทความ (Double-Blind Peer Review)
- บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำวารสาร และไม่ใช่ว่ายอมรับผิดชอบใดๆ ของกองบรรณาธิการและคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- กองบรรณาธิการวารสารไม่สงวนสิทธิ์ในการเผยแพร่ แต่ขอให้อ้างอิงอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ฉบับที่ 2 นี้ ยังคงไว้ด้วยการนำเสนอ บทความที่มีเนื้อหาหลากหลายทางด้านสาขาบริหารธุรกิจของอาจารย์ นักวิจัย นิสิต และผู้ที่สนใจทั่วไป ในลักษณะบทความวิจัย บทความวิชาการ หรือบทความวิจารณ์หนังสือ เป็นต้น โดยบทความได้ผ่านการกลั่นกรอง ทั้งด้านเนื้อหาและจริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยจากกองบรรณาธิการอย่างเคร่งครัด รวมถึงได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ ถึง 3 ท่าน เพื่อให้ได้บทความที่มีมาตรฐานและเป็นประโยชน์กับผู้อ่านมากที่สุด

สำหรับเนื้อหาสาระในวารสารฉบับนี้ กองบรรณาธิการได้พิจารณาคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพ ส่งตรงถึงท่าน ประกอบด้วย บทความวิจัย 5 เรื่อง ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 2) อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่ง 3) คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร 4) ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 5) การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืนของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล และบทความวิชาการ 1 เรื่อง ได้แก่ บทบาทของการวิเคราะห์ห่วงโซ่ประกอบเชิงยั่งยืนในแบบจำลองสมการโครงสร้าง

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนวารสารฯ นี้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นท่านผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์ในการพิจารณา ประเมินและให้คำแนะนำต่อบทความแต่ละฉบับ รวมถึงขอขอบคุณเจ้าของบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจ ส่งบทความเข้ามาเพื่อตีพิมพ์ในวารสารฉบับนี้ พร้อมกันนี้ขอเชิญทุกท่านที่สนใจ ร่วมส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ในฉบับต่อไป โดยสามารถเตรียมต้นฉบับตามรูปแบบของวารสารฯ หรือเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ที่ <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jmsku/>

ในโอกาสนี้ขอให้ทุกท่านมีความสุขกับการอ่านบทความ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการสนับสนุนจากท่านอีกครั้งในโอกาสต่อไป กองบรรณาธิการยินดีน้อมรับคำติชมรวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาและผลักดันวารสารฯ มีคุณภาพตามมาตรฐาน TCI ต่อไป

ด้วยความปรารถนาดี และสวัสดีปีใหม่ครับ
สิทธิกันต์ เบ็ญจสุพัฒนนันท์
บรรณาธิการ

สารบัญ (Table of Contents)

ชื่อเรื่อง	หน้า
ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำทำอากาศยานสุวรรณภูมิ พิสิทธิ์ อุบัวบล และ เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว	1
อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่ง ธนภัทร เอ็มอินทร์ และ สมบูรณ์ สาระพั๊ด	19
คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร ณัฐธิดา ศรีโรบล และ จารุพร ตั้งพัฒนกิจ	39
ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมบูรณ์ สาระพั๊ด	56
การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืน ของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล จิตราภรณ์ อังภิวฒน์ศรานนท์	82
บทบาทของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแบบจำลองสมการโครงสร้าง จารุพร ตั้งพัฒนกิจ และ ปาณิก เสนาฤทธิไกร	99

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน
ของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
The Relationship between Perceived Workload and Job Burnout of
the Ground Service staff at Suvarnabhumi Airport

พลิชฐ์ อุบัวบล^{1*} และ เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว²
Phasit Ubuabon^{1*} and Chalermkiart Feongkeaw²

Corresponding author email: phasitubuabon@gmail.com

(Received: March 28, 2022 Revised: June 23, 2022 Accepted: June 26, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 2) ศึกษาความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, One-way ANOVA และค่าสหสัมพันธ์ Pearson's Product Moment Correlation

ผลการศึกษาพบว่า 1) การรับรู้ภาระงาน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง 2) ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.93 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง 3) ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ภาระงาน พบว่า อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีการรับรู้ภาระงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 4) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานในเชิงบวกอย่างมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: การรับรู้ภาระงาน, ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน, พนักงานต้อนรับภาคพื้น

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
Graduate Student, Master of Arts in Hospitality Industry and Tourism Management, Graduate School, Kasem Bundit University

² อาจารย์ ดร. สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
Lecturer, Ph.D., Department of Hospitality Industry and Tourism Management, Graduate School, Kasem Bundit University

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the perceived workload of ground service staff at Suvarnabhumi Airport. 2) to study the job burnout of ground service staff at Suvarnabhumi Airport. 3) to compare demographic data with perceived workload of ground service staff at Suvarnabhumi Airport. and 4) to study the relationship between perceived workload and job burnout of ground service staff at Suvarnabhumi Airport. The quantitative method was employed to conduct this research, using a questionnaire to gathering data with the 400 samples who are ground service staff at Suvarnabhumi Airport. The statistics were used to analyze the data: frequency, percentage, mean and standard deviation. The t-test, One-way ANOVA and Pearson's Product Moment Correlation were used to test the hypothesis.

The results of the study showed that 1) The perceived workload with a total mean of 3.35, which was at a moderate level. 2) The job burnout with a total mean of 2.93, which was at a moderate level. 3) the comparison of perceived workload classified by age, status, monthly income, there was a significant difference at 0.05 level in the perceived workload. And 4) the relationship between perceived workload and job burnout, there was a statistical relationship at the level of significance 0.01. The relationship level was at a moderate level.

Keywords: Job burnout factor, Perceived workload, Ground service staff

บทนำ

การขนส่งทางอากาศมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของโลก เพราะเป็นบริการขนส่งที่มีความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น ในยุคโลกาภิวัตน์ที่การคมนาคมขนส่งทางอากาศเป็นเรื่องง่ายตายทำให้การเดินทางระยะใกล้หรือไกลใช้เวลาเดินทางรวดเร็วและสะดวกสบายขึ้น โดยเฉพาะการขนส่งผู้โดยสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อทำธุรกิจและเพื่อการท่องเที่ยวรวมถึงการเดินทางเพื่อเผยแพร่ศาสนา ซึ่งในแต่ละเที่ยวบินที่ให้บริการผู้โดยสารนั้นประกอบด้วยพนักงานส่วนต่างๆ อาทิเช่น พนักงานต้อนรับภาคพื้น ช่างอากาศยาน นักบิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และตำแหน่งอื่นอีกมากมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมความพร้อมในการบริการแก่ผู้โดยสาร โดยคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นลำดับแรก ดังนั้นการขนส่งทางอากาศจึงเป็นกิจการสาธารณูปโภคประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพของประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศ

พนักงานต้อนรับภาคพื้นนั้น เปรียบเสมือนหัวใจสำคัญในการให้บริการผู้โดยสารในแต่ละเที่ยวบินเพราะเป็นผู้ให้บริการกับผู้โดยสารโดยตรงตลอดการดำเนินการในขั้นตอนการบริการภาคพื้นก่อนที่จะส่งต่อผู้โดยสารในขั้นตอนต่อไปคือการบริการบนเครื่องบิน โดยหน้าที่ของพนักงานต้อนรับภาคพื้นนั้นโดยทั่วไปเฉลี่ยเริ่มต้นเวลาตั้งแต่ 1-2 ชั่วโมงล่วงหน้าก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติงานตามภาระงานที่ได้รับมอบหมาย (ปรเมศวร์ โคตรคันทา, 2561) อันประกอบด้วย การบริการตรวจรับบัตรโดยสาร, เอกสาร

การเดินทาง และตรวจกระเป๋าและสัมภาระ (Check-in Service) การบริการผู้โดยสารขาเข้า, ดูแลความปลอดภัยก่อนส่งสัญญาณเปิดประตู และเชิญผู้โดยสารออกจากเครื่องบิน เพื่อรับกระเป๋าและสัมภาระ (Arrival Gate Service and Baggage Claim Service) การบริการผู้โดยสารขาออก และตรวจรับบัตรที่นั่ง รวมถึงเอกสารการเดินทางและเชิญผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน (Departure Gate Service) (สิทธิชัย ศรีเจริญประมง, 2556)

การรับรู้ภาระงาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ซึ่งการทำงานมากในเวลาที่จำกัดและมีทรัพยากรที่น้อยเกินไป บุคคลจะรู้สึกทำงานมากขึ้น เนื่องจากการลดขนาดองค์การและฝ่ายบริหารต้องการให้คนทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นพนักงานจึงต้องทำงานหนักขึ้นและใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น ทำให้มีเวลาว่างน้อยลง นอกจากนี้งานยังมีความซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้เกิดความเหนื่อยล้าจากการทำงานหนัก (Maslach and Leiter, 1997) นอกจากนี้การศึกษาของ ลลิตา แห่งเพ็ชร (2558) พบว่า เมื่อพนักงานเกิดการรับรู้ภาระงาน ต้องทำงานหนักขึ้นภายใต้ความกดดัน ด้านเวลา ส่งผลให้เกิดความเหนื่อยหน่ายในงาน เหตุเพราะไม่สามารถจัดสรรเวลาที่มีอย่างจำกัด ในขณะที่มีภาระงานเพิ่มขึ้น และเมื่องานไม่สำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ส่งผลให้ต้องทำงานล่วงเวลา ทำให้พนักงานต้องสูญเสียเวลาในการพักผ่อน เกิดความอ่อนล้าทางร่างกายและอารมณ์ ร่างกายอ่อนเพลียจากการทำงานที่มีปริมาณมาก ไม่มีจิตใจในการปฏิบัติงานอีกต่อไป เกิดเป็นความเหนื่อยหน่ายในงานในที่สุด

ภาวะความเหนื่อยหน่ายจากการปฏิบัติงานนับเป็นปรากฏการณ์สำคัญเพราะก่อให้เกิดผลเสียในหลายๆด้านทั้งต่อตัวบุคคลและองค์กร เช่น เกิดอาการเจ็บป่วยทางด้านร่างกายและจิตใจ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กรลดลง สัมพันธภาพระหว่างผู้ร่วมงานกับหัวหน้างานแย่งลง เป็นต้น (เป็งรำ ยงเจริญ และพรชัย สิทธิศรีณย์กุล, 2562) อาการเกลียดชังต่อสังคมเกิดจากความเหนื่อยหน่ายในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าในเชิงตำหนิและดูถูก เช่น การกล่าวโทษหรือโยนความผิดให้ลูกค้า พฤติกรรมของพนักงานดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการและกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์บริการซ้ำอีกในอนาคต (Gountas Swing and Gountas, 2007) อ้างถึงใน พัลพงค์ สุวรรณวาทีน, 2559) เพราะข้อบกพร่องในการให้บริการเป็นผลกระทบที่จะนำไปสู่การสูญเสียความภักดีและผลกระทบต่อการทำกำไร (ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป, 2558) สิ่งสำคัญนอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการให้มีคุณภาพสูงก็คือการพัฒนาผู้ให้บริการให้มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างเข้าใจด้วย (นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย, 2562) ซึ่งความเหนื่อยหน่ายในงาน (job burnout) คือ ความรู้สึกเหนื่อยล้าทางอารมณ์ (Emotional Exhaustion) การลดค่าความสำเร็จของตนเอง (Personal Accomplishment) การลดค่าความเป็นบุคคลของผู้อื่น (Depersonalization) ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติ พฤติกรรม การปฏิบัติงานไปในทางที่ไม่พึงประสงค์ ขาดความสัมพันธ์ที่ดีทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ร่วมงาน หมดหวังในการทำงาน (Maslach and Jackson, 1981)

จากภาระงานที่อาจส่งผลกระทบต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นข้างต้น จึงมีความสำคัญในการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อันจะนำไปสู่แนวทางในการจัดการภาระงาน และตารางงาน เพื่อลดความเหนื่อยหน่ายในการทำงานและส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิต

ที่ดีขึ้นของพนักงานต้อนรับภาคพื้น ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรอื่นๆ ที่มีบริบทของลักษณะงานที่คล้ายคลึงกันได้ประยุกต์ใช้ในการลดความเหนื่อยหน่ายให้กับพนักงานในองค์กรนั้นๆ ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความเหนื่อยหน่ายของพนักงานต้อนรับภาคพื้นอันจะนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการลดการรับรู้ภาระงาน และความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน เพื่อส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับพนักงานต้อนรับภาคพื้นได้
2. สามารถนำเสนอข้อมูลการวิจัยนี้ให้กับองค์กรซึ่งว่าจ้างพนักงานต้อนรับภาคพื้น เพื่อเป็นแนวทางการจัดการภาระหน้าที่ ตารางการทำงานให้เกิดความสมดุลต่อพนักงาน อันจะส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันและมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์กรไปในทางที่ดีขึ้น
3. สามารถเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรอื่นๆ ที่มีบริบทของลักษณะงานที่คล้ายคลึงกันได้ประยุกต์ใช้ในการลดการรับรู้ภาระงาน และความเหนื่อยหน่ายในการทำงานให้กับพนักงานในองค์กรนั้นๆ และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการวางแผนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรนั้นๆ ได้

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิแตกต่างกัน
2. การรับรู้ภาระงานมีความสัมพันธ์กับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดที่การปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้น

การปฏิบัติงานต้อนรับภาคพื้นเป็นกระบวนการให้บริการผู้โดยสาร หลังจากที่ถูกโดยสารตกลงใจเลือกใช้บริการกับองค์กรธุรกิจสายการบินใดสายการบินหนึ่งเรียบร้อยแล้ว เมื่อถึงวันครบกำหนดการเดินทาง ผู้โดยสารจะต้องใช้บริการเคาน์เตอร์บริการ (Check-In Service) เพื่อลงทะเบียนตรวจรับบัตรโดยสาร ตรวจเอกสารการเดินทาง ตรวจกระเป๋าและสัมภาระ เพื่อออกบัตรที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร เมื่อผู้โดยสารรับบัตรที่นั่งเรียบร้อยแล้ว ผู้โดยสารจะเข้าสู่กระบวนการบริการในจุดสัมผัสที่ 3 บริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน (Departure Gate Service) เพื่อตรวจสอบเอกสารการเดินทาง และ

บัตรที่นั่งก่อนขึ้นเครื่อง นอกจากนี้ผู้โดยสารจะได้รับการอำนวยความสะดวกในการจัดลำดับในการขึ้นเครื่องเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยต่อการเข้าถึงที่นั่งของผู้โดยสาร (Boarding Gate service) เพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่กระบวนการให้บริการในจุดสัมผัสที่ 4 คือ การบริการบนเครื่องบิน (In-Flight Service) ซึ่งจะเป็นการส่งต่อหน้าที่ให้กับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินได้ทำหน้าที่ในจุดสัมผัสนี้ ต่อมาเมื่อผู้โดยสารเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง ในจุดสัมผัสนี้จะเป็นการบริการผู้โดยสารขาเข้า โดยจะเป็นหน้าที่ของพนักงานต้อนรับภาคพื้นในส่วนการรับเครื่องขาเข้า ซึ่งมีหน้าที่คอยตรวจสอบความปลอดภัยและเคสพิเศษต่างๆ ก่อนที่จะไปรับผู้โดยสารที่เครื่องจากสถานีต้นทาง เมื่อผู้โดยสารมาถึงอาคารผู้โดยสารขาเข้า ต้องดูแลจนผู้โดยสารรับสัมภาระเรียบร้อย หากมีกรณีไม่ได้รับกระเป๋าหรือทรัพย์สินสูญหายบนเครื่องบิน ต้องประสานงานกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนกติดตามสัมภาระ หรือ Lost and Found (Baggage Claim Service) หรือ กับสถานีต้นทางที่ผู้โดยสารเดินทางมา เป็นต้น ซึ่งถือเป็นผู้โดยสารผู้สุดท้ายในการให้บริการของสายการบิน (สิทธิชัย ศรีเจริญประมง, 2566)

ปรเมศวร์ โคตรคันทา (2561) กล่าวว่าพนักงานต้อนรับภาคพื้นมีหน้าที่ให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดิน อำนวยความสะดวกดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสาร ตั้งแต่ขั้นตอนการตรวจรับบัตรโดยสารและตรวจรับสัมภาระจนถึงการนำส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องได้ต้องตามเที่ยวบินถูกจุดหมายปลายทาง รวมถึงการรับเครื่องขาเข้าและส่งเครื่องขาออก และการเดินเอกสารด้านการบิน เป็นต้น การเริ่มปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นจะเริ่มปฏิบัติงานก่อนเวลาที่เครื่องบินขาเข้าลงจอดประมาณ 1-2 ชั่วโมง เพื่อเตรียมการรับผู้โดยสารขาเข้า และส่งผู้โดยสารขาออกต่อในเที่ยวบินนั้นๆ ด้วยความปลอดภัยและตรงเวลา สำหรับคุณสมบัติของพนักงานต้อนรับภาคพื้น ประกอบด้วย การให้บริการ มีความสามารถในการปฏิบัติงานเป็นทีม มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และมีทักษะทางภาษาต่างประเทศ เป็นต้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ภาระงาน

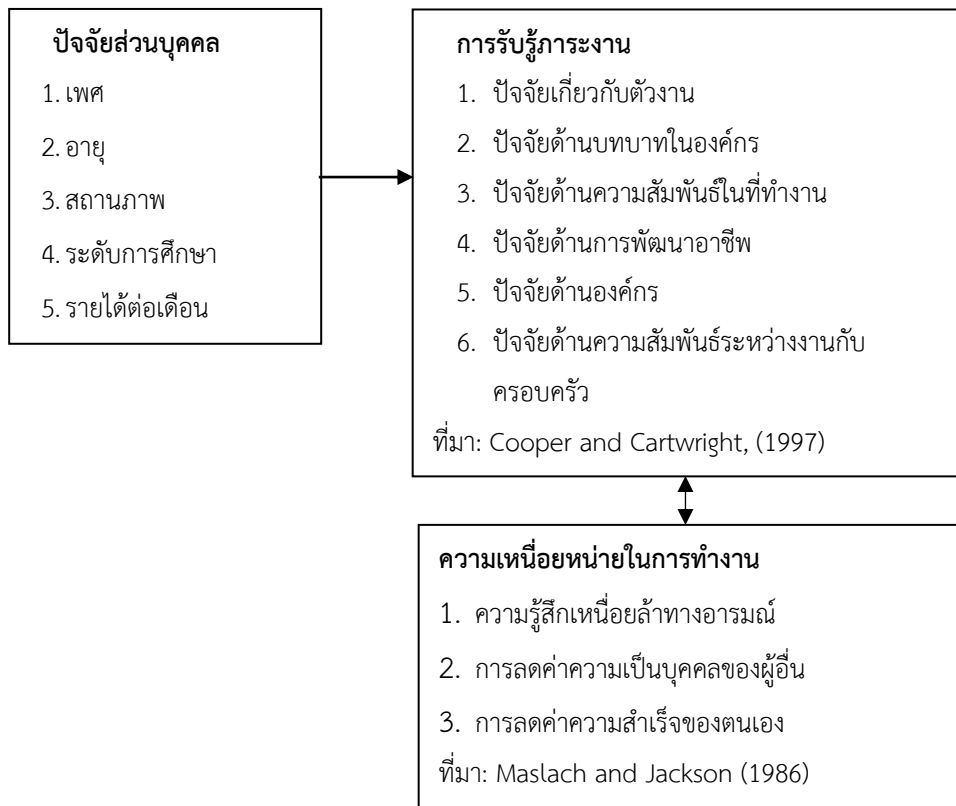
นักวิจัยหลายท่านได้ให้ความหมายของการรับรู้ภาระงาน เช่น Steven E. Hobfoll (2002) ได้อธิบายความหมายของการรับรู้ภาระงานว่าเป็น การรับรู้คุณลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานในองค์การต่อการสูญเสียทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและเวลาที่ใช้ในการทำงาน เช่น พนักงานรับรู้ถึงภาระงานในความรับผิดชอบของตนเองว่ามีมากเกินไปกว่าเวลาการทำงานตามปกติ ทำให้ต้องทำงานล่วงเวลา ส่วน Cordes and Dougherty (1993) กล่าวว่า ภาระงาน หมายถึง งานที่พนักงานทำหรือรับผิดชอบในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในระยะเวลาหนึ่งที่มีมากจนเกินความสามารถหรือขีดจำกัดของพนักงาน เช่น งานมีความซับซ้อนเกินไป เร่งด่วนเกินไป หรือมีความเสี่ยงเกินไป นอกจากนี้ Demerouti et al (2005) ได้อธิบายถึงการรับรู้ภาระงานไว้ในการศึกษาแบบจำลองความต้องการในงาน และปัจจัยเอื้อต่อการทำงาน JD-R Model (Job Demands and Resources Model) ว่าการรับรู้ภาระงาน หมายถึง การรับรู้ลักษณะของงานหรือเงื่อนไขในการทำงานที่องค์การมอบหมายให้บุคลากรรับผิดชอบซึ่งอาจเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้บุคลากรต้องใช้ความอดทนและความพยายามสูงทั้งทางร่างกายและจิตใจ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายและอาจเกิดความเครียดหากไม่สามารถทำให้สำเร็จได้ เช่น ภาระงานและระยะเวลาการทำงานที่จำกัด รวมถึง Demerouti, Bakker, Nachreiner and Schaufeli (2001) ได้อธิบายความหมาย ของการรับรู้ภาระงานว่า หมายถึง ความต้องการในงานที่มีลักษณะทางกายภาพและทางจิตใจ จึงจำเป็นที่บุคคลต้องใช้ความพยายามทั้งทางกาย ทางอารมณ์ และทางความคิดในการทำงานความต้องการในงานนั้น มีความสัมพันธ์กับความเครียด ที่ก่อให้เกิด

ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน นอกจากนั้นแล้ว มีการศึกษาพบว่า การรับรู้ภาระงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานด้วย

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน

Maslach and Jackson (1981) อาจารย์ทางจิตวิทยาของมหาวิทยาลัยเบอร์keley แคลิฟอร์เนีย เป็นบุคคลแรกที่ศึกษาเกี่ยวกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน (Burnout) ในปี ค.ศ.1973 และเผยแพร่มนิทัศน์ของกระบวนการความเหนื่อยหน่ายในวารสาร Human Behavior ในปี 1976 และได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ในบุคคลซึ่งมีอาชีพให้บริการแก่สังคมหลายอาชีพ และให้ความหมายของคำว่า "ความเหนื่อยหน่าย" (Burnout) ว่าเป็นกลุ่มอาการเหนื่อยล้าทางร่างกายและอารมณ์ มีผลทำให้เกิดความรู้สึกต่อตนเองด้านลบ มีทัศนคติในทางลบต่องานที่รับผิดชอบต่อผู้ร่วมงานและต่อผู้มารับบริการ บั่นทอนความรู้สึกผูกพันกับผู้รับบริการ อันเป็นผลสืบเนื่องจากความเครียดในการทำงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคล นอกจากนี้ยังเกิดความรู้สึกสูญเสียความผูกพันต่อผู้ร่วมงาน ขาดความเห็นอกเห็นใจ และความเคารพในเพื่อนร่วมงาน ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของตนเอง ต่อคุณภาพของงานและอัตราการลาออกจากงาน นอกจากนี้ Maslach Schaufeli and Leiter (2001) กล่าวว่าความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน คือ อาการของปฏิกิริยาที่สนองตอบทางด้านอารมณ์ที่มีต่อความเครียด เมื่อบุคคลต้องเผชิญกับเหตุการณ์ที่กดดันเป็นเวลานานจากการทำงาน เนื่องจากสภาวะที่ไม่สมดุลกันระหว่างบุคคลกับงานที่ทำอยู่ แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Emotion Exhaustion) ผู้ปฏิบัติงานหมดกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงานเกิดจากการอ่อนล้าในการทำงานมากเกินไป การลดค่าความเป็นบุคคลของผู้อื่น (Depersonalization or Cynicism) การมองบุคคลอื่นเป็นเสมือนวัตถุไม่มีชีวิตจิตใจจะแสดงออกด้วยการแยกตัวเองไม่ต้องการเกี่ยวข้องกับผู้อื่นและความรู้สึกที่ตัวเองไม่ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน (Reduced Personal Accomplishment) นอกจากนี้ Friedenberg (1980) จิตแพทย์ชาวอเมริกันได้ให้ความหมายของความเหนื่อยหน่ายในการทำงานซึ่งแบ่งแยกตามพฤติกรรมอาการที่แสดงออกมาจากประสบการณ์โดยวิธีสังเกตและจากเพื่อนร่วมงาน คือ อาการที่ถอยหมดกำลังใจหรือไม่พอใจในการทำงาน ผิดหวังจากผลการทำงานที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นพนักงานในระดับปฏิบัติการ ที่ปฏิบัติงานในปี 2564 โดยผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านจำนวนพนักงานที่แน่ชัดได้ และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย คือ พนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ปฏิบัติงานใน 3 จุดสัมผัส อันได้แก่ การบริการตรวจรับบัตรโดยสาร เอกสารการเดินทางตรวจกระเป๋าและสัมภาระ (Check-in Service) ตรวจรับบัตรที่นั่ง เอกสารการเดินทางและเชิญผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน (Departure Gate Service) และการบริการผู้โดยสารเข้าเพื่อรับกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Claim Service) โดยใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่ม Cronbach Cochran (1953) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 และเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีประชากรนั้นจำนวนมาก และต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร ซึ่งกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 95 และกำหนดค่าระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ทั้งนี้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง ประมาณ 384 คน ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling Method)

2. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ความตรง (Validity) นำแบบสอบถามไปตรวจความครอบคลุมของเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว จึงได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามคือ ค่า IOC Index of item Objective Congruence : IOC (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

จากการตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว จึงได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้การหาค่าดัชนีความตรงของเนื้อหาและผลการพิจารณาในแต่ละข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.05 ซึ่งถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพ

ความเที่ยง (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Coefficient Alpha) ของครอนบาค ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 คน กับอาสาสมัครกลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมากกว่าหรือเท่ากับ 0.842 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่เชื่อถือสูง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. นำคู่มือคำอธิบายการเข้าร่วมโครงการและเอกสารยินยอมการเข้าร่วมโครงการแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม พร้อมแบบสอบถามแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ระยะเวลาตั้งแต่ กันยายน พ.ศ. 2564 ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 โดยการแจกแบบสอบถามพร้อมอธิบายรายละเอียดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจ กรอกแบบสอบถาม และส่งคืนภายในเวลาที่กำหนด

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติเชิงพรรณนา

4.1.1 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

4.1.2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4.2 สถิติเชิงอนุมาน

4.2.1 สถิติการวิเคราะห์ t-test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มระหว่างข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลกับข้อมูลด้านการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4.2.2 สถิติการวิเคราะห์ One-Way ANOVA เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ระหว่างข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลกับข้อมูลด้านการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significance Difference

4.2.3 ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อทดสอบทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน โดยเปรียบเทียบตารางการแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานวิจัย และสอดคล้องกับประเภทรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำแบบสอบถามให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเอง (Self-Administered Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามจะมีทั้งแบบสำรวจรายการ (Check List) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเชื่อมโยงทฤษฎีและง่ายต่อการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในลำดับต่อไป จึงได้ลำดับขั้นตอนดำเนินการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจากเอกสารตำรา งานวิจัย ตลอดจนสื่อสารสนเทศ
2. ศึกษาลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา คือ พนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นพนักงานในระดับปฏิบัติการ ที่ปฏิบัติงานในปี 2564
3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่างเพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาเบื้องต้นที่ต้องการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. การทดสอบความตรง (Validity) ของแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นสาเหตุต่อความเหนื่อยล้าของพนักงานบริการภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านที่มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญ การปฏิบัติงานในอาชีพ พยาบาลวิชาชีพ และพนักงานต้อนรับภาคพื้น ที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 3 ปี ขึ้นไป
5. การทดสอบความเที่ยง (Reliability) เป็นการแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือที่มีการวัดที่ให้ผลสม่ำเสมอแน่นอนคงที่ไม่คาดเคลื่อน โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความตรงและปรับปรุงแล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด กับอาสาสมัครกลุ่มตัวอย่าง
6. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานบริการภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 26 - 30 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 มีสถานภาพโสด จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

2. ผลการวิเคราะห์ด้านการรับรู้ภาระงาน

การรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในด้านภาพรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณาแต่รายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาคือด้านปัจจัยบทบาทในองค์กร ($\bar{X} = 4.02$) ปัจจัยด้านการพัฒนาอาชีพ ($\bar{X} = 3.20$) ปัจจัยด้านองค์กร ($\bar{X} = 3.14$) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างงานกับครอบครัว ($\bar{X} = 3.00$) และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ($\bar{X} = 2.55$) ดังแสดงในตารางที่ 1

การรับรู้ภาระงาน (Perceived Workload)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน	4.24	0.55	มากที่สุด
2. ปัจจัยบทบาทในองค์กร	4.02	0.63	มาก
3. ปัจจัยด้านการพัฒนาอาชีพ	3.20	0.59	ปานกลาง
4. ปัจจัยด้านองค์กร	3.14	0.93	ปานกลาง
5. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างงานกับครอบครัว	3.00	0.66	ปานกลาง
6. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน	2.55	1.01	น้อย
รวม	3.35		ปานกลาง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

3. ผลการวิเคราะห์ด้านความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน

ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในด้านภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.93$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ความรู้สึกเหนื่อยล้าทางอารมณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$) ถัดมาด้านการลดค่าความสำเร็จของตนเอง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.78$) และการลดค่าความเป็นบุคคลของผู้อื่น อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.56$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน (Job Burnout)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความรู้สึกเหนื่อยล้าทางอารมณ์	3.47	0.89	มาก
2. การลดค่าความสำเร็จของตนเอง	2.78	0.89	ปานกลาง
3. การลดค่าความเป็นบุคคลของผู้อื่น	2.56	0.86	น้อย
รวม	2.93		ปานกลาง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นด้านความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ภาระงาน

ผลการศึกษาการเปรียบเทียบลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือนกับการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิตั้งแสดงในตารางที่ 3

การเปรียบเทียบลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ภาระงาน				
การรับรู้ภาระงาน	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	รายได้ต่อเดือน
1. ปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน	0.072	0.187	0.317	0.339
2. ปัจจัยด้านบทบาทในองค์กร	0.104	0.187	0.013**	0.008**
3. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน	0.114	0.439	0.069	0.654
4. ปัจจัยการพัฒนาอาชีพ	0.000***	0.254	0.011**	0.044*
5. ปัจจัยด้านองค์กร	0.069	0.016**	0.221	0.000***
6. ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างงานกับครอบครัว	0.019**	0.899	0.173	0.502
รวม	0.063	0.330	0.134	0.257

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการเปรียบเทียบลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ทุกด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับ ปานกลาง (0.674) ดังแสดงในตารางที่ 4

ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน (Job Burnout Factor)	ปัจจัยการรับรู้ภาระงาน (Perceived Workload)		
	ค่าสหสัมพันธ์	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
	0.647**	0.000	ปานกลาง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความสัมพันธ์การรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การอภิปรายผล

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 26 - 30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท

2. การรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในด้านภาพรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) ซึ่งสอดคล้องกับ พัลพงษ์ สุวรรณวาทีน (2559) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการรับรู้ภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน โดยมีการสื่อสารภายในองค์กรและความเครียดในการทำงานเป็นตัวแปรกำกับ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ภาระงานมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน และการสื่อสารภายในองค์กรไม่ได้กำกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน

3. ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในด้านภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.93$) ซึ่งสอดคล้องกับ Lee and Ashforth (1996) ได้ทำการวิจัยเรื่องการตรวจสอบการวิเคราะห์ห่อภิมาณของความสัมพันธ์สามมิติของความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน พบว่า ความเครียดในงาน เช่น บทบาทที่คลุมเครือ ความขัดแย้ง ภาระงาน และความกดดันในงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับมิติความเหนื่อยหน่ายในงานทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ ด้านการลดค่าความเป็นบุคคลของผู้อื่น และด้านการลดค่าความสำเร็จของตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. ผลการเปรียบเทียบลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนกับการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4.1 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่มีอายุน้อยมีคะแนนในส่วนของการขึ้นตอนและภาระงานที่มากกว่าผู้ที่มีอายุมาก ซึ่งการที่ผู้ที่มีอายุมากกว่ามีภาระงานที่น้อยกว่านั้น เป็นเพราะอายุสะท้อนถึงประสบการณ์ทำงานที่มากกว่า ผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่ามักจะอยู่ในตำแหน่งงานที่สูงกว่า โดยมีอำนาจในการควบคุมการปฏิบัติงาน ซึ่งมีภาระและขั้นตอนทำงานที่น้อยกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า จึงทำให้พนักงานที่มีอายุน้อยกว่ามีภาระงานที่มากกว่า ซึ่งองค์กรอาจเพิ่มจำนวนพนักงานที่มีอายุน้อยขึ้น เพื่อกระจายหน้าที่ให้แบ่งเบาภาระงาน ซึ่งสามารถลดภาระงานในพนักงานที่มีอายุน้อยลงได้ และสร้างความสมดุลระหว่างพนักงานกับภาระงาน โดยสอดคล้องกับ Maslach and Jackson (1981) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีอายุน้อยจะมีคะแนนความเหนื่อยหน่าย

ในการทำงานด้านความเหนื่อยล้าทางอารมณ์และการสูญเสียความเป็นบุคคลสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก แต่ผู้ที่มีอายุมากจะมีคะแนนความเหนื่อยหน่ายในการทำงานด้านความสำเร็จส่วนบุคคลสูงกว่า ผู้ที่มีอายุน้อย การที่คนอายุน้อยมีความเหนื่อยหน่ายในการทำงานสูงกว่าคนที่อายุมากนั้น เป็นเพราะอายุสะท้อนถึงประสบการณ์ในการทำงาน ผู้ที่มีอายุมากจะมีประสบการณ์มาก มีวุฒิภาวะ สุขุม รู้จักชีวิต สามารถปรับตัวสอดคล้องกับความจริงได้มากยิ่งขึ้น โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเหนื่อยหน่ายในการทำงานจึงน้อยลง

4.2 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดเป็นบุคคลผู้ซึ่งมีปัจจัยในการดำเนินชีวิตที่ขึ้นอยู่กับตัวเอง ไม่มีพันธะทางคู่ครอง จึงมีจำเป็นต้องชำระค่าใช้จ่ายความรับผิดชอบต่อครอบครัวของตนและอื่นๆ ทั้งหมดเพียงคนเดียว จึงส่งผลให้พนักงานต้อนรับภาคพื้นที่มีสภาพโสดมีการรับรู้ภาระงานมากกว่าสถานภาพอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริยา สัมมาจ (2534) พบว่า พยาบาลที่สมรสแล้วมีความเหนื่อยหน่ายน้อยกว่าพยาบาลที่โสด ทั้งนี้ เพราะครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญมาก คู่สมรสที่มีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกันจะมีความรักความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกันและยังมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการตัดสินใจ และแก้ปัญหาต่างๆ คนที่มีครอบครัวและคนโสด จะให้ความสำคัญเรื่องงานแตกต่างกัน คนที่มีครอบครัวแล้วจะไม่ทุ่มเททำงานเป็นสาระสำคัญของชีวิตเพียงประการเดียว แต่มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตครอบครัว จึงมีความทะเยอทะยานแข่งขันและแสวงหาความก้าวหน้าในงานซึ่งเสี่ยงกับความล้มเหลวและผิดหวังน้อยกว่าคนโสด

4.3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาระงานด้านการพัฒนาอาชีพมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี เนื่องจากผู้มีการศึกษาสูงย่อมมีความคำนึงถึงโอกาสและการพัฒนาอาชีพและพัฒนาตนเองอยู่เสมอๆ เพื่อมองหาความก้าวหน้าในอาชีพให้จน มีอาชีพ รายได้ที่มั่นคง จึงทำให้ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่ามีการรับภาระงานด้านการพัฒนาอาชีพมากกว่า โดยองค์กรอาจเพิ่มช่องทางและโอกาสในการก้าวหน้าต่อพนักงาน โดยการจัดสอบวัดระดับความรู้ต่องานเพื่อเลื่อนตำแหน่งพนักงานอย่างน้อยปีละครั้ง เพื่อสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน และแสดงถึงการพัฒนาของพนักงานและองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาริกา ปีตรุงค์พิทักษ์ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า ระดับการศึกษาต่ำจะส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานน้อย ส่วนระดับการศึกษาสูงส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานสูง เพราะผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงย่อมมีความหวังในชีวิตมากเช่นกัน

4.4 รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 11,001 – 15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาระงานด้านปัจจัยด้านบทบาทในองค์กร (Organizational Roles) มากกว่าผู้ที่มีรายได้ในระดับอื่น อันเนื่องมาจาก ผู้มีรายได้น้อยส่วนใหญ่มักจะเป็นพนักงานใหม่ หรือเป็นนักศึกษาจบการศึกษาใหม่ ในการเริ่มต้นงานใหม่ในแต่ละอาชีพจะมีอัตราค่าจ้างที่น้อยกว่า แต่มีภาระงาน

เทียบเท่ากับผู้มีประสบการณ์และเงินเดือนที่มากกว่าแล้ว จึงส่งผลให้ผู้มีรายได้น้อย มีการรับรู้ภาระงานที่มากกว่าผู้มีรายได้มากกว่า องค์กรอาจเพิ่มอัตราค่าจ้างเริ่มต้นที่ระดับ 15,001 ขึ้นไปรวมถึงเพิ่มสวัสดิการในด้านอื่น หากองค์กรไม่เห็นความสำคัญด้านนี้ อาจส่งผลให้พนักงานหมดกำลังใจ และมากไปกว่านั้น พนักงานอาจตัดสินใจลาออกจากงานได้ ซึ่งองค์กรต้องจัดสรรการรับสมัครพนักงานใหม่ และเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานใหม่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ สุพรรณษา พุ่มพวง (2559) ได้กล่าวไว้ว่า พนักงานที่มีเพศ และอายุต่างกัน มีแนวโน้มการลาออกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มการลาออก ส่วนปัจจัยด้านค่าตอบแทน และสวัสดิการด้านผู้บังคับบัญชาและองค์กร มีความสัมพันธ์ทางลบกับแนวโน้มการลาออกของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.647$) กล่าวคือ หากพนักงานต้อนรับภาคพื้น มีการรับรู้ภาระงานมากขึ้น ก็จะส่งผลให้มีความเหนื่อยหน่ายในการทำงานมากขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้จึงได้เสนอผลความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิรายด้านได้ดังนี้

5.1 การรับรู้ภาระงานมีความสัมพันธ์กับกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ด้านความรู้สึกเหนื่อยล้าทางอารมณ์ (Emotional Exhaustion) ทุกด้าน โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ สามารถอธิบายได้ว่า ยิ่งการรับรู้ภาระงานมาก จะส่งผลให้มีความเหนื่อยหน่ายในการทำงานด้านความรู้สึกเหนื่อยล้าทางอารมณ์มากขึ้น พนักงานใช้พลังงานทั้งหมดหลังจากปฏิบัติงาน และมีความรู้สึกอ่อนล้าเมื่อต้องตื่นไปปฏิบัติงาน ดังนั้นองค์กรมีความจำเป็นต้องจัดสรรเวลาช่วงพักระหว่างวันให้เหมาะสมกับช่วงเวลาปฏิบัติทำงานต่อวัน เพื่อลดความเหนื่อยล้าระหว่างวันให้พนักงานได้มีช่วงเวลาการพักผ่อนและทำธุระส่วนตัวที่เพียงพอ เนื่องจากงานพนักงานบริการภาคพื้นจำเป็นต้องสื่อสารกับผู้โดยสารและเพื่อนร่วมงานรวมถึงหน่วยงานอื่นๆอยู่ตลอดเวลา อาจทำให้เกิดความเหนื่อยล้าทางอารมณ์ได้ การหยุดพักช่วงการทำงานเพียงชั่วคราว อาจช่วยทำให้พนักงานกลับมาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้นมาได้ สอดคล้องกับ Spector, Chen and Connell (2000) ซึ่งทำการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เป็นสาเหตุของความเหนื่อยหน่ายในการทำงานและความตึงเครียดในการทำงานของพนักงานที่จบจากมหาวิทยาลัยฟลอริดา พบว่า ความคลุมเครือและความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่และภาระงานที่มากเกินไปมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานและความไม่พึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 การรับรู้ภาระงานมีความสัมพันธ์กับกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ด้านการลดค่าความเป็นบุคคลของผู้อื่น (Depersonalization) ทุกด้าน โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำสามารถอธิบายได้ ยิ่งการรับรู้ภาระงานมาก ในด้านปัจจัยด้านองค์กร ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน ปัจจัยด้านบทบาทในองค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์

ในที่ทำงาน ปัจจัยด้านการพัฒนาอาชีพ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างงานกับครอบครัว ก็จะมีส่งผลให้ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานด้านการลดค่าความเป็นบุคคลของผู้อื่นมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าพนักงานมีความรู้สึกว่าตนมีความสามารถมากกว่าผู้โดยสารที่ดำเนินการปฏิบัติงานของท่าน องค์การควรจัดการฝึกอบรม เพื่อฟื้นฟูและพัฒนา ตลอดจนเป็นการเตรียมความพร้อมของพนักงาน เพื่อเผื่อระวังไม่ให้เกิดตัวกระตุ้นความเครียด อันจะนำไปสู่ผลที่ตามมาในเชิงลบ และเป็นผลเสียต่อประโยชน์ขององค์การอย่างไรก็ดี องค์การอาจต้องมีระบบในการวิเคราะห์ถึงเหตุปัจจัย อันจะนำไปสู่ความเครียดอย่างเป็นขั้นเป็นตอน จากผู้เชี่ยวชาญที่คอยเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด ด้วยลักษณะงานที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และมีความเสี่ยงต่อการเผชิญกับความเครียดในการทำงานได้ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ ลลิตา แท่งเพชร (2558) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงาน สัมพันธภาพในการทำงานกับความเหนื่อยหน่ายในงานโดยมีการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวแปรกำกับ ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้ภาระงาน สัมพันธภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยหน่ายในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.328$, $r = 0.357$, $p < 0.01$) 2) การรับรู้ความสามารถของตนเองไม่เป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงาน สัมพันธภาพในการทำงานกับความเหนื่อยหน่ายในงาน

5.3 การรับรู้ภาระงานมีความสัมพันธ์กันกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ด้านการลดค่าความสำเร็จของตนเอง (Reduced Personal Accomplishment) ทุกด้าน โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ สามารถอธิบายได้ ยิ่งการรับรู้ภาระงานมากจะยิ่งส่งผลให้ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานด้านการลดค่าความสำเร็จของตนเองมากยิ่งขึ้น องค์การอาจส่งเสริมการพัฒนาจุดแข็งของพนักงานโดยการมอบรางวัลพนักงานดีเด่น หรือแม้กระทั่งกล่าวคำชมเชยแก่พนักงานเพื่อสนับสนุนให้พนักงานดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและสนับสนุนกำลังใจและนำเสนอลักษณะงานอันเป็นประโยชน์ในการกระตุ้นแรงจูงใจให้กับพนักงาน เพื่อป้องกันและลดความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานลงได้ โดยสอดคล้องกับ ว่าที่ร้อยตรีกิตติพิชญ์ หนูทอง (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษาท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ที่ว่าแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ สามารถนำผลการวิจัยมาพัฒนาสมรรถนะการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินเพื่อคุณภาพการบริการในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้เกิดภาวะการเป็นผู้นำในองค์กรสายการบิน โดยถือได้ว่าเป็นการต่อยอดจากองค์ความรู้ ทักษะ พฤติกรรมที่พึงปรารถนาแล้วนำไปสู่การจัดการปฏิบัติให้มีการพัฒนาให้เกิดการฝึกฝนอย่างต่อเนื่องทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงและแข่งขัน โดยมีช่วงของระยะเวลาที่กำหนดและหล่อหลอมจากการปฏิบัติจนเกิดเป็นสมรรถนะของบุคคลในด้านนั้นๆ และสามารถเชื่อมโยงรูปแบบการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะการบริการและคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินประจำท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้จึงสามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ต่อองค์กรได้หลายด้าน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การรับรู้ภาระงาน (Perceived Workload) องค์กรควรลดขั้นตอนการทำงาน ขยายเวลาในส่วนที่จำเป็นต้องใช้ความละเอียดรอบคอบสูง รวมถึงจัดสรรตารางการทำงาน วันทำงานและวันหยุด ให้สมดุลกับการพักผ่อนนอนหลับของพนักงาน เพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพของพนักงาน และควรทำแบบประเมินภาระงานที่พนักงานได้รับว่ามีความสมดุลมากน้อยเพียงใด เพื่อที่องค์กรจะสามารถหาสาเหตุความเหนื่อยหน่ายของพนักงาน และหาวิธีแก้ไขได้อย่างตรงจุด

2. ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน (Job Burnout) องค์กรควรจัดสรรเวลาพักระหว่างวัน ให้เหมาะสมกับช่วงเวลาทำงานต่อวัน ให้พนักงานผ่อนคลายอารมณ์จากการทำงาน รวมถึงควรมีการฝึกอบรม หรือมีกิจกรรมส่งเสริมและฟื้นฟูสภาพจิตใจของพนักงานจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อลดความเหนื่อยหน่ายในการทำงานให้พนักงาน และองค์กรควรสร้างบรรยากาศในการทำงานให้ผ่อนคลายด้วยวิธีชื่นชม เมื่อพนักงานทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่องค์กรต้องการ

3. การเปรียบเทียบการรับรู้ภาระงานกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน องค์กรควรเห็นความสำคัญของพนักงาน โดยการเพิ่มอัตราค่าตอบแทน สวัสดิการ การดูแลจากองค์กร ให้สอดคล้องตามความเหมาะสมที่พนักงานควรได้รับ หากพนักงานได้รับผลตอบแทนที่สอดคล้องกับภาระงานและผลตอบแทน พนักงานจะมีความทุ่มเทกับการทำงานและมีความจงรักภักดีต่อองค์กรอันเป็นผลตอบแทนทางบวกให้กับองค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาพบว่า ควรมีการศึกษาเพื่อแสวงหาปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดภาระงานที่มาจากกรมอบหมายงานจากองค์กร และศึกษาการบริหารงานขององค์กร ซึ่งอาจเป็นต้นเหตุของการรับรู้ภาระงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้น จนส่งผลให้พนักงานมีทัศนคติต่องานในเชิงลบ และควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับการฝึกอบรม เพื่อแสวงหาระดับการรับรู้กระบวนการทำงาน หรือรูปแบบการทำงานที่พนักงานรับรู้และเข้าใจและนำไปปรับใช้กับงานจริงๆ ได้มากน้อยเพียงใด เพื่อจะได้หาวิธีแก้ไขความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานได้ถูกทางมากขึ้น

1. จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ภาระงานมีสัมพันธ์เชิงลบกับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มปัจจัยด้านความเครียด และปัจจัยคุณภาพการนอนหลับ รวมถึงปัจจัยด้านระยะเวลาในการทำงาน เพื่อหาสาเหตุที่แน่ชัดมากขึ้นนอกจากการรับรู้ภาระงานเนื่องจากการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้น ต้องปฏิบัติงานเป็นกะ และเวลามักจะเปลี่ยนไปทุกวัน คุณภาพการนอนอาจส่งผลทำให้เกิดความเหนื่อยหน่ายได้

2. เพื่อให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์และครบถ้วนในทุกมิติควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากความคิดเห็นที่สะท้อนถึงแนวคิด ทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในมุมมองที่มีต่ออาชีพและการนำเสนอการบริการ ที่มีผลกระทบโดยตรงต่อลูกค้า โดยควรจัดให้มีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกถึงประเด็นต่างๆ เช่น ความคิดเห็นหรือทัศนคติของพนักงานที่มีต่อภาระงานที่รับผิดชอบอยู่ ความรู้สึกทั้งในด้านบวกและลบที่มีต่อการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนหัวหน้างาน รวมไปถึงบริบทอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการทำงานทั้งในด้านที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2558). *คุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการบิน*. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมการบิน สมาคมฝึกอบรมการบิน ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และมหาวิทยาลัยศรีพระทุม. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ หน้า 10 – 16.
- ดาริกา ปิตรุงคพิทักษ์. (2554). *การทดสอบแบบจำลองสองปัจจัยของความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของไซรอมและคณะ*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. (2562). *จิตวิทยาการบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรเมศวร์ โคตรคันทา. (2561). *อาชีพสายงานบริการภาคพื้น*. ไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.krumontree.com/crew/ground-services/>. (วันที่ค้นข้อมูล: 16 สิงหาคม 2563).
- แป้งร่า ยงเจริญ และพรชัย สิทธิศรีณย์กุล. (2562). *ภาวะความเหนื่อยล้าจากการทำงานของคนประจำเรือ*. วารสารแพทยธานี. 46 (1), 231.
- พัลพงศ์ สุวรรณวาทีน. (2559). *การรับรู้ภาระงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน โดยมีการสื่อสารภายในองค์กรและความเครียดในการทำงานเป็นตัวแปรกำกับ*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลลิตา แท่งเพชร. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาระงาน สัมพันธภาพในการทำงานกับความเหนื่อยหน่ายในงานโดยมีการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวแปรกำกับ*. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, ภาควิชาจิตวิทยา คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ว่าที่ร้อยตรีกิตติพิชญ์ หนูทอง. (2561). *แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษาท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต*. หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ), คณะการจัดการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สิระยา สัมมาจ. (2534). *ความเหนื่อยหน่ายของผู้บริหารระดับต้นทางการพยาบาลศึกษาเฉพาะ กรณีหัวหน้าหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลรามารามิบัติ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพรรณษา พุ่มพวง. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley and Sons. Inc.
- Cooper, C.L. and Cartwright, S. (1997). *Managing workplace stress*. California: Sage Publication Inc.
- Cordes, C.L. and Dougherty, T.W. (1993). *A Review and an Integration of Research on Job Burnout*. *Academy of Management Review*, 18, 621-656.
- Demerouti, Bakker, Nachreiner and Schaufeli. (2001). *The job demands-resources model of burnout*. 86 (3) 471-477.
- Freudenberger, H. J., and Richelson, G. (1980). *Burn-out: the high cost of high achievement*. 1st ed., Anchor Press ed. Garden City, N.Y.: Anchor Press.
- Gountas, John and Gountas, Sandra. (2007). *Personality orientations, emotional states, customer satisfaction, and intention to repurchase*. *Journal of Business Research*, Elsevier, vol. 60(1), pages 72-75, January.
- Lee, R. T., and Ashforth, B. E. (1996). *A Meta-Analytic Examination of the Correlates of the Three Dimensions of Job Burnout*. *Journal of Applied Psychology*, 81, 123-133.
- Maslach, C., and Leiter, M.P. (1997). *The truth about burnout*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Maslach, C., Jackson, S. E., and Leiter, M. P. (1996). *Maslach burnout inventory manual*
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., and Leiter, M. P. (2001). *Job burnout*. *Annual Review of Psychology*, 52, 397-422. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.397>
- Maslach, Christina and Jackson, Susan. E. (1981). *The measurement of experienced burnout*. *Journal of occupational behavior*. 2, 99-113.
- Spector, P. E., Chen, P. Y., and O'Connell, B. J. (2000). *A longitudinal study of relations between job stressors and job strains while controlling for prior negative affectivity and strains*. *Journal of Applied Psychology*, 85 (2), 211-218.
- Steven E. Hobfoll, S.E. (2002). *Social and Psychological Resources and Adaptation*. *Review of General Psychology*, 6, 307-324.

**อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีต่อ
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่ง**
**The Influence of Transformational Leadership and Working Environment on
Employee's Job Efficiency of an Automotive Company**

ธนภัทร เอ็มอินทร์¹ และ สมบูรณ์ สารพัด^{2*}
Thanaphat Emin¹ and Somboon Saraphat^{2*}

Corresponding author email: somboon.sar@ku.th

(Received: October 28, 2022 Revised: December 11, 2022 Accepted: December 13, 2022)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในงานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 297 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และด้านการกระตุ้นทางปัญญา) มีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน (ด้านกายภาพ และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน) มีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, สภาพแวดล้อม, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Graduate Student, Master of Business Administration Program in Industrial Administration and Development, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Assistant Professor, Ph.D., Department of Accounting, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to analyze the influence of transformational leadership on employee's job efficiency. 2) to analyze the influence of working environment on employee's overall job efficiency. Data were collected from 297 samples. The statistics used included percentage, mean and multiple regression analysis.

Findings reveal that 1) transformational leadership (idealized influence and intellectual stimulation) has a positive influence on employee's job efficiency with a statistical significance level at 0.05 and 2) working environment (Physical and Co-worker relation) has a positive influence on employee's overall job efficiency with a statistical significance level at 0.05.

Keywords: Transformational Leadership, Environment, Job Efficiency

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมยานยนต์ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงและเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ผู้ผลิตรายานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แต่ละสังกัดจำเป็นต้องสร้างจุดแข็งและความรู้ความเชี่ยวชาญเพื่อที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศที่มีอัตราการผลิตรถยนต์สูงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรายานยนต์ชั้นนำของโลก แต่ประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับคู่แข่งจำนวนมากในภูมิภาคที่ต่างกำลังมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของตนเอง ผู้ผลิตรายานยนต์ของไทยจึงต้องหาวิธีเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับตนเอง (อาคม รอมสุวรรณ, 2562) และมากกว่านั้นปัจจุบันเกิดวิกฤตการณ์ทั่วโลกคือ การระบาดของไวรัสโควิด 19 ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อทุกอุตสาหกรรมทั่วโลกในภาพรวม ไม่เว้นแม้แต่อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย ซึ่งได้รับผลกระทบอย่างหนัก ยอดการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยลดลงอย่างมาก อีกทั้งยังมีการยกเลิกฐานการผลิตของค่ายรถยนต์สังกัดหนึ่งจากประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามนโยบายลดขนาดองค์กรของค่ายรถยนต์สังกัดนั้น (พิสน สีละหุด, 2563) โดยนโยบายนี้ส่งผลต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยโดยรวม คือ การลดลงของอัตราการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยทำให้อันดับอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะลดลงเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กล่าวคือ มีความสามารถในการแข่งขันลดลง และอาจส่งผลให้เกิดแนวโน้มการลดลงของการเข้ามาลงทุนจากผู้ผลิตรายานยนต์สังกัดต่างชาติในที่สุด

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ยังไม่มีการศึกษาสองปัจจัยในงานเดียวกัน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยานยนต์ในเขตนิคมแหลมฉบัง ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญทางอุตสาหกรรมประกอบด้วยโรงงานที่ประกอบกิจการด้านอุตสาหกรรมยานยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นประเภทอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) คิดเป็นสัดส่วน 41.66 % ของโรงงานทั้งหมด (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2562)

เพื่อที่จะรักษาระดับอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยไว้ บริษัทต่างๆภายในอุตสาหกรรมต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มและรักษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจึงเป็นประเด็นสำคัญ

ทั้งนี้ประสิทธิภาพในงานวิจัยนี้ ได้แก่ คุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลาที่ใช้ในงาน ค่าใช้จ่าย (Peterson and Plowman, 1953) ผู้บังคับบัญชา เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการผลักดันการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยในปัจจุบันนี้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกิดขึ้น องค์ประกอบที่สำคัญของผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของ Bass และ Avolio (1993) ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) กระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) ซึ่งเมื่อผู้บังคับบัญชาถึงพร้อมด้วยองค์ประกอบทั้ง 4 นี้ จะทำให้พนักงานเกิดแรงบันดาลใจและทุ่มเททำงานให้กับผู้บัญชาการด้วยความเต็มใจ

นอกเหนือจากภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานเป็นอีกหนึ่งอย่างที่สำคัญ ซึ่ง Chandrasekar (2011) พบว่าองค์การส่วนใหญ่จะได้รับผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมในเชิงบวกหรือลบซึ่งเหมาะสมกับตัวพนักงาน ถ้ามีสภาพแวดล้อมที่จูงใจในการปฏิบัติงานจะส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ดี (Pawirosumarto, Sarjana, and Gunawan, 2017) ซึ่ง Dharmanegara, Sitiari, and Wirayudha (2016) ได้จำแนกสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานออกเป็น 3 ประเภท คือ สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ เช่น แสง สี เสียง และอุณหภูมิ สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และสภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา

ทั้ง 2 ปัจจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บังคับบัญชาและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งสิ้น ซึ่งนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาหาความสัมพันธ์ของปัจจัยเหล่านี้ โดยมีกลุ่มประชากรเป้าหมายที่แตกต่างกัน ในส่วนของผู้วิจัยนี้มีความสนใจในกลุ่มประชากรที่เป็นพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์เพราะเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เป็นรากฐานของประเทศไทย ดังนั้นหากประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทนั้นๆ มีเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้รากฐานทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีความแข็งแกร่งขึ้น และสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้ดียิ่งขึ้น

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทแห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทแห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ซึ่งมีพนักงานฝ่ายสนับสนุน 1,147 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2563) โดยการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆตามแนวคิดและทฤษฎีของ Bass และ Avolio (1993) ซึ่งมีองค์ประกอบคือ 1) การมีอิทธิพล

อย่างมีอุดมการณ์ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นทางปัญญา 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีองค์ประกอบคือ 1) สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานด้านกายภาพ 2) สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และ 3) สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา โดยตัวแปรทั้งหมดวัดจากความคิดเห็นของพนักงานระดับปฏิบัติการคือ วัตภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาที่ตัวเองรายงานโดยตรง และวัดสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานและผลการปฏิบัติงานของตนเอง โดยตัวแปรทั้งหมดวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales)

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งยกระดับความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ คุณธรรมของผู้ตามให้สูงขึ้น (Burns, 1978) ในส่วนของทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่า ภาวะผู้นำถูกแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ (1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) (2) ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) (3) ภาวะผู้นำจริยธรรม (Moral Leadership)

Bass (1985) ได้เสนอทฤษฎีภาวะผู้นำ 2 แบบ คือ (1) ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) และ (2) ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) ซึ่งมีความต่อเนื่องกัน โดยผู้นำจะใช้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาความต้องการของผู้ตามให้สูงขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนสิ่งที่ตนต้องการ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนช่วยพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพได้มากกว่า ต่อมา Bass and Avolio (1993) จำแนกองค์ประกอบของผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้แก่ (1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence: II) เป็นลักษณะของผู้นำที่มีคุณสมบัติพิเศษที่ทำให้ผู้ตามมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายเกิดการยอมรับนับถือ เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในตัวผู้นำว่าจะสามารถนำพาพวกเขาเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ได้ (2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) เป็นลักษณะของผู้นำที่มีการสื่อสารเชิงกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานทำให้เกิดความผูกพันต่อวิสัยทัศน์ขององค์การ (3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) เป็นลักษณะของผู้นำที่จะกระตุ้นผู้ตามให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงนวัตกรรม และตั้งคำถามท้าทายความเชื่อและค่านิยมเดิมๆ (4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC) เป็นลักษณะของผู้นำที่สร้างบรรยากาศของการสนับสนุนพนักงานด้วยการรับฟังความต้องการของพนักงานอย่างจริงจัง มีบทบาทเป็นโค้ชหรือที่ปรึกษาในการช่วยให้พนักงานบรรลุความสำเร็จ

งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดข้างต้นมาศึกษาเพราะได้รับการยอมรับแพร่หลายและเหมาะสมกับอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เน้นการพัฒนาเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมเป็นสิ่งที่สำคัญ ผู้นำที่มีพร้อมด้วยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีในการพัฒนา ช่วยกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดแรงบันดาลใจที่จะพัฒนา กระตุ้นให้เกิดการคิดพลิกแพลง อีกทั้งยังคอยช่วยเหลือแนะนำปัญหาส่วนบุคคลของผู้ตามได้ แนวคิดนี้ได้นำไปใช้ในอดีต เช่น โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของนักวิจัยหลายท่านที่เลือกทฤษฎีของ Bass and Avolio (1993) มาเป็นตัวแปรในการศึกษา เช่น เกริกเกียรติ ต่อกิจไพบูลย์ (2558) เคนนภา ปาทะทา (2561) ณิชชา เกตุจาม (2562) Pangarson, Syarifuddin, Moeliono and

Fazrido (2017) Dewe and Putra (2019) โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดของ Peterson and Plowman (1953) เพื่อวัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้แก่ (1) คุณภาพของงาน หมายถึง งานจะต้องมีคุณภาพสูงได้ประโยชน์จากงานอย่างคุ้มค่า (2) ปริมาณงาน หมายถึง งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามเป้าหมายของหน่วยงานโดยผลงานที่ปฏิบัติได้นั้นจะต้องมีปริมาณงานที่เหมาะสมตามแผนงานตามที่บริษัทตั้งไว้ (3) เวลาที่ใช้ในงาน หมายถึง เวลาที่ต้องใช้ในการดำเนินงานต้องมีการกำหนดไว้อย่างเหมาะสมตามลักษณะของงาน และพนักงานปฏิบัติงานถูกต้องรวดเร็ว (4) ค่าใช้จ่าย หมายถึง ค่าใช้จ่ายของส่วนดำเนินงานทั้งหมดจะต้องมีความเหมาะสมกับงาน จะต้องมีการลงทุนให้น้อยที่สุดและได้ผลกำไรมากที่สุด งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดของ Peterson and Plowman (1953) มาใช้ เพราะการวัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานผ่านด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลาที่ใช้ในงาน และด้านค่าใช้จ่าย ดังนั้นองค์ประกอบเหล่านี้จึงมีความเหมาะสมที่สุดในการที่จะใช้วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์แนวคิดนี้ได้นำไปใช้ในงานวิจัยต่างๆ อาทิ มาลีณี นิกศิริ (2559) มณฑิตา ศรีนคร (2562) Pawirosumarto, Sarjana, and Gunawan (2017) Fahlevi, Syah, and Umar (2019) Tesfu (2019) โดยภาวะผู้นำสามารถส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้

มีงานวิจัยสนับสนุนผลกระทบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เช่น ณีชา เกตุงาม (2562) และ Almutairi (2015) Pangarso, Syarifuddin, Moeliono, and Fazrido (2017) Uddin, Rahman, and Howladar (2017) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ Hasmin (2017) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน แต่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานผ่านตัวกลางที่เรียกว่าความพึงพอใจในงาน ส่วน Hussain, Yusoff, Khan, Diah, and Shahbaz (2019) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทั้งทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานผ่านตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cahyani and Siswanto (2019) Anshori, Karya, Muslihah, and Herlambang (2020) จากงานวิจัยส่วนใหญ่จะพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทำให้พัฒนาสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวม

สมมติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านคุณภาพของงาน

สมมติฐานที่ 3 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านปริมาณงาน

สมมติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านการเวลาที่ใช้ในการทำงาน

สมมติฐานที่ 5 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านค่าใช้จ่าย

สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานว่าเป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวผู้ที่ปฏิบัติงานในสถานที่นั้นๆ และมีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน (ศุภลักษณ์ พรหมศร, 2558) ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงาน (กัลยา ตัวงลา, 2560) Purbasari and Septian (2017) กล่าวว่าสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานสามารถมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของพนักงาน

Dharmanegara, Sitiari, and Wirayudha (2016) ได้แบ่งประเภทของสภาพแวดล้อมเป็น 3 ประเภท คือ (1) สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ (Physical) คือ แสง สี เสียง อุณหภูมิ ความสะอาด ความเป็นสัดส่วน ความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือ ปริมาณงานเมื่อเทียบกับจำนวนบุคลากร รวมไปถึงความปลอดภัยในที่ทำงาน (2) สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Co-worker Relation) คือ อิทธิพลของเพื่อนร่วมงานที่มีผลต่อจิตใจ ไม่ว่าจะทางบวกหรือทางลบ และ (3) สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (Supervisor Relation) คือ อิทธิพลของผู้บังคับบัญชาที่มีผลต่อจิตใจ ไม่ว่าจะทางบวกหรือทางลบ

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Dharmanegara, Sitiari, and Wirayudha (2016) มาเป็นแนวทางในการศึกษา เพราะมีองค์ประกอบที่ครบถ้วนทั้งด้านจิตวิทยาสังคมและด้านกายภาพ ซึ่งถือเป็นสภาพแวดล้อมที่ทำให้เกิดความเครียดหรือความสุขจากงานจนมีผลกระทบทำให้เกิดความแตกต่างกันของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ โดยหากบุคคลใดมีสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ดี ก็ย่อมเกิดการพัฒนาไปในทางที่ดี เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น แนวคิดนี้ได้นำไปใช้ในงานวิจัยในอดีต เช่น ศุภลักษณ์ พรหมศร (2558) พุทธิฉัตร ปัญญาประชุม (2559) วรางคณา ศรีธร (2561) Badrianto and Ekhsan (2020) Dheviests and Rivanto (2020)

งานวิจัยสนับสนุนผลกระทบของสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน พุทธิฉัตร ปัญญาประชุม (2559) Riyanto, Sutrisno, and Ali (2017) Pawirosumarto, Sarjana, and Gunawan (2017) Gamal, Taneo, and Halim (2018) Sujarwo, Cicihratnasih, and Sodikin (2018) งานเหล่านี้ให้ผลการวิจัยที่สอดคล้องกันคือ สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จากเหตุผลข้างต้นทำให้กำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวม

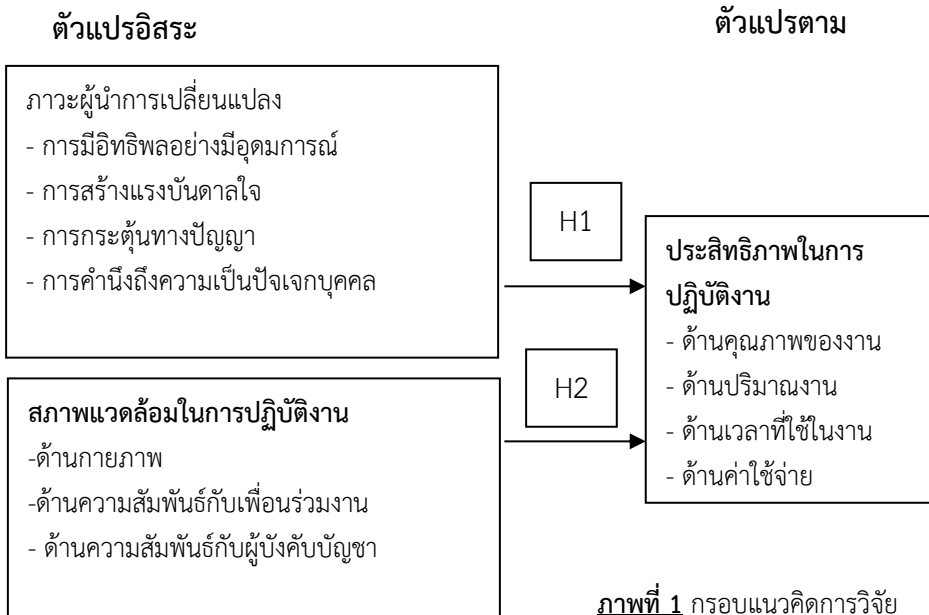
สมมติฐานที่ 7 สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านคุณภาพของงาน

สมมติฐานที่ 8 สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านปริมาณงาน

สมมติฐานที่ 9 สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านเวลาที่ใช้ในงาน

สมมติฐานที่ 10 สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านค่าใช้จ่าย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นนำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย งานนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจด้วยการออกแบบแบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง จะทำการรวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้อง ลงรหัสและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผลทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานฝ่ายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง โดยบริษัทแห่งนี้มีพนักงานฝ่ายสนับสนุนทั้งหมด 1,147 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2563) ผู้วิจัยได้เลือกใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5% เมื่อคำนวณแล้วได้จำนวน 297 คน จากนั้นได้แจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มอย่างมีระบบอย่างง่าย จนได้ข้อมูลครบตามที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ได้จากการค้นคว้าจากเอกสารและผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed-end Question) ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้จัดการโดยตรง ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และให้ตอบด้วยข้อมูลที่เป็นจริง ส่วนที่ 3

วัดสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ได้แก่ สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และสภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และให้ตอบด้วยข้อมูลที่เป็นจริง ส่วนที่ 4 วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลาที่ใช้ในงาน และด้านค่าใช้จ่าย และให้ตอบด้วยข้อมูลที่เป็นจริง โดยในส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 ผู้วิจัยจะมีการกำหนดค่าคะแนนเพื่อวัดระดับ ทุกข้อคำถามในส่วนนี้เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตาม Likert's scale ให้เลือกตอบเพียง 1 ข้อ ให้คะแนนตามความคิดเห็นคือ 5 เห็นด้วยมากที่สุด และ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

การทดสอบความเที่ยงตรงและการหาค่าความเชื่อมั่นเครื่องมือ ได้แก่การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อวัด ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยพบว่าทุกข้อผ่านเกณฑ์ในการยอมรับคือ $IOC > 0.5$ (Rovinelli and Hambleton, 1977) และได้ปรับคำถามตามคำแนะนำผู้ทรงคุณวุฒิ และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผ่านการทดลองใช้ (Pilot Test) กับอุตสาหกรรมอื่น ๆ จำนวน 30 คน จากการวิเคราะห์ค่า Cronbach's Alpha Coefficient) ทุกข้อได้คะแนนเกิน 0.70 ขึ้นไป ทำให้สามารถยอมรับได้ตามแนวคิดของ Nunnally (1978)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัยคือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและสถิติพื้นฐาน

จากผลการวิจัยสามารถรวบรวมข้อมูลได้ 297 คน แบ่งเป็นเพศชาย 152 คน (ร้อยละ 51.20) ส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 26 – 35 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนมากมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าซึ่งมีจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 75.1 ส่วนมากมีระยะเวลาการทำงานอยู่ที่ 6 ปีขึ้นไป มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 1 2 และ 3 ดังต่อไปนี้

ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	Mean	S.D.	ความเบ้	ความโด่ง	ระดับ
ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	3.866	0.770	-1.189	1.971	มาก
ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	3.866	0.777	-1.277	2.167	มาก
ด้านการกระตุ้นทางปัญญา	3.919	0.769	-1.516	2.991	มาก
ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	3.926	0.760	-1.409	2.790	มาก
ภาพรวม	3.894	0.708	-	-	มาก

สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน	Mean	S.D.	ความเบ้	ความโด่ง	ระดับ
สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ	3.950	0.762	-0.929	1.034	มาก
สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.176	0.593	-0.721	0.711	มาก
สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	3.954	0.737	-1.480	3.540	มาก
ภาพรวม	4.027	0.509	-	-	มาก
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	Mean	S.D.	ความเบ้	ความโด่ง	ระดับ
ด้านคุณภาพของงาน	4.068	0.531	-1.204	4.309	มาก
ด้านปริมาณงาน	3.878	0.789	-1.199	2.144	มาก
ด้านเวลาที่ใช้ในงาน	4.026	0.613	-0.949	1.477	มาก
ด้านค่าใช้จ่าย	4.136	0.579	-0.799	2.256	มาก
ภาพรวม	4.027	0.519	-	-	มาก

ตารางที่ 1 สถิติพื้นฐานระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพของพนักงาน ฝ่ายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง โดย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลมีระดับคะแนนสูงที่สุด-ต่ำสุดคือ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานของพนักงานพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีคะแนนสูงสุด-ต่ำสุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมด้านกายภาพ ส่วนประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านค่าใช้จ่ายมีประสิทธิภาพสูงที่สุด-ต่ำคือ ด้านปริมาณ

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการตรวจค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเพื่อดูความเหมาะสมของตัวแปรอิสระว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่ ได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 2

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
(1)	1	-	-	-				-	-	-	-
(2)	0.791**	1	-	-				-	-	-	-
(3)	0.792**	0.874**	1	-				-	-	-	-
(4)	0.714**	0.789**	0.815**	1				-	-	-	-
(5)	0.132	0.254	0.352	0.451	1						
(6)	0.324**	0.430**	0.612**	0.274	0.162**	1					
(7)	0.432**	0.381**	0.418**	0.389	0.434**	0.251**	1				
(8)	0.414**	0.461**	0.438**	0.381**	0.412**	0.318**	0.251**	1	-	-	-
(9)	0.490**	0.467**	0.469**	0.363**	0.529**	0.426**	0.457**	0.587**	1	-	-
(10)	0.368**	0.386**	0.394**	0.358**	0.328**	0.385**	0.371**	0.657**	0.616**	1	-
(11)	0.274**	0.307**	0.341**	0.285**	0.275**	0.317**	0.475**	0.576**	0.407**	0.643**	1

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร (n = 297)

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ** นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

- (1) ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (2) ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (3) ด้านการกระตุ้นทางปัญญา (4) ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (5) สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ (6) สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (7) สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (8) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน (9) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านปริมาณงาน (10) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านเวลาที่ใช้งาน (11) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านค่าใช้จ่าย

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันภายในของตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยจะเห็นได้ว่า ด้านการสร้างแรงบันดาลใจและด้านการกระตุ้นทางปัญญามีความสัมพันธ์กันมากที่สุดซึ่งอยู่ที่ 0.874 จากตารางที่ 2 ส่วนที่ 2 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันภายในของตัวแปร

สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน โดยจะเห็นได้ว่า สภาพแวดล้อมด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์กันมากที่สุดซึ่งอยู่ที่ 0.434 และยังอยู่ในเกณฑ์มีความสัมพันธ์กันปานกลางตามเกณฑ์ความสัมพันธ์ที่ระบุว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ต่ำกว่า 0.9 จะไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al. (2014) นอกจากนี้ค่า VIF อยู่ในเกณฑ์คือไม่เกิน 10 (Hair et al. (2014) ทำให้นำไปวิเคราะห์สมการถดถอยแบบหลายตัวแปรได้ ผลลัพธ์ที่ได้แสดงได้ดังตารางที่ 3

ประสิทธิภาพโดยรวม	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	0.117	0.059	0.174	1.995	0.047*	0.328	3.050
การสร้างแรงบันดาลใจ	0.120	0.075	0.180	1.614	0.108	0.199	5.028
การกระตุ้นทางปัญญา	0.162	0.079	0.241	2.046	0.042*	0.180	5.566
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	-0.029	0.061	0.042	0.464	0.643	0.307	3.261
R ² = 0.275 Adjusted R ² = 0.265 Durbin-Watson = 2.074 F = 27.699 Sig = 0.000							
คุณภาพงาน	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	0.074	0.062	0.107	1.183	0.238	0.328	3.050
การสร้างแรงบันดาลใจ	0.201	0.079	0.295	2.547	0.011*	0.199	5.028
การกระตุ้นทางปัญญา	0.075	0.084	0.109	0.898	0.370	0.180	5.566
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	-0.012	0.065	0.017	0.186	0.853	0.307	3.261
R ² = 0.221 Adjusted R ² = 0.211 Durbin-Watson = 2.051 F = 20.769 Sig = 0.000							
ปริมาณงาน	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	0.310	0.090	0.302	3.458	0.001*	0.328	3.050
การสร้างแรงบันดาลใจ	0.167	0.114	0.164	1.461	0.145	0.199	5.028
การกระตุ้นทางปัญญา	0.218	0.121	0.213	1.799	0.073	0.180	5.566
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	-0.161	0.094	0.155	1.715	0.087	0.307	3.261
R ² = 0.268 Adjusted R ² = 0.258 Durbin-Watson = 2.141 F = 26.726 Sig = 0.000							
เวลา	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	0.086	0.074	0.108	1.159	0.247	0.328	3.050
การสร้างแรงบันดาลใจ	0.088	0.094	0.112	0.934	0.351	0.199	5.028
การกระตุ้นทางปัญญา	0.128	0.100	0.161	1.278	0.202	0.180	5.566
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	0.050	0.078	0.061	0.637	0.524	0.307	3.261
R ² = 0.168 Adjusted R ² = 0.157 Durbin-Watson = 1.999 F = 14.767 Sig = 0.000							
ค่าใช้จ่าย	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	-0.001	0.072	0.002	0.018	0.986	0.328	3.050
การสร้างแรงบันดาลใจ	0.026	0.092	0.034	0.279	0.780	0.199	5.028
การกระตุ้นทางปัญญา	0.227	0.098	0.303	2.332	0.020*	0.180	5.566
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	0.009	0.076	0.012	0.125	0.901	0.307	3.261

R² = 0.117 Adjusted R² = 0.105 Durbin-Watson = 2.024 F = 9.671 Sig =

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อ
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติโดยรวมและรายด้าน (n = 297)

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์และด้านการกระตุ้นทางปัญญา
มีผลกระทบทางบวก โดยมีความสามารถในการทำนายร้อยละ 29.30 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1

สำหรับประสิทธิภาพรายด้านพบว่า การสร้างแรงบันดาลใจ ทำให้คุณภาพงานดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสามารถในการทำนายร้อยละ 21.1 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ของผู้นำทำให้ปริมาณงานเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสามารถในการทำนายร้อยละ 25.8 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ส่วนภาวะผู้นำไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพด้านเวลา ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 4 และการกระตุ้นทางปัญญาทำให้พนักงานสามารถบริหารค่าใช้จ่ายลดลงได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสามารถในการทำนายร้อยละ 10.5 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 5 จากผลการวิจัยพบว่า

ประสิทธิภาพโดยรวม	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
ด้านกายภาพ	0.291	0.038	0.417	7.682	0.000*	0.809	1.236
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.165	0.045	0.184	3.644	0.000*	0.934	1.071
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.085	0.040	0.118	2.122	0.035*	0.778	1.285
R ² = 0.300 Adjusted R ² = 0.293 Durbin-Watson = 1.980 F = 41.924 Sig = 0.000							
คุณภาพงาน	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
ด้านกายภาพ	0.291	0.038	0.417	7.682	0.000*	0.809	1.236
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.165	0.045	0.184	3.644	0.000*	0.934	1.071
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.085	0.040	0.118	2.122	0.035*	0.778	1.285
R ² = 0.300 Adjusted R ² = 0.293 Durbin-Watson = 1.980 F = 41.924 Sig = 0.000							
ปริมาณงาน	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
ด้านกายภาพ	0.430	0.055	0.416	7.791	0.000*	0.809	1.236
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.216	0.066	0.163	3.278	0.001*	0.934	1.071
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.183	0.058	0.171	3.138	0.002*	0.778	1.285
R ² = 0.326 Adjusted R ² = 0.319 Durbin-Watson = 2.036 F = 47.168 Sig = 0.000							
เวลา	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
ด้านกายภาพ	0.290	0.046	0.360	6.348	0.000*	0.809	1.236
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.264	0.055	0.256	4.840	0.000*	0.934	1.071
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.022	0.048	0.026	0.452	0.652	0.778	1.285
R ² = 0.237 Adjusted R ² = 0.229 Durbin-Watson = 2.075 F = 30.345 Sig = 0.000							
ค่าใช้จ่าย	b	SE _b	Beta	t	p-value	Tolerance	VIF
ด้านกายภาพ	0.301	0.042	0.397	7.102	0.000*	0.809	1.236
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.269	0.051	0.275	5.295	0.000*	0.934	1.071
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	-0.016	0.045	-0.020	-0.354	0.724	0.778	1.285
R ² = 0.260 Adjusted R ² = 0.252 Durbin-Watson = 2.078 F = 34.232 Sig = 0.000							

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติโดยรวมและรายด้าน (n = 297)

จากตารางที่ 4 พบว่าสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานทุกด้านมีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสามารถในการทำนายได้ร้อยละ 29.30 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 6 นอกจากนี้ยังพบว่า สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานทุกด้าน มีผลกระทบทางบวกต่อด้านคุณภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสามารถในการทำนายได้ร้อยละ 29.30 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 7 สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานทุกด้านส่งผลทางบวกต่อปริมาณงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสามารถในการทำนายได้ร้อยละ 31.90 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 8 สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน (ด้านกายภาพและด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน) ส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพด้านเวลาอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสามารถในการทำนายได้ร้อยละ 22.90 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 9 สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน (ด้านกายภาพและด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน) ส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่ายอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสามารถในการทำนายได้ร้อยละ 25.20 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 10

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านคุณภาพของงาน

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านคุณภาพของงาน พบว่า เฉพาะด้านการสร้างแรงบันดาลใจเท่านั้นที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านคุณภาพของงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เมื่อผู้จัดการโดยตรงสร้างแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงาน เช่น การกล่าวถึงตำแหน่งหน้าที่การงานในอนาคตพนักงานเกิดแรงผลักดันที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จเพื่อตำแหน่งหน้าที่การงานในอนาคตที่สูงขึ้น เป็นผลทำให้สามารถลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงานได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Almutairi (2015) และ Pangarso, Syarifuddin, Moeliono, and Fazrido (2017) และ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านปริมาณงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Almutairi (2015) และ Pangarso, Syarifuddin, Moeliono, and Fazrido (2017) ที่พบว่า การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์มีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านปริมาณงาน แต่พบว่ามีผลขัดแย้งในประเด็นที่เหลือในด้านผลกระทบต่อเวลาพบว่า พนักงานไม่สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จรวดเร็วมากขึ้นจากภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้จัดการโดยตรง อาจต้องทำการศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้เห็นถึงอิทธิพลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งมีความขัดแย้งกับผลการวิจัยของ Pangarso, Syarifuddin, Moeliono, and Fazrido (2017) ที่พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในแต่ละด้านมีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านเวลาที่ใช้ในงาน ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากลักษณะประชากรศาสตร์ในประเทศและอุตสาหกรรมที่ทำการวิจัยมีความแตกต่างกันในด้านการบริหารค่าใช้จ่าย พบว่า เฉพาะด้านการกระตุ้นทางปัญญาเท่านั้นที่มีอิทธิพล ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hasmin (2017) ที่พบว่า การกระตุ้นทางปัญญามีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านค่าใช้จ่าย ดังนั้นถ้ามีการส่งเสริมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในหน่วยงาน จะเป็นผลดีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของอุตสาหกรรมยานยนต์

2. สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

จากผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม สภาพแวดล้อมด้านกายภาพมีขนาดของอิทธิพลสูงที่สุดที่อาจเป็นผลมาจากความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องใช้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานที่ทางบริษัทจัดหาไว้อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ แสงสว่าง ความปลอดภัยตลอดจนบรรยากาศในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม รวมไปถึงเพื่อนร่วมงานที่ประสบพบเจอกับสภาพแวดล้อมในรูปแบบเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ยินดีให้คำปรึกษาแก่กันไม่ว่าจะเป็นเรื่องงานหรือเรื่องส่วนบุคคล ก่อให้เกิดเป็นความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และส่งเสริมกันจนเกิดเป็นประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารัตนา ศรีธร (2561) ที่ทำการศึกษากับพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคจังหวัดชลบุรี พบว่า สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยจากผลการวิจัยสรุปได้ว่า บรรยากาศในการปฏิบัติงานและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากที่สุด

ในด้านคุณภาพของงาน ปริมาณงาน ด้านเวลา และค่าใช้จ่าย พบว่า สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ สภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และสภาพแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา มีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านคุณภาพของงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อคำนึงถึงขนาดของอิทธิพลจะพบว่า สภาพแวดล้อมด้านกายภาพมีอิทธิพลสูงที่สุด ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีจุดบกพร่อง เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานเหล่านั้นช่วยบรรเทาเนื้องานที่มีความยากให้ง่ายมากขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Aslami, Salim, and Absah (2017) พุทธิฉัตร ปัญญาประชุม (2559) และ Aslami, Salim, and Absah (2017) และ Dheviests and Riyanto (2020) วรารัตนา ศรีธร (2561) ดังนั้นถ้ามีการจัดสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานให้เหมาะสม จะทำให้พนักงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้

จากผลการวิจัยข้างต้นทำให้สอดคล้องกับทฤษฎีของ Bass and Avolio (1993) เกี่ยวกับความสำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถสร้างการปฏิสัมพันธ์กับผู้ร่วมงานในการสร้างความร่วมมือ สร้างแรงจูงใจให้สูงขึ้นจนส่งผลให้ผู้ร่วมงานมีความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงและยอมรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นรูปแบบพฤติกรรมผู้นำที่มีความสามารถในการใช้คุณลักษณะที่สำคัญของตนในการบริหาร ได้แก่ การสร้างบารมี การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นเขาวนปัญญา และการคำนึงถึงปัจเจกบุคคล เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามทิศทางที่ผู้นำต้องการ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ (กนกวรรณ วิเชียรเขต, 255; เกริกเกียรติ ต่อกิจพิบูลย์, 2558) โดยจากงานวิจัยพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูล เนื่องจากเป็นการศึกษาจากกิจกรรมแห่งเดียว ทำให้มีข้อจำกัดในการอ้างอิงไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ดังนั้นการนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงการทำงานควรพิจารณาถึงบริบทของอุตสาหกรรมประกอบด้วย อีกอย่างจากการทดสอบ

พบว่าตัวแปรอิสระมีความสามารถในการทำนายตัวแปรตามได้ในระดับน้อย ทำให้เปิดโอกาสในการวิจัยเพื่อค้นหาสาเหตุของการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ดังนั้นองค์การจึงควรส่งเสริมรูปแบบการบริหารให้สอดคล้องกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เช่น ด้านการกระตุ้นทางปัญญา องค์การควรมีการส่งเสริมการบริหารเชิงรุกโดยให้ผู้บริหารมีบทบาทหน้าที่กระตุ้นความคิดเชิงสร้างสรรค์ให้แก่พนักงาน ให้พนักงานรู้จักการคิดแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

1.2 สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ดังนั้นองค์การควรมีการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ดีต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อให้พนักงานเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น เช่น การจัดสภาพแวดล้อมกายภาพให้เอื้อต่อการทำงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติม เพราะอาจมีหลายปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เช่น วัฒนธรรมองค์การ

2.2 ควรมีระเบียบวิธีวิจัยแบบอื่น เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้หลักฐานเชิงลึกเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

2.3 เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็น พนักงานฝ่ายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง อนาคตอาจศึกษาให้ครอบคลุมหลายฝ่ายงานเพื่อจะได้นำไปวางแผนแก้ปัญหาให้เหมาะสมกับระดับพนักงานต่อไป และอาจใช้เทคนิคเชิงคุณภาพเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ วิเชียรเขต. (2551). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษา. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กัลยา ด้วงลา. (2560). ผลของปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีต่อความสุขในการทำงานของพนักงานปฏิบัติการในอุตสาหกรรมยานยนต์ เขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เกริกเกียรติ ต่อกิจไพบูลย์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจในงานกับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ โดยมีทุนทางจิตวิทยาต้านบวกเป็นตัวแปรกำกับ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ณิชา เกตุงาม. (2562). ภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานปฏิบัติการอุตสาหกรรมเหล็กบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เด่นภา ปาทะหา. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง รูปแบบการนำกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานระดับหัวหน้างานบริษัทรับเหมาก่อสร้างจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Khamvone Khonevixam. (2560). ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม ความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมนครหลวงเวียงจันทน์สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนากร วิเวกอรุณ. (2560). ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมภาวะผู้นำกับวัฒนธรรมองค์การ ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาพนักงานบริษัทไทยซัมซุง : อีเลคโทรนิคส์ จำกัด วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธีระพงศ์ ธนเจริญรัตน์. (2553). หลักสูตรการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารอุ้งกลางการประกันภัย. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พิสน ลีละหุด. (2563). ทำไม Chevrolet ต้องยกทัพถอนตัวออกจากประเทศไทย? (Online). www.autodeft.com/deftscope/why-chevrolet-withdraw-from-thailand. 18 กุมภาพันธ์ 2563.
- พุทธิฉัตร ปัญญาประชุม. (2559). ผลกระทบของสภาพแวดล้อมการทำงานต่อประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ เขตอุตสาหกรรมนิคมแหลมฉบัง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรทิพย์ พรอินทร์. (2560). ภาวะผู้นำที่ไม่เหมาะสม ความฉลาดทางอารมณ์และความเครียดในงานที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมในภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มณฑิตา ศรีนคร. (2563). ผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การและความผูกพัน ยึดมั่นในงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- มาลินี นกศิริ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ธรรมรักษ์ ออโตพาร์ท จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.
- วรางคณา ศรีธรร. (2561) ปัจจัยด้านลักษณะงานและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) (2562). รายงานการศึกษาความเหมาะสมการจัดตั้งเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษเพื่อกิจการอุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง. เข้าถึงได้ทาง <https://www.eeco.or.th/web-upload/filecenter/html/establishment/Feasibility/017.pdf> วันที่ 11 ธันวาคม 2565.
- สลักจิตร์ นพเทา. (2559). ผลกระทบของทัศนคติ แรงจูงใจ ความผูกพันต่อองค์กร และภาวะผู้นำต่อการมีส่วนร่วม ของพนักงานในการดำเนินกิจกรรมการบำรุงรักษาที่ผลทุกคนมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมเหล็กแผ่นรีดเย็นในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภลักษณ์ พรหมศร. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงาน การรับรู้รูปแบบภาวะผู้นำของพนักงาน ความผูกพันในงานกับความพึงพอใจในงาน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัครเดช ไม้จันทร์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อาคม รามสุวรรณ. (2562). อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (Online). www.thairath.co.th/news/auto/news/1481093. 11 พฤศจิกายน 2562.
- Almutairi, D. O. (2015). The Mediating Effects of Organizational Commitment on the Relationship between Transformational Leadership Style and Job Performance. *International Journal of Business and Management*, 11(1). doi:10.5539/ijbm, 11(1), 231-300.
- Anshori, M. Y., Karya, D. F., Muslihah, N., & Herlambang, T. (2020). Analysis Of Transformational Leadership Style For Employee Performance with Job Satisfaction as Intervening Variable. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(9), 3967-3973.

- Aslami, N., Salim, S. R. A., & Absah, Y. (2017). The effect of the non-physical work environment and job insecurity on the performance of outsourcing employee business support through the motivation as intervening variable at PT Telecommunication Branch Medan. *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 46, 376-383.
- Badrianto, Y., & Ekhsan, M. (2020). Effect of work environment and job satisfaction on employee performance in IN PT. Nesinak Industries. *Journal of Business, Management, and Accounting*, 2(1), 85-91.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York: Free Press.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1993). Transformational leadership and organizational culture. *Public Administration Quarterly*, 17, 112-121.
- Best, John W. (1977). *Research in Education*. (3rd edition). Englewood cliffs: N.J.: Prentice-Hall Inc.
- Burns, J. M. 1978. *Leadership*. New York: Harper and Row.
- Chandrasekar, K. (2011). Workplace environment and its impact on organisational performance in public sector organisations. *International journal of enterprise computing and business systems*, 1(1), 1-19.
- Cahyani, P. E., & Siswanto. (2019). The effect of transformational leadership on employee performance through employee engagement. *JMM UNRAM*, 8(2), 203-211. doi:10.29303/jmm.v8i2.427
- Dewi, I. G. A. M., & Putra, G. N. S. (2019). Effect of transformational leadership and organizational culture on employee performance mediated by job motivation. *International research journal of management, IT and social sciences*, 6(6), 118-127. doi:10.21744/irjmis.v6n6.778
- Dharmanegara, I. B. A., Sitiari, N. W., & Wirayudha, I. D. G. N. (2016). Job competency and work environment: the effect on Job Satisfaction and Job Performance among MEs Worker. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 18(1), 8. doi:10.9790/487X-18121926
- Dheviests, T. A., & Riyanto, S. (2020). The influence of work discipline, self-efficacy and work environment on employee performance in the building plant Department at PT Gajah Tunggal Tbk. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(1), 1062-1069.
- Emerson, H. (1913). *The twelve principles of efficiency*. New York: Engineering Magazine.

- Fahlevi, B., Syah, T. Y. R., & Umar, H. (2019). Competence contribution in work environment and job satisfaction performance over PTSP West Jakarta. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 3, 108-112.
- Gamal, N. L., Taneo, S. Y. M., & Halim, L. (2018). Job satisfaction as a mediation variable in the relationship between work safety and health(K3) and work environment to employee performance. *Journal of Applied Management*, 16(3), 486-493. doi:10.21776/ub.jam.2018
- Gilmer, Vonltaller B. (1967). *Applied Psychology*. New York: McGraw-Hill Book.
- Hair, Joseph F., Anderson, Rolph E., Black, William C. (2014). *Multivariate Data Analysis (Ed. 7th)*. Harlow: Pearson.
- Hussain, A., Yusoff, R. M., Khan, M. A., Diah, M. L. M., & Shahbaz, M. S. (2019). *The Effect of Transformational Leadership on Employee Job Performance through Mediating Role of Organizational Commitment in Logistic Sector of Pakistan*. *Int.J Sup. Chain. Mgt*, 8(4), 162.
- McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*. New York: McGraw-Hill.
- Moos, R. H. (1986). *The human context environmental determinants of behavior*. New York: John Wiley & Sons.
- Nunally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- O'brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, 41(5), 673-690.
- Pangarso, A., Syarifuddin, M. P., Moeliono, N., & Fazrido, B. M. (2017). The Influence of Transformational Leadership Style on Employee's Performance PT PLN Cabang Pekanbaru Rayon Panam. *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 40.
- Pawirosumarto, S., Sarjana, P. K., & Gunawan, R. (2017). The effect of work environment, leadership style, and organizational culture towards job satisfaction and its implication towards employee performance in Parador Hotels and Resorts, Indonesia. *International Journal of Law and Management*, 59(6), 1337-1358. doi:10.1108/ijlma-10-2016-0085
- Petersen, E., & Plowman, E. G. (1953). *Business organization and management*. Homewood, Ill: R.D. Irwin.
- Pourhosein, M., Kol, A., Vishkaii, B., & Jourshari, F. (2017). Investigate the relationship between institutional ownership in Tehran stock exchange. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3), 276-285.

- Purbasari, R. N. and Septian, T.A. (2017). Factor influencing on employee performance of production department on the manufacturing food industry in Indonesia *Polish journal of management studies*. 16(2): 233-242
- Riyanto, S., Sutrisno, A., & Ali, H. (2017). The Impact of working motivation and working environment on employees performance in Indonesia stock exchange. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 342-348.
- Rovinelli, R. J. and R. K. Hambleton. 1977. On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research* 2: 49-60.
- Sujarwo, E., CichRatnasih, & Sodikin, A. (2018) .The effect of organizational culture and environmental work on employee performance through organization commitment PT. Ciwangi Berlian Motors. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 4(5), 14-27.
- Tesfu, A. (2019). *Effects of working environment on employee performance: in the case of Boel Lemi Industrial Park, ADDIS ABABA*, Department of Management in partial fulfillment of the requirement for the award of master of business administration.
- Uddin, A., Rahman, S., & Howladar, M. H. R. (2017). Empirical study on transformational leadership, deviant behavior, job performance, and gender: Evidence from a study in BANGLADESH. *THE EUROPEAN JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES*, 22(2), 77-97.
- Wagimin, W., & Kusriani, E. (2019). The Effect of leadership on employee performance with total quality management (TQM) as a mediating variable in Indonesian petroleum companies: a case study. *International Journal of Integrated Engineering*, 11(5). doi:10.30880/ijie.2019.11.05.023
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*, 3rd Edition, New York: Harper and Row

คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

The study of brand equity influences the purchase intention Disney+ Hotstar of Gen Z consumers in Bangkok

ณัฐธิดา ศรีโรบล¹ และ จารุพร ตังพัฒน์กิจ^{2*}
Nattida Srilobol¹ and Jaruporn Tangpattanakit^{2*}

Corresponding author email: jaruporn.tan@ku.th

(Received: October 29, 2022 Revised: November 29, 2022 Accepted: December 8, 2022)

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร โดยคุณค่าตราสินค้าประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) การรับรู้ตราสินค้า 2) การรับรู้คุณภาพตราสินค้า 3) ความเชื่อมโยงในตราสินค้า และ 4) ความภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาตามกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณแบบวิธีเดียว โดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล และทดสอบความเที่ยงตรงก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (IOC) ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค Gen Z ที่มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 24 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังมีประสบการณ์การใช้บริการ Disney+ Hotstar รวมทั้งสิ้น 400 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ซึ่งผลการวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ปัจจัย ได้แก่ ความเชื่อมโยงในตราสินค้า (Brand Association) และความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) และพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) และการรับรู้คุณภาพตราสินค้า (Perceived Quality) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ดิสनी+ ฮอตสตาร์, คุณค่าตราสินค้า, ความเชื่อมโยงในตราสินค้า

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Undergraduate, Bachelor of Business Administration Program in Digital Marketing and Branding, Faculty of Management Sciences,
Kasetsart University

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลและการสร้างตรา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Lecturer, Ph.D., Department of Digital Marketing and Branding, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the brand equity that influences the purchasing decisions of Gen Z consumers in Bangkok for Disney+ Hotstar. Brand value consists of four factors: 1) Brand Awareness, 2) Perceived Quality, 3) Brand Association and 4) Brand Loyalty. The research is quantitative and studied according to the Mono Method Quantitative. A questionnaire is a tool that was used for data collection. The Index of Item Objective Congruence (IOC) assessment method was used to test and reconfirm the validity of the questionnaire before analysing the data. In this study, data was collected from a sample of 400 Gen Z consumers (18–24 years old) who live in Bangkok and subscribe to the Disney+ Hotstar service. Furthermore, the data was statistically analysed with a packaged programme with a statistical significance of 0.05 The research results and hypothesis testing can be concluded that there are two factors affecting the purchase intention of Disney+ Hotstar of Gen Z consumers in Bangkok: Brand Association and Brand Loyalty. In addition, it was found that brand awareness and perceived quality do not affect the purchase intention of Disney+ Hotstar of Gen Z consumers in Bangkok.

Keywords: Disney+ Hotstar, Brand values, Brand Association

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันพบว่าเทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้น โดยประชากรไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดเป็นอันดับ 4 ของโลกเฉลี่ยประมาณ 8.44 ชั่วโมงต่อวัน ใช้สื่อสังคมออนไลน์สูงสุดไปกับการรับชมสตรีมมิ่ง 3.30 ชั่วโมงต่อวัน ถือเป็นกิจกรรมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (WeAreSocial and Hootsuite, 2564) และจากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) แสดงให้เห็นว่า ประชากรไทยมีทั้งศักยภาพและความพร้อมเปิดรับบริการสตรีมมิ่งเพิ่มขึ้นในอัตราที่น่าสนใจ โดยปีพ.ศ. 2563 ผู้รับบริการในไทยอยู่ที่ 1.302 ล้านคนและอาจเพิ่มขึ้นเป็น 1.909 ล้านคนภายในปี พ.ศ. 2566 (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ [กสทช.], ม.ป.ป.)

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดวิดีโอสตรีมมิ่งในไทยเป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยวิดีโอสตรีมมิ่ง คือ การใช้อินเทอร์เน็ตส่งผ่านข้อมูลในรูปแบบเสียงและภาพที่สามารถรับชมได้อย่างไม่จำกัดเวลาและสถานที่ อีกทั้งยังสามารถรับชมภาพยนตร์ได้อย่างถูกลิขสิทธิ์ ซึ่งพบว่ารายได้ของผู้ประกอบการในตลาดวิดีโอสตรีมมิ่งในไทยจะเพิ่มสูงถึง 181 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นเงินไทย 5,960.33 ล้านบาท ภายในปี พ.ศ. 2567 (Ovum, 2020) วิดีโอสตรีมมิ่งที่ได้รับความนิยมในไทย เช่น Netflix, Youtube, LINE TV รวมถึง The Walt Disney Company ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในผู้บริการสตรีมมิ่ง Disney+ Hotstar และได้รับผลตอบรับที่ดีภายในระยะเวลาอันรวดเร็วจากจำนวนผู้ใช้บริการสตรีมมิ่งใน 5 ประเทศ

ได้แก่ ไทย ฟิลิปปีนส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และมาเลเซีย เพิ่มขึ้น 4.9 ล้านราย โดย Disney+ Hotstar มีอัตราผู้ใช้บริการสูงสุดที่ 43% (Iqbal, 2021)

จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Disney+ Hotstar ได้แก่ การวิเคราะห์การอภิปรายหลาย ประเด็นของโฆษณาทางทีวี Disney+ Hotstar ในอินโดนีเซีย (Azkiyah, Hidayat, Alek, and Dewi, 2021) และการเพิ่มขึ้นของแพลตฟอร์ม OTT และความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจศึกษาความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar จากคุณค่าตราสินค้าในด้านการรับรู้ตราสินค้า ด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้า และด้านความภักดีต่อตราสินค้า โดยศึกษาใน กลุ่มผู้บริโภค Gen Z เนื่องจากคนกลุ่มนี้เติบโตมากับเทคโนโลยี เปิดรับสื่อออนไลน์ในรูปแบบสตรีมมิ่ง และมีกำลังซื้อด้วยตนเอง อีกทั้งมีความทรงจำเกี่ยวกับผลงานดั้งเดิมของ Disney มาอย่างยาวนาน (Graham, 2019) และจากการทบทวนงานวิจัยพบว่า ในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับวิดีโอ สตรีมมิ่ง Disney+ Hotstar รวมถึงคุณค่าตราสินค้าในตลาดบริการวิดีโอสตรีมมิ่ง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้สอดคล้องกับผลตอบรับที่ดีภายในระยะเวลาอันรวดเร็วจากจำนวน ผู้ใช้บริการ Disney+ Hotstar และผลการศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการ ในตลาดบริการวิดีโอสตรีมมิ่งในการวางแผนทำกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างคุณค่าของแบรนด์ให้เหนือคู่แข่งและนำไปสู่ความตั้งใจซื้อต่อไปในอนาคต

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้า (Perceived Quality) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้า (Brand Association) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิดีโอสตรีมมิ่ง Disney+ Hotstar

The Walt Disney Company ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการเป็นผู้นำหลักใน อุตสาหกรรมแอนิเมชันและความบันเทิงสำหรับครอบครัว (Hoppenstand, 2013; Robbins, 2014) ผ่านสื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Winsor, 2015) โดยจะดึงดูดเด็กตั้งแต่อายุยังน้อย เพื่อให้เป็นผู้บริโภคในระยะยาวของ Disney จนตลอดชีวิตของบุคคล อีกทั้งยังสามารถดึงดูดผู้ใหญ่ ที่มีความคิดถึงในวัยเด็กให้กลับมาซื้อสินค้าและบริการของ Disney ที่มากขึ้นในอนาคต ทำให้ Disney มีภาพลักษณ์เชิงบวกที่แข็งแกร่งเป็นอย่างมาก (Westre, 2016) จากการที่ Disney สามารถนำเสนอและ ส่งเสริมตัวละครที่ผู้บริโภครู้จักและชื่นชอบได้เป็นอย่างดีผ่านตลาดต่างๆ ที่มีความหลากหลาย จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความคาดหวังว่าการซื้อสินค้าและบริการนั้น จะมีความมหัศจรรย์และสนุกสนาน

(Robbins, 2014; Westre, 2016; Winsor, 2015) โดยล่าสุด Disney ได้เพิ่มมูลค่าแบรนด์อย่างต่อเนื่องและเข้ามาสู่ตลาดสตรีมมิ่งเกิดเป็นวิดีโอสตรีมมิ่ง Disney+ Hotstar ที่เปิดบริการเฉพาะบางประเทศ โดยมีภาพยนตร์ต้นฉบับ รายการทีวี และเนื้อหาแบบสั้น ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของ Disney มาแนะนำเสนอเพียงอย่างเดียว (Sorrentino and Solsman, 2018; Westre, 2016)

โดยวิดีโอสตรีมมิ่ง Disney+ ได้นำแพลตฟอร์มที่มีความคล้ายคลึงกัน คือ Disney Parks มาพัฒนาต่อยอด โดยการนำเสนอเนื้อหาและมอบประสบการณ์ใหม่ๆ จากการเป็นเจ้าของหลากหลายบริษัทให้แก่ผู้บริโภค รวมถึงคลังเนื้อหาจำนวนมากของ Disney ที่มีคุณค่าและมีชื่อเสียงมาอย่างยาวนานมาแนะนำในรูปแบบใหม่ คือ วิดีโอสตรีมมิ่ง Disney+ (Alexander, 2018; Chmielewski, 2018; Sorrentino and Solsman, 2018) โดยในปีค.ศ. 2019 ทาง Disney ได้ซื้อกิจการ 21st Century Fox ทำให้สามารถเข้าถึงคลังภาพยนตร์ที่ใหญ่ที่สุดได้ (Palmer, 2019) โดย Hotstar เป็นบริการสตรีมมิ่งรายใหญ่ในอินเดีย และเป็นบริษัทย่อยของ 21st Century Fox ทาง Disney จึงรวม Disney+ และ Hotstar เข้าด้วยกัน เพื่อเปิดให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งในภูมิภาคอื่นๆ หรือในประเทศที่ประชากรมีรายได้เฉลี่ยไม่สูงนักเพื่อให้เข้าถึงบริการสตรีมมิ่งได้ง่าย จึงทำให้เกิดวิดีโอสตรีมมิ่ง Disney+ Hotstar ขึ้น (TheMATTERTeam, 2564)

แนวคิดและทฤษฎีคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity)

คุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) เกิดจากการสร้างตราสินค้าให้มีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจในระยะยาว (จุฑามาศ จินดาวัลย์, 2546; ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร, 2547) โดยตราสินค้า คือ การรวมกันขององค์ประกอบต่างๆ ทำให้ตราสินค้ามีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ทำให้สินค้าและบริการของธุรกิจมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ทั้งในมุมมองขององค์กร ผู้ค้า และผู้บริโภค (Farquhar, 1989; Schiffman and Kanuk, 2000) ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคจะสามารถจดจำได้และคุ้นเคยกับตราสินค้า เกิดเป็นความไว้วางใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด อีกทั้งยังช่วยป้องกันคู่แข่งที่เข้ามาในตลาด (เสรี วงษ์มณฑา, 2540; Kotler, 2003)

Aaker (1991) กล่าวว่า คุณค่าตราสินค้าเป็นการสร้างคุณค่าที่หลากหลายมิติรวมถึงด้านทัศนคติและด้านพฤติกรรม จึงมีแนวคิดแบบจำลองคุณค่าตราสินค้าสามารถวัดได้จาก 5 องค์ประกอบ คือ 1) การรับรู้ตราสินค้า 2) ความเชื่อมโยงในตราสินค้า 3) การรับรู้คุณภาพตราสินค้า 4) ความภักดีต่อตราสินค้า และ 5) ด้านสินทรัพย์ของตราสินค้า โดยด้านสินทรัพย์ของตราสินค้า จะเป็นมุมมองขององค์กรเป็นหลักที่จะนำไปเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ต่อมา Keller (1998) ได้ศึกษาต่อและพบว่า คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับความรู้เกี่ยวกับตราสินค้า จนนำไปสู่การตอบสนองต่อการตลาดที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน หลังจากนั้น Aaker and Joachimsthaler (2000) กล่าวว่า สินทรัพย์ของตราสินค้าสามารถทำความเข้าใจได้จากผลลัพธ์ของ 4 มิติ ซึ่งสอดคล้องกับ Yoo and Donthu (2001) ที่กล่าวว่า ตราสินค้าที่อิงจากมุมมองของผู้บริโภคสามารถวัดได้จาก 4 องค์ประกอบ คือ 1) การรับรู้ตราสินค้า 2) ความเชื่อมโยงในตราสินค้า 3) การรับรู้คุณภาพตราสินค้า และ 4) ความภักดีต่อตราสินค้า ดังนั้น คุณค่าตราสินค้าจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจ เนื่องจากผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการด้วยความเต็มใจในระดับสูง จึงสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน รักษาส่วนแบ่งทางการตลาดมูลค่าทางการเงินเมื่อต้องการขายลิขสิทธิ์ความเป็นเจ้าของตราสินค้า และสร้างผลกำไรในระยะยาว ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (Aribarg and Arora, 2008; Schiffman and Kanuk, 2007)

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดแบบจำลองคุณค่าที่เกี่ยวกับผู้บริโภค (Customer-Based Brand Equity - CBBE) ของ Keller (1998) เป็นหลัก เนื่องจากทางผู้วิจัยต้องการศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่อิงจากมุมมองของผู้บริโภค สามารถวัดได้จาก 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพตราสินค้า ความเชื่อมโยงในตราสินค้า และความภักดีต่อตราสินค้าในการทำความเข้าใจคุณค่าด้านพฤติกรรมการใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง Disney+ Hotstar ภายในใจผู้บริโภค

การรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness)

การรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) เกิดจากการสื่อสารของธุรกิจ เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าไปสู่ความทรงจำของผู้บริโภค (Berry, 2000) โดยการรับรู้เป็นกระบวนการแรกที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ของตราสินค้าจากการสื่อสาร เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำเกี่ยวกับตราสินค้านั้นได้ (Aaker, 1991) ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลที่ทราบถึงรายละเอียดและสามารถแยกแยะความแตกต่างของแต่ละตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้จากการสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจที่มากพอสำหรับการทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักตราสินค้าที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน เพื่อให้ตราสินค้าเป็นที่ยอมรับและอยู่ในลำดับความคิดของผู้บริโภคในการพิจารณากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Aaker, 1996; Keller, 2003)

The Walt Disney Company เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงระดับโลกและมีทรัพย์สินทางปัญญาที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นจากคู่แข่งชั้นโดย Disney ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ และผลิตภัณฑ์ต่างๆแก่เด็กตั้งแต่อายุน้อยจนตลอดชีวิตของบุคคล ทำให้ Disney เป็นที่รู้จักและชื่นชอบได้เป็นอย่างดีผ่านตลาดต่างๆที่มีความหลากหลายทำให้ผู้บริโภคเกิดความคาดหวังว่าการซื้อสินค้าและบริการนั้นจะมีความมหัศจรรย์และสนุกสนาน ดังนั้น เมื่อ Disney ขยายไปยังตลาดวิดีโอสตรีมมิ่งเป็น Disney+ Hotstar ส่งผลให้ผู้บริโภคเมื่อเห็นตราสินค้าจะสามารถเชื่อมโยงกับ Disney ในความทรงจำของผู้บริโภคได้ ทำให้ Disney+ Hotstar มีภาพลักษณ์เชิงบวกแก่ผู้บริโภคและนำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการในที่สุด

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

การรับรู้คุณภาพตราสินค้า (Perceived Quality)

การรับรู้คุณภาพตราสินค้า (Perceived Quality) เป็นการรับรู้ถึงคุณภาพโดยรวมมีความเหนือกว่าสินค้าและบริการตัวเลือกอื่นๆ (Keller, 2003) โดยเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้จริงที่เกิดจากประสบการณ์โดยตรงของผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการ (Bachnan, Carolyn, and Barbera, 1999) ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในเครื่องมือการวางตำแหน่งทางการตลาดที่สำคัญ และเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของความตั้งใจซื้อ (Saeed, Hwang and Yi, 2003)

Disney + Hotstar ถือว่าเป็นแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งที่มีคุณภาพของคอนเทนต์ที่ไม่มีเหมือนใคร เนื่องจาก Disney + Hotstar มีคอนเทนต์ที่ถือครองลิขสิทธิ์เองอย่างเช่น Disney หรือ Marvel มากกว่านั้น คอนเทนต์ของ Disney + Hotstar ก็มีความหลากหลายจากทั่วทุกมุมโลก หรือแม้แต่ในประเทศไทยเอง Disney + Hotstar ก็ใช้กลยุทธ์แบบ Local โดยการจับมือกับค่ายหนังต่างๆ อาทิเช่น GDH, สหมงคลฟิล์ม One31 และกันตนา เพื่อป้องกันคอนเทนต์ที่ถูกใจคนไทยซึ่งกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์ที่เหนือกว่านี้เองก็ถือเป็นจุดดึงดูดที่ทำให้กลุ่มลูกค้าเห็นความสำคัญและข้อดีของ Disney+ Hotstar จนนำไปสู่การสมัครสมาชิกอย่างง่ายดายซึ่งปัจจัยนี้เองสามารถทำให้ผู้บริโภคทราบถึงความแตกต่างของตราสินค้าของ

Disney + Hotstar เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ อย่างเช่น Netflix หรือ VIU อีกทั้งยังเพิ่มโอกาสในการขยายสินค้าและบริการทำได้ง่ายขึ้น โดยเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพตราสินค้าของ Disney+ Hotstar แล้วก็จะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในที่สุด (ชมพักตร์ ชมทรัพย์จำเริญ, 2561; นัทธมน หมทอง, 2555)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

ความเชื่อมโยงในตราสินค้า (Brand Association)

ความเชื่อมโยงในตราสินค้า (Brand Association) เกิดจากการเปิดรับสารทั้งความรู้สึนึกคิด การรับรู้ ภาพ ความเชื่อ มุมมอง และประสบการณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะรับรู้ข้อมูลต่างๆ ผ่านภาพลักษณ์ตราสินค้า (Korchia, 2001) ทำให้ตราสินค้ามีคุณค่าเพิ่ม เพื่อนำไปสู่การเกิดทัศนคติเชิงบวกในตราสินค้าและเป็นเหตุผลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Keller, 1993; Aaker, 1996)

ตราสินค้าของ Disney มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตการ์ตูนและภาพยนตร์ เป็นตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และมีชื่อเสียง ซึ่งทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นทั่วโลกส่งผลให้ตราสินค้ามีความแข็งแกร่ง อีกทั้งเมื่อนึกถึง Disney ผู้บริโภคจะนึกถึงดินแดนมหัศจรรย์แห่งจินตนาการ ซึ่งประสบความสำเร็จในการอยู่ในใจผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหลายร้อยรายการ มากกว่านั้นการแคมเปญโฆษณา เทคนิคการขาย การผสมผสานผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์อื่นๆ เพื่อเชื่อมโยงให้ Disney เอง ใกล้ชิดกับผู้บริโภคได้มากขึ้นดังนั้นภาพลักษณ์เชิงบวกจึงสำคัญมากต่อความเชื่อมโยงในตราสินค้า โดย Keller (2013) กล่าวว่าภาพลักษณ์ตราสินค้ามีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความแข็งแกร่ง ความชื่นชอบและความมีเอกลักษณ์ ซึ่งจะเชื่อมโยงเข้ากับความทรงจำของผู้บริโภคแสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมโยงในตราสินค้าที่มาจากภาพลักษณ์ตราสินค้าจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจในการขยายตราสินค้า ครองส่วนแบ่งทางการตลาดในระยะยาว และช่วยลดความสนใจของตราสินค้าอื่นๆ ถือเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค ทั้งยังช่วยในการพิจารณาความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่นำไปสู่ความชื่นชอบในตราสินค้าผ่านเทคนิคการตลาด (ภารดี ผิวขาว, 2558; สาธิตา พูลคลองตัน, 2562)

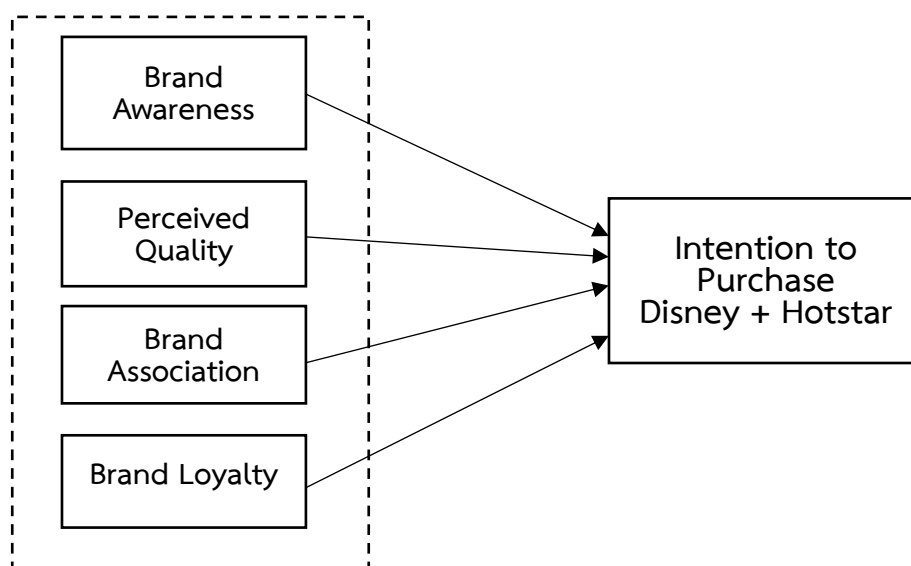
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

ความภักดี (Loyalty) เกิดขึ้นได้โดยที่ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำในสินค้าเดิมอย่างสม่ำเสมอ จนกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (Skogland and Siguaw, 2004) ความภักดีต่อตราสินค้า คือ ความรู้สึกของผู้บริโภคต่อตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง เป็นความจงรักภักดีที่ผู้บริโภค มีความเชื่อ ทัศนคติ และเหตุผลประกอบในการซื้อสินค้าและบริการที่ทำให้เกิดความพึงพอใจจนนำไปสู่พฤติกรรมมารกลับมาซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิมอย่างต่อเนื่อง (Oliver, 1999) อีกทั้งความภักดีต่อตราสินค้าวัดได้จากความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่เลือกสินค้าและบริการนั้นเป็นลำดับแรก แม้ว่าราคาสินค้าและบริการจะสูงขึ้นผู้บริโภคจะยินดีจ่ายอย่างไม่ลังเล (Balakrishnan, Dahnil, and Yi, 2014) ตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษ สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคจงรักภักดีกับตราสินค้า Disney คือ Disney สร้างสิ่งที่พิเศษอย่างแท้จริง เพื่อให้แน่ใจว่าเมื่อผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับ Disney การเชื่อมโยงทางอารมณ์จะถูกสร้างขึ้น

และรากฐานสำหรับความสัมพันธ์ระยะยาวจะก่อตัวขึ้น ประกอบกับ Disney มีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งและกว้างขวาง พร้อมด้วยผลิตภัณฑ์หลายล้านรายการ เชื่อว่าผู้บริโภคจำนวนมากไม่คุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของ Disney ด้วยซ้ำ มากกว่านั้น Disney ยังประสบความสำเร็จในการให้บริการผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาเป็นเวลาหลายปี โดยที่การประสบความสำเร็จในการรักษาความสามารถในการทำกำไรและระดับความสามารถในการแข่งขันซึ่งดึงดูดผู้บริโภคจำนวนมากถือได้ว่า Disney เองสามารถสร้างความภักดีทางอารมณ์กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ประกอบกับคำมั่นสัญญาของโลกแฟนตาซีทำให้ผู้คนที่มาเยือนสถานที่นั้นชื่นชมจากความงามของสถานที่และความมหัศจรรย์ที่เกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้และเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จ ให้กับตราสินค้านั้นในระยะยาวและส่งผลต่อความตั้งใจซื้อในที่สุด (Jacoby and Chestnut, 1978; Aaker, 1991; ศรีภักัญญา มงคลศิริ, 2547)

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา: ปรับปรุงมาจาก Keller (1998)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร การศึกษานงานวิจัยฉบับนี้ใช้ประชากรเป้าหมาย คือ Gen Z (อายุ 18-24 ปี) อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 488,689 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยฉบับนี้ คือ Gen Z (อายุ 18-24 ปี) ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการ Disney+ Hotstar อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากจำนวนประชากรทำให้ทราบจำนวนประชากร Gen Z ในกรุงเทพมหานครที่แน่นอน แต่ไม่ทราบจำนวนประชากร Gen Z ที่มีประสบการณ์การใช้บริการ Disney+ Hotstar ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณได้จากสูตรที่ไม่ทราบขนาดประชากรของ Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน

ร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 383.7991 คน หรือประมาณ 384 คน แต่ผู้วิจัยได้สำรองความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างไว้ไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูลจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามปลายปิด (Closed-end Questionnaire) โดยผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google forms เนื่องจากสามารถหาจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามได้จำนวนมาก สะดวกและประหยัดเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพ ข้อมูลพื้นฐาน และพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการ Disney+ Hotstar ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 36 ข้อคำถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า 8 ข้อคำถามมีการปรับปรุงข้อคำถามจาก Yoo and Donthu (2001) และ Shah (2012) ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้า 6 ข้อคำถาม ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้า 8 ข้อคำถาม ปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้า 8 ข้อคำถามมีการปรับปรุงข้อคำถามมาจาก Yoo and Donthu (2001) และปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อ 6 ข้อคำถามมีการปรับปรุงข้อคำถามจาก Grewal, Monroe and Krishnan (1998)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้

3.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

การทดสอบความเที่ยงตรงเป็นการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับ วัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ในการตรวจสอบข้อคำถาม เนื้อหาและการเลือกใช้ภาษา เพื่อขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิและนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามมีความถูกต้อง และครอบคลุมถึงเนื้อหาในงานวิจัยก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

3.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบค่าความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทำให้ทราบความหมายระดับ ความน่าเชื่อถือและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา แสดงผลใน ตารางที่ 1

ส่วนของคำถามในแบบสอบถาม	Cronbach's Alpha	
	กลุ่มทดลอง (N = 51)	กลุ่มตัวอย่าง (N = 400)
การรับรู้ตราสินค้า	0.754	0.813
การรับรู้คุณภาพตราสินค้า	0.823	0.848
ความเชื่อมโยงในตราสินค้า	0.876	0.882
ความภักดีต่อตราสินค้า	0.954	0.932
ความตั้งใจซื้อ	0.926	0.922
รวม	0.911	0.901

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) จากการทดสอบกับกลุ่มทดลอง ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นในแต่ละตัวแปรพบว่า อยู่ระหว่าง 0.754 – 0.954 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.7 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม เชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงสามารถนำแบบสอบถามที่ทดสอบกับกลุ่มทดลองใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จึงนำไปคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคพบว่า ความเชื่อมั่นในแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.813 – 0.932 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.7 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมและเชื่อถือได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ Google forms โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค Gen Z (อายุ 18-24 ปี) ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการ Disney+ Hotstar อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมภายในเดือนกันยายน ปีพ.ศ. 2564 เป็นเวลา 14 วัน ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างนั้นใช้วิธีการแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เนื่องจากเป็นวิธีการที่ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ซึ่งเหมาะสมกับงานวิจัยฉบับนี้เนื่องจากมีงบประมาณและเวลาที่จำกัด มากกว่านั้น ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถมีเวลาคิดใคร่ครวญคำตอบได้ อีกทั้งยังสามารถกำจัดความเอนเอียงของพนักงานภาคสนามได้อีกด้วย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) โดยงานวิจัยฉบับนี้เก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google forms ซึ่งเก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยส่งแบบสอบถามผ่านทาง Facebook group ที่เกี่ยวกับ Disney+ Hotstar และ Instagram

5. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

5.1 ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพ ข้อมูลพื้นฐาน และพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการ Disney+ Hotstar ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการคำนวณเพื่อหาค่าสรุปผลจากแบบสอบถาม

5.2 ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์ ทดสอบปัจจัยคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์และคำนวณสถิติ แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน (61%) เพศชาย จำนวน 109 คน (27.3%) เพศกลุ่ม LGBTQ+ จำนวน 39 คน (9.8%) และไม่ต้องการระบุ จำนวน 8 คน (2%) ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่

ในระดับปริญญาตรี จำนวน 345 คน (86.3%) เป็นนักศึกษา จำนวน 293 คน (73.3%) รายได้มีช่วงรายได้ 9,001 - 12,000 บาท จำนวน 84 คน (21%)

2. การวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้น

2.1 ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน (Linearity)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากตาราง Residuals Statistics เพื่อใช้ทดสอบความเป็นเชิงเส้นของข้อตกลงเบื้องต้น โดยค่าเฉลี่ย หรือ Mean มีค่าเป็น 0 หมายถึง ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็น 0

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	S.D.	N
Predicted Value	-0.0696	3.9927	2.5608	0.87488	400
Residual	-1.61016	2.12685	0.00000	0.48367	400
Std. Predicted Value	-3.007	1.637	0.000	1.0000	400
Std. Residual	-3.312	4.375	0.000	0.995	400

a. Dependent Variable: ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

ตารางที่ 2 Residuals statistics

จากตารางที่ 2 พบว่า Residual มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ที่ 0.00 จึงหมายความว่า ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนเป็น 0

2.2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Multicollinearity)

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ หรือ Multicollinearity คือการวิเคราะห์ความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยการตรวจสอบเงื่อนไขจะตรวจสอบโดยใช้สถิติคือ Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งเป็นค่าที่จะสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลร่วมของตัวแปรทำนายในตัวอย่างแบบเส้นตรง เพื่อการอธิบายว่าตัวแปรทำนายที่อยู่ในตัวแบบนั้นมีความสัมพันธ์กันหรือไม่

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficients)			
ตัวแปร		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	การรับรู้ตราสินค้า	0.482	2.076
	การรับรู้คุณภาพตราสินค้า	0.509	1.965
	ความเชื่อมโยงในตราสินค้า	0.321	3.112
	ความภักดีต่อตราสินค้า	0.386	2.591

a. Dependent Variable: ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.321 – 0.509 ซึ่งมากกว่า 0 และในขณะเดียวกันค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.965 – 3.112 ซึ่งน้อยกว่า 10 (Menard, 2002) จึงสรุปได้ว่า ไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) อีกความหมาย คือ ตัวแปรต้น ได้แก่ ด้านการรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพตราสินค้าความเชื่อมโยงในตราสินค้า และความภักดีต่อตราสินค้า เป็นอิสระจากกันหรือไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

3. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ในแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลมาทดสอบสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ			
ตัวแปร	β	t	p-value
ค่าคงที่	-0.030	-0.236	0.813
ปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า	-0.045 (-0.822)	-0.822	0.411
ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้า	0.032 (0.023)	0.684	0.494
ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้า	0.259 (0.188)	4.389	0.001
ปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้า	0.754 (0.725)	18.505	0.001

$R = 0.875, R^2 = 0.766, \text{Adjust } R^2 = 0.764, F = 323.097, P = 0.001$

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร (n = 400)

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ โมเดลมีความเหมาะสมกับข้อมูลในระดับที่ดี โดยตัวแปรต้นที่ใช้ในการพยากรณ์คือปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้า และปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้า ในส่วนของตัวแปรตามคือความตั้งใจซื้อ มีค่าอำนาจการพยากรณ์ (R^2) 0.766 คิดเป็น 76.6% เมื่อกำหนดค่า p-value ไม่เกิน 0.05 และพยากรณ์ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตามโดยการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) พบว่า ตัวแปรที่สามารถใช้พยากรณ์หรือส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้า ($\beta = 0.725, p\text{-value} = 0.001$) อันดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้า ($\beta = 0.188, p\text{-value} = 0.001$) ในขณะที่ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ($\beta = 0.023, p\text{-value} = 0.494$) และปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า ($\beta = -0.029, p\text{-value} = 0.411$) ไม่ส่งผลต่อตัวต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

การอภิปรายผล

ในการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar พบว่ามี 2 ปัจจัยซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ ตัวแปรด้านความเชื่อมโยงตราสินค้า (Brand Association) และความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

The Walt Disney Company เป็นบริษัทหรือตราสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลกและมีเนื้อหาสื่อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีคุณค่าและมีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน มากกว่านั้น The Walt Disney Company ที่เป็นผู้ผลิต Disney+ Hotstar มีการผลิตคอนเทนต์ซึ่งสามารถรับชมได้ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ (Alexander, 2018; Chmielewski, 2018; Sorrentino and Solsman, 2018) ประกอบกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผู้บริโภคในยุคปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบของตราสินค้าเข้าสู่ ความทรงจำและนึกถึงตราสินค้า เกิดทัศนคติเชิงบวกในตราสินค้าและสามารถนำไปสู่ความตั้งใจซื้อ ตราสินค้าในที่สุด (Aaker, 1991; Aaker, 1996; Keller, 1993) ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้อง

งานวิจัยของ สาธิตา พูลคลองตัน (2562) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้ามีผลต่อความตั้งใจซื้อซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อคือผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์และคุณภาพตราสินค้าทำให้เกิดความเชื่อมโยงกับตราสินค้าและเข้ามาสู่ความทรงจำของผู้บริโภคในเชิงบวกส่งผลให้นำไปสู่ความตั้งใจซื้อ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานครอาจได้รับองค์ประกอบต่างๆ ของตราสินค้าเข้าด้วยกันจากภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของ Disney+ Hotstar ที่เข้าไปอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคจึงทำให้ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้า (Perceived Quality) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

ในด้านความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานครพบว่า ระดับความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้ามากที่สุดคือ ท่านชื่นชอบในตราสินค้า Disney+ Hotstar ที่ท่านใช้บริการอยู่เนื่องจากผู้บริโภคเกิดความภักดีด้านอารมณ์ มีทัศนคติ ความรู้สึกที่ดีก่อเกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคต่อตราสินค้า Disney+ Hotstar อีกทั้งผู้บริโภคยังมีความภักดีที่เกิดจากความประทับใจหลังการใช้บริการซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคไม่เปลี่ยนใจไปภักดีต่อธุรกิจอื่น (ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549) สามารถวัดได้จากพฤติกรรมความตั้งใจซื้อที่ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าและบริการนั้น เป็นลำดับแรก และยินดีจ่ายแบบไม่ลังเล (Balakrishnan et al., 2014) โดยผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภารดี ผิวขาว (2558) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อตราสินค้ามีผลต่อความตั้งใจซื้อ เนื่องจากสินค้าของตราสินค้าเกรฮาร์ดมีความแตกต่างอย่างชัดเจน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้าและนำไปสู่ความตั้งใจซื้อ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค Gen Z ที่มีความภักดีต่อตราสินค้า Disney+ Hotstar มักมีทัศนคติ รวมถึงความรู้สึกที่ดีจากประสบการณ์การใช้บริการ จนนำไปสู่ความชื่นชอบในตราสินค้า Disney+ Hotstar ส่งผลต่อเนื้อให้เกิดพฤติกรรมตั้งใจซื้อและบอกต่อ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่ามี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) และปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพ (Perceived Quality) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร ในทางการตลาดนั้นการรับรู้ถึงตราสินค้า (Brand Awareness) มีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อเนื่องจากผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าที่คุ้นเคยและดีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จัก (Robbins, 2014) อีกทั้งการรับรู้ตราสินค้าสามารถช่วยให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้จากหมวดหมู่สินค้าและตัดสินใจซื้อ (Westre, 2016) แต่อย่างไรก็ตามการรับรู้ถึงแบรนด์นั้นอาจจะเพียงขั้นตอนแรกในการรับรู้ของผู้บริโภคในด้านอื่นๆ (Su, 2016) ดังนั้น ความจริงที่ว่าแบรนด์มีชื่อเสียงในฐานะที่ The Walt Disney Company เป็นผู้นำหลักในอุตสาหกรรมแอนิเมชันและความเป็นที่นิยมสำหรับครอบครัวที่มีชื่อเสียงระดับโลก (Hoppenstand, 2013; Robbins, 2014) มากกว่าวิดีโอสตรีมมิ่งหรือตราสินค้าอื่นๆ อาจไม่ใช่เหตุผลที่หนักแน่นพอที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ Disney+ Hotstar เนื่องจาก Disney เพิ่งเข้าสู่ตลาดวิดีโอสตรีมมิ่งที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและมีคู่แข่งที่หลากหลาย อาทิเช่น Netflix, VIU หรือ Amazon Prime โดยปัจจัยเหล่านี้ อาจจะมีความเชื่อมโยงกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ผู้บริโภคเชื่อมต่อกับตราสินค้าอื่นๆ ข้อเสนอและบริการต่างๆ นอกจากนี้การใช้สื่อออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค เพื่อค้นหาข้อมูลและบทวิจารณ์เกี่ยวกับแบรนด์และ

ผลิตภัณฑ์ทำให้ระยะห่างระหว่างแบรนด์น้อยลง จึงอาจจะส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสนใจกับคุณลักษณะเหล่านี้มากกว่าที่แบรนด์จะเป็นที่รู้จักหรือคุ้นเคย(Wu and Ho, 2014)

ในขณะที่การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การรับรู้คุณภาพ (Perceived Quality) ไม่ส่งผลต่อกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร โดยผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพัตตร์ ชมทรัพย์จำเริญ (2561) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อเวชสำอางของชาวไทย เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยที่ซื้อสินค้าเวชสำอางตราสินค้าระดับโลก เกิดจากประสบการณ์การใช้จริงของผู้บริโภคที่ได้ใช้แล้วรู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจที่จะเลือกซื้อ อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร อาจได้รับประสบการณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจจากการใช้บริการ Disney+ Hotstar หรือเลือกใช้ข้อมูลที่สำคัญเพียงเล็กน้อยในการประเมินคุณภาพตราสินค้า Disney+ Hotstar โดยรวม ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคอาจมีการพิจารณาจากปัจจัยอื่นๆ เช่น ราคาหรือความสะดวกในการทำงานนอกเหนือไปจากการรับรู้คุณภาพสินค้าที่น่าสนใจจึงทำให้ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้าไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนภูมิทัศน์ของวงการภาพยนตร์ให้กระแสภาพยนตร์ได้มีการส่งผ่านผู้ให้บริการสตรีมมิ่ง ในทางกลับกันการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตก็เปลี่ยนไปเช่นกัน ส่งผลให้พฤติกรรมมารับชมและเพลิดเพลินกับคอนเทนต์ของผู้บริโภค ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้เล่นทางธุรกิจสตรีมมิ่งนี้ผลจากการศึกษานี้อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ Disney+ Hotstar และผู้ให้บริการสตรีมมิ่งอื่นๆ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ดีกว่าในครองใจผู้บริโภค แม้ว่าผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่รู้จัก Disney+ Hotstar แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมวิดีโอสตรีมมิ่งควรทำการสื่อสารทางตลาดโดยการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาให้มากขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้และเข้าไปอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้นเคยกับตราสินค้านั้นๆ มากขึ้น มีเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์และความสัมพันธ์ของแบรนด์ Disney+Hotstar มากกว่านั้นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมวิดีโอสตรีมมิ่งควรนำเสนอและพัฒนาคุณภาพคอนเทนต์ต่างๆ ให้เป็นที่น่าสนใจ สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งควรสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงเอกลักษณ์และความแข็งแกร่งของตราสินค้านำไปสู่การเกิดทัศนคติเชิงบวก ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อในที่สุด มากกว่านั้นความจงรักภักดีเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคยังคงใช้บริการต่อไปเรื่อยๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมวิดีโอสตรีมมิ่งควรมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิมและไม่ให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจไปภักดีต่อตราสินค้าอื่น เพื่อนำไปสู่ความภักดีในระยะยาวต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. แนะนำให้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นๆ โดยผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้น เนื่องจากลักษณะของประชากรแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างจากสภาพแวดล้อมต่างๆ ทำให้ข้อมูลอาจไม่ครอบคลุมพอสำหรับการวิเคราะห์ปัญหาที่แท้จริง จึงแนะนำให้

กระจายกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ครอบคลุมถึงผู้บริโภคและมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้นสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2. แนะนำให้ศึกษากับประชากรกลุ่มตัวอย่างอื่นนอกจาก Gen Z เนื่องจากในแต่ละ Gen มีความแตกต่างกันของช่วงอายุทำให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการนั้นแตกต่างกัน จึงแนะนำให้ศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคใน Gen อื่นๆ เพื่อทราบว่าคนกลุ่มไหนที่มีความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar มากที่สุด และนำไปพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง

3. แนะนำให้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะเกี่ยวข้องกับความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar เสนอแนะให้มีการแบ่งส่วนตลาดโดยวิธีการแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยา (Psychographic segmentation) ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งตามไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) หรือการแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioral segmentation) ทั้งนี้ เพื่อที่จะสามารถศึกษาความคิดเห็นได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เพื่อทราบข้อมูลที่หลากหลายในมุมมองของผู้บริโภคและสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจได้

ข้อจำกัดของงานวิจัย (Limitation)

1. งานวิจัยฉบับนี้ นำทฤษฎีคุณค่าตราสินค้ามาใช้เป็นตัวแปรอิสระ เพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านการรับรู้ตราสินค้า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงในตราสินค้า และปัจจัยด้านความภักดีต่อตราสินค้า ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar หรือไม่ ซึ่งส่งผลให้การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีดังกล่าวเพื่อนำมาสนับสนุนในงานวิจัยครั้งนี้เป็นไปได้ยากลำบาก เนื่องจากงานวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีดังกล่าวมีค่อนข้างน้อยและไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาคุณค่าตราสินค้าเกี่ยวกับวิดีโอสตรีมมิ่ง ดังนั้น ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดดังกล่าวก่อนนำผลการวิจัยฉบับนี้ไปประยุกต์ใช้หรือใช้ประโยชน์ในอนาคต

2. งานวิจัยฉบับนี้ ศึกษาความตั้งใจซื้อ Disney+ Hotstar ของผู้บริโภค Gen Z ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งการค้นหาข้อมูลในงานวิจัยเกี่ยวกับ Disney+ Hotstar เพื่อนำข้อมูลมาสนับสนุนในงานวิจัยครั้งนี้เป็นไปได้ยากลำบาก เนื่องจาก Disney+ Hotstar เป็นวิดีโอสตรีมมิ่งที่เพิ่งเปิดตัวไม่นานมานี้ จึงหาวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ยาก อีกทั้งยังไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวกับวิดีโอสตรีมมิ่งดังกล่าวในประเทศไทย ดังนั้น ควรพิจารณาและคำนึงถึงข้อจำกัดดังกล่าวก่อนนำผลการวิจัยฉบับนี้ไปประยุกต์ใช้หรือใช้ประโยชน์ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (ม.ป.ป.). *คาดการณ์จำนวนผู้ชมทีวีออนไลน์ OTT เปรียบเทียบสภาพตลาดโลกและ OTT ไทย (2019-2023)*. สืบค้นจาก <https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/620800000002.pdf>
จุฬามาต จินดาวัลย์. (2546). *Brand Management: สร้างแบรนด์ฉบับเจ้าของแบรนด์*. กรุงเทพฯ: นัท รีพับลิก.
ชมพุกตร์ ชมทรัพย์จำเริญ. (2561). *ทัศนคติ ตราสินค้า สินค้าระดับโลก และการรับรู้คุณภาพที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าเวชสำอางของชาวไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). *คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ: ประชุมทอง.

- นัทธมน หมทอง. (2555). *คุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ประดิษฐ์ จุฬพลเสถียร. (2547). *การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: แพคอินเตอร์.
- ภารดี ผิวขาว. (2558). *คุณค่าตราสินค้า ที่คนคิดของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า และความเกี่ยวพันในเรื่องแพ็คเกจที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแพ็คเกจตราสินค้าเกรฮาวด์ ของผู้บริโภคภายในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สาธิตา พูลคลองตัน. (2562). *อิทธิพลของบุคลิกภาพตราสินค้าต่อการรับรู้คุณภาพและความเชื่อมโยงของตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- TheMATTERTeam. (2564). *Disney+ มาวันพรุ่งนี้! ย้อนดูว่าทำไมดิสนีย์ถึงมาทำสตรีมมิ่ง และเหตุผลที่ต้องมี Hotstar ห้อยท้าย*. สืบค้นจาก <https://thematter.co/brief/147505/>
- WeAreSocial and Hootsuite. (2564). *รายงานข้อมูลสถิติออนไลน์ของคนไทย [PowerPoint]*. สืบค้นจาก <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-thailand-january-2021-v01>
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review*, 38(3), 102-120.
- Alexander, J. (2018). *Disney's stand-alone streaming service won't compete with Netflix in scale*. Retrieved from <https://www.polygon.com/2018/2/6/16981884/disney-streaming-netflix-marvel-star-wars-pixar-lucasfilm-svod>.
- Aribarg, A., and Arora, N. (2008). Brand portfolio promotions. *Journal of Marketing Research*, 45(8), 391-402.
- Azkiyah, I., Hidayat, D. N., Alek, A., and Dewi, R. S. (2021). A multimodal discourse analysis of Disneyplus Hotstar Indonesia TV advertisement. *Journal of English Language and Language Teaching*, 5(1), 14-24.
- Bachnan, L., Carolyn, J. S., and Barbera, A. B. (1999). Brand equity dilution: Retailer display and context brand effect. *Journal of Marketing*, 36, 345-355.
- Balakrishnan, B. K., Dahnil, M. I., and Yi, W. J. (2014). The impact of social media marketing medium toward purchase intention and brand loyalty among generation Y. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 177-185.
- Berry, L. L. (2000). Cultivating service brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 128-137.

- Chmielewski, D. C. (2018). *Disney chief strategy officer Kevin Mayer says new streaming service not designed to "kill Netflix"*. Retrieved from <https://deadline.com/2018/02/disney-streaming-service-kevin-mayer-netflix-hulu-1202287731/>.
- Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. *Marketing Research*, 1(3), 24-33.
- Graham, S. (2019, November 9). *Disney Plus and Generation Z's insatiable nostalgia*. Retrieved from <https://www.dukechronicle.com/article/2019/11/disney-and-generation-zs-insatiable-nostalgia>.
- Hasan, M. R., Jha, A. K., and Liu, Y. (2018). Excessive use of online video streaming services: Impact of recommender system use, psychological factors, and motives. *Computers in Human Behavior*, 80, 220-228.
- Hoppenstand, G. (2013). Disney and diversity. *Journal of Popular Culture*, 2(46), 241-242.
- Iqbal. (2021, August 16). *Disney plus revenue and usage statistics*. Retrieved from <https://www.businessofapps.com/data/disney-plus-statistics>
- Keller, K. L. (1998). Branding perspectives on social marketing. *Advances in Consumer Research*, 25, 299–302.
- Korchia, M. (2001). *Brand image and brand associations* (Doctoral dissertation). Graduate School of Economics and Management, France.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Menard, S. (2002). *Applied logistic regression analysis* (No. 106). Thousand Oaks: Sage.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4_S1), 33-44.
- Ovum. (2020). *OTT Video Revenue*. Thailand.
- Palmer, A. (2019, August 6). *Disney shares fall after earnings miss*. Retrieved from <https://www.cnbc.com/2019/08/06/disney-fiscal-q3-2019-earnings.html>.
- Robbins, M. J. (2014). *The most powerful mouse in the world: The globalization of the Disney brand* (University of Tennessee Honors Thesis Projects). Retrieved from http://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/1651.
- Saeed, K. A., Hwang, Y., and Mun, Y. Y. (2003). Toward an integrative framework for online consumer behavior research: A meta-analysis approach. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 15(4), 1-26.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2000). *Customer behavior – psychology aspects*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2007). *Purchasing behavior* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Skogland, I., and Sigauw, J. A. (2004). Are your satisfied customers loyal. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 221-234.

- Sorrentino, M., and Solsman, J. E. (2018). *Disney streaming service: Release date, shows and movies to expect and more*. Retrieved from <https://www.cnet.com/how-to/disney-disneyplus-streaming-service-name-release-date-shows-movies-to-expect/>.
- Westre, M. (2016). Brand associations and the Disney magic. *LSBM Working Paper Series*, 1(2), 23-36.
- Winsor, R. M. (2015). *The magic of the mouse: an exploration of brand personality in the Walt Disney company*. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/72048573.pdf>
- Wu, S. I., and Ho, L. P. (2014). The influence of perceived innovation and brand awareness on purchase intention of innovation product-an example of iPhone. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 11(4), 1450026.
- Yoo, B., and Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52(1), 1-14.

**ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนที่มีต่อผลการดำเนินงานของ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**
**The Impact of Sustainability Disclosure on Performance of the Listed
Companies on the Stock Exchange of Thailand**

สมบูรณ์ สารพัด^{1*}
Somboon Saraphat¹

Corresponding author email: somboon.sar@ku.th

(Received: October 30, 2022 Revised: December 13, 2022 Accepted: December 14, 2022)

บทคัดย่อ

แนวปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนคือเป้าหมายสูงสุดอย่างหนึ่งของหน่วยงานธุรกิจ กิจกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ปกติจะต้องรายงานผลการดำเนินงานเช่นเดียวกันกับฐานะการเงินของกิจการ เพื่อที่จะสื่อสารความพยายามไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการรายงานเกี่ยวกับผลการดำเนินงานความยั่งยืน ผ่านรายงานประจำปี หรือรายงานความยั่งยืน การรายงานความยั่งยืนเป็นการเปิดเผยข้อมูลภาคสมัครใจ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงต้องการตรวจสอบเบื้องต้นเกี่ยวกับผลกระทบของการเปิดเผยความยั่งยืนกับผลประกอบการของกิจการ ได้แก่ ยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปีและรายงานความยั่งยืนจาก 716 กิจการ ยกเว้นกลุ่มการเงิน ธนาคาร ประกันภัย กองทุนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วง 3 ปี ระหว่างปี 2560-2562 ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ ผลการวิจัยพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น งานวิจัยนี้อนุมานได้ว่าการรายงานความยั่งยืนเพิ่มขึ้นทำให้ผลการดำเนินงานดีขึ้นได้ สามารถยืนยันความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนในฐานะที่เป็นวิธีการสื่อสารระหว่างกิจการและผู้มีส่วนได้เสีย สอดคล้องกับทฤษฎีขอบธรรมและทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

คำสำคัญ: การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน, ความสามารถในการทำกำไร, ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Assistant Professor, Ph.D., Department of Accounting, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University

ABSTRACT

Sustainable business practices are one of ultimate goals of the business entities. Listed firms are usually required to report their firm performance as well as financial position in order to communicate firm endeavors to a wide range of stakeholders, including reporting of sustainability performance through annual report or a sustainability report. Reporting of sustainability is voluntary disclosure; consequently, this research is primarily concerned with examining the impact of sustainability disclosure and firm performance including sales, gross margin, net profit margin, return on asset and return on equity. Data was extracted from annual reports and sustainability reports of 716 firms excluding finance, banking, insurance and mutual funds companies on the Stock Exchange of Thailand for a period of three years from 2017 to 2019. A multi-regression analysis was used to test proposed hypotheses. Results indicate that there is a positive impact between sustainability disclosure-especially environmental issue, sales, gross margin ratio, net profit margin ratio, return on assets and return on equity. This implies that an increase in sustainability reporting results in heightened financial performance, confirming the importance of sustainability disclosure as a means of communication between firms and stakeholders which is consistent with Legitimacy Theory and Stakeholder Theory.

Keywords: Disclosure of Sustainability, Profitability, Financial Performance

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความยั่งยืนเป็นประเด็นสำคัญสำหรับกิจการในปัจจุบัน World Business Council for Sustainable Development (2002) ระบุว่าความยั่งยืนของกิจการ คือ พันธกิจของธุรกิจในการก่อให้เกิดการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจที่ยั่งยืน การทำงานร่วมกับพนักงาน ครอบครัว ชุมชนในท้องถิ่น และสังคมโดยรวม เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิต กิจการควรมีความรับผิดชอบต่อและเปิดเผยผลกระทบเกี่ยวกับการดำเนินงานที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แนวคิดการรายงานความยั่งยืนจึงเป็นประเด็นที่สำคัญ การรายงานความยั่งยืนคือวิธีปฏิบัติซึ่งเกี่ยวข้องกับการวัดมูลค่า การเปิดเผย และการมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (GRI- Sustainability Reporting Guideline, 2011) Leibs (2007) ระบุว่า การรายงานความยั่งยืนคือวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการรายงานสารสนเทศเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ความเป็นอยู่ และโอกาสของกิจการ การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วน ถือเป็นหัวใจสำคัญของบริษัทจดทะเบียน เนื่องจากเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และตลาดทุนโดยรวม ปัจจุบันผู้ลงทุนเผชิญกับความผันผวนหลายปัจจัย นอกจากด้านเศรษฐกิจแล้ว การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อมนำไปสู่โอกาสและความเสี่ยงที่มีผลต่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว ดังนั้นการนำเสนอและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอสำหรับผู้ลงทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงมุ่งพัฒนาบริษัทจดทะเบียนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและลดความเสี่ยงให้ธุรกิจที่อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลง

ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสนับสนุนให้มีการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน
อย่างเป็นระบบ รวมถึงมีกระบวนการวัดความก้าวหน้าและเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนสู่สาธารณะ
อย่างโปร่งใส เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความมั่นใจและผู้ลงทุนมีข้อมูลอย่างเพียงพอสำหรับตัดสินใจลงทุน
(ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560)

ในปัจจุบันแนวคิดในเรื่องความยั่งยืนทางธุรกิจหรือการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีผลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจได้โดยไม่ได้มุ่งเน้นในด้าน
ผลการดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่ยังเป็นธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและ
สิ่งแวดล้อม บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นบริษัทมหาชนมีผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่าย จำเป็นต้อง
มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนของธุรกิจ เพื่อเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บริษัทติดตาม ประเมิน และ
ทบทวนผลการดำเนินงาน เพราะการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อความต้องการ
ของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม จึงมีความสำคัญมากขึ้น
เพราะมีความเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานทางการเงินและสามารถสะท้อนได้ว่าธุรกิจมีการกำกับดูแล
กิจการที่ดีและบริหารงานอย่างโปร่งใส จัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย
มีศักยภาพในการแข่งขัน และสามารถสร้างผลตอบแทนได้ในระยะยาว (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561)
นักวิเคราะห์การเงิน นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ มีความต้องการสารสนเทศที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ควบคู่กับสิ่งที่เป็นตัวเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจที่มีเหตุผล จากการสำรวจของ
Hubbard (2008) พบว่านักลงทุนสนใจลงทุนที่กิจการที่มีการรายงานความยั่งยืนมากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้บริษัทจดทะเบียนไทยมีความตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการพัฒนา
ธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน มีการกำหนดนโยบาย มาตรการ และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน เพื่อใช้โอกาสและ
จัดการความท้าทายในระดับโครงสร้างที่ส่งผลกระทบต่อเติบโตของธุรกิจ ในระยะยาว เช่น ปัญหาโลกร้อน
ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม ปัญหาคอร์รัปชัน และปัญหาสิทธิมนุษยชน เป็นต้น (ตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย, 2561) ข้อมูลความยั่งยืนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพการเติบโตอย่างยั่งยืนของ
ธุรกิจในสายตาผู้มีส่วนได้เสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ลงทุนให้สามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการ
ตัดสินใจลงทุน ที่สำคัญคือ กระบวนการรายงานความยั่งยืนทำให้องค์กรได้ทบทวนกระบวนการทำงานและ
ติดตามผลการดำเนินงาน ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ทำให้บริษัทระบุโอกาสและความเสี่ยงที่สำคัญเพื่อพัฒนา
และปรับปรุงการทำงานในระยะยาวได้ (จันทนา ธนสารบริสุทธ์ , มนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2558; ตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย, 2561)

มีหลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุนความสำคัญของการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนว่าสามารถ
ปรับปรุงผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการได้ดีขึ้น (Diantimala, 2018) เพราะเป็นที่เชื่อกันว่า
การรายงานความยั่งยืนเป็นพื้นฐานของการทำให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้นในรูปแบบต่างๆ เช่น ทำให้เกิด
การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียมากขึ้น ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ดีขึ้น ลูกค้าเกิด
ความภักดี มีสินค้าใหม่ มีตลาดใหม่ มีภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดี ปรับปรุงขวัญและกำลังใจพนักงาน
พนักงานมีความภักดี ช่วยหลีกเลี่ยงความเสี่ยง เข้าถึงเงินทุนได้ง่าย ลดต้นทุน และเพิ่มผลิตภาพ
(Warren and Thomsen, 2012) จึงทำให้สามารถเพิ่มความสามารถในการทำกำไรได้เพราะยอดขายที่เพิ่มขึ้น
(Khavesh, Nikhasemi, Haque, and Yousefi, 2012; UNEP and Sustain SustainAbility, 2001;
Jacob, Singhal and Subramanian, 2008; Khavesh, Nikhasemi, Haque, and Yousefi, 2012;

Iliemena, Amedu and Uagbale-Ekatah, 2023) และทำให้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ หรือผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นได้ (Hardi and Chairina, 2019; Gatimbu K.K and Wabwire, 2016) ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในประเทศและให้ผลลัพธ์ที่ยังไม่สอดคล้องกัน ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จะทำให้มีหลักฐานสนับสนุนความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลในบริบทของประเทศที่กำลังพัฒนา

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะตรวจสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของบริษัทกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากในปัจจุบันความต้องการของผู้ลงทุนไม่เพียงแต่ให้ความสนใจเฉพาะตัวเลขที่เป็นตัวเงินเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับสิ่งที่ไม่ใช่ตัวเงินด้วย ทั้งนี้เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนต่อไป ผลการวิจัยที่กล่าวมาพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ สรุปได้ว่าการรายงานความยั่งยืนเพิ่มขึ้นทำให้ผลการดำเนินงานดีขึ้นได้สามารถยืนยันความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนในฐานะที่เป็นวิธีการสื่อสารระหว่างกิจการและผู้มีส่วนได้เสีย สอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียลำดับต่อไปจะกล่าวถึงการทบทวนวรรณกรรม วิธีการดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบของระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคมที่มีต่อผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ได้แก่ ต่อยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม พร้อมกับศึกษาผลประกอบการของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งประกอบด้วย ยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น โดยรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ช่วงเวลา 3 ปีย้อนหลัง คือ พ.ศ. 2560 - พ.ศ.2562 โดยศึกษาทุกบริษัทรวมทั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ ยกเว้นกลุ่มการเงิน ธนาคาร ประกันภัย กองทุนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีระยะเวลาในการศึกษาระหว่าง พฤศจิกายน 2563 – มกราคม 2564 แล้วนำข้อมูลมาทดสอบด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

นิยามศัพท์เฉพาะ

รายงานความยั่งยืน หมายถึง รายงานที่จัดทำโดยบริษัทหรือองค์กร เป็นการรายงานเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และผลกระทบด้านสังคมอันเป็นมีสาเหตุมาจากกิจกรรมประจำวันของกิจการ รายงานความยั่งยืนนำเสนอค่านิยมขององค์กร การกำกับดูแลกิจการและแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ และพันธกิจที่มีต่อเศรษฐกิจในภาพรวมอย่างยั่งยืน (รายงานความยั่งยืนแสดงถึงแนวปฏิบัติในการวัดมูลค่า การเปิดเผย การแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียภายนอกและภายในเพื่อมุ่งสู่

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (GRI, 2011) มีชื่อเรียกแตกต่างกันไป เช่น รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม รายงานพัฒนาสู่ความยั่งยืน รายงานเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รายงานกิจกรรมทางสังคม เป็นต้น การเปิดเผยรายงานความยั่งยืน หมายถึง ระดับการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนในด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตามเกณฑ์ของ GRI วัดเป็นระดับคะแนนของแต่ละกิจการ

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

แรงกดดันจากภายนอก โดยเฉพาะจากผู้ลงทุนที่ต้องการอ่านรายงานความยั่งยืนมากขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่เปิดเผยในรายงานมาใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุน หรือผู้ถือหุ้นต้องการทราบว่า บริษัทได้ประโยชน์อะไรจากการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดทำรายงานแห่งความยั่งยืน (Sustainability Reporting) เป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งขององค์กรที่ใช้สื่อสารถึงผลการดำเนินงานของกิจการที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ไม่จำกัดอยู่เพียงองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ยังเป็นประโยชน์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการรายงานถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้แก่ลูกค้าและคู่ค้าได้รับทราบและเกิดการยอมรับ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ การรายงานความยั่งยืนสามารถสื่อสารผ่านรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) ซึ่งเป็นเอกสารที่เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่องค์กรจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการในปัจจุบันที่รายงานทางการเงินเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสะท้อนข้อมูลประกอบการโดยรวมให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียอื่นได้อย่างครบถ้วน

ทฤษฎีที่ว่าด้วยความชอบธรรมทางกฎหมาย (Legitimacy Theory)

ทฤษฎีที่ว่าด้วยความชอบธรรมช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของหน่วยงานในการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม (Zyznarska-Dworczak, 2018) ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับสัญญาทางสังคมระหว่างองค์กรธุรกิจและสังคม เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล โดยองค์กรธุรกิจได้รับสิทธิและการอนุญาตของสังคมเพื่อดำเนินธุรกิจตามบรรทัดฐาน ค่านิยมและความเชื่อของสังคม นำไปสู่การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ความอยู่รอดหรือความเจริญเติบโตของธุรกิจขึ้นอยู่กับว่าสามารถดำเนินงานได้ตรงตามความคาดหวังของสังคมเพียงใด ดังนั้นเมื่อพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากมุมมองของความชอบธรรมทางสังคมจึงเป็นเสมือนกับการตระหนักและความสัมพันธ์ของธุรกิจกับชุมชน ฝ่ายหนึ่งปฏิบัติและฝ่ายหนึ่งทำการตรวจสอบ โดยที่ฝ่ายองค์กรธุรกิจซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติต้องทำการตรวจสอบประเมินตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่าการปฏิบัติขององค์กรธุรกิจเป็นที่ยอมรับและบรรลุความคาดหวังของสังคม (ปทุมพร หิรัญสาลี, 2557) ถ้าไม่ทำตามสิ่งที่สังคมต้องการ อาจทำให้เกิดการสูญเสียได้ (Deegan, 2002) ทฤษฎีที่ว่าด้วยความชอบธรรมทางกฎหมายเป็นทฤษฎีที่สนับสนุนการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สังคมสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจดำเนินงานอย่างยั่งยืน (Patten, 1992; Suchman, 1995) ซึ่งมีงานวิจัยในอดีตที่ใช้ทฤษฎีที่ว่าด้วยความชอบธรรมทางกฎหมายเป็นกรอบแนวคิดในการอธิบายการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้คือตัวแปรด้านการเปิดเผยด้านความยั่งยืนทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย อธิบายว่าบุคคลภายนอกคือผู้สนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของกิจการได้ ผู้มีส่วนได้เสียประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ผู้จัดส่งวัตถุดิบ เจ้าหนี้

คู่แข่งอื่น องค์การเอกชน สื่อ หน่วยงานรัฐบาล ชุมชน สังคม เป็นต้น การดำเนินงานตามความประสงค์ของผู้มีส่วนได้เสียจะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ แต่การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มเท่ากันทำได้ยาก Robert (1992) อธิบายว่า ในมุมมองของบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่าย โดยผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้นสามารถส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทจึงควรจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียเพราะกิจการไม่สามารถตอบสนองทุกกลุ่มได้ (Gray, Owen and Adams, 2009) ดังนั้นผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทเห็นว่ามีความสำคัญจะได้รับการตอบสนองของความต้องการก่อนผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่น เช่น เจ้าหนี้ ลูกค้า และหน่วยงานทางกฎหมายซึ่งอาจกำหนดข้อบังคับที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายมีความสำคัญต่อบริษัทไม่เหมือนกันและส่งผลกระทบต่อบริษัทแตกต่างกันวิธีหนึ่งในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียคือการเปิดเผยข้อมูล (Patten, 1992) เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบและจะทำให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้นได้ (Jacob Hörisch, Schaltegger and Freeman, 2020) เช่นบริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อบอกกล่าวถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียบางกลุ่มที่มีความสนใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมว่าการดำเนินงานของบริษัทคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมเสมอ เพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้กิจการได้รับการสนับสนุนและมีผลการดำเนินงานที่ดีได้ ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้ได้แก่ ยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

องค์ประกอบของรายงานความยั่งยืน

การนำเสนอรายงานความยั่งยืนตามโครงสร้างการรายงานความยั่งยืนตามกรอบของ GRI (Global Reporting Initiative, 2011) สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก 4 หมวด ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานการรายงาน (Universal Standard) หมวด รหัส 100 ประกอบด้วย ด้ยมาตรฐานสากล 3 ประการ คือ

1. GRI 101 พื้นฐาน (Foundation) เป็นจุดเริ่มต้นของการใช้ชุดมาตรฐาน GRI ซึ่งกำหนดหลักการรายงานสำหรับการกำหนดเนื้อหาและคุณภาพของรายงาน รวมถึงข้อกำหนดในการจัดทำรายงานความยั่งยืนตามมาตรฐาน GRI และอธิบายถึงวิธีการใช้และอ้างอิงมาตรฐาน GRI

2. GRI 102 การเปิดเผยข้อมูลทั่วไป (General Disclosures) เป็นการเปิดเผยข้อมูลทั่วไปใช้เพื่อรายงานข้อมูลเชิงบริบทเกี่ยวกับองค์กรและแนวทางปฏิบัติในการรายงานความยั่งยืน ประกอบด้วย

2.1 รายละเอียดเกี่ยวกับองค์กร (Organization Profile) ประกอบด้วย 13 ชีววัด

2.2 กลยุทธ์ (Strategy) ประกอบด้วย 2 ชีววัด

2.3 จริยธรรมและความซื่อสัตย์ (Ethics and Integrity) ประกอบด้วย 2 ชีววัด

2.4 การกำกับดูแลกิจการ (Governance) ประกอบด้วย 22 ชีววัด

2.5 การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement) ประกอบด้วย 5 ชีววัด

2.6 โครงสร้างของรายงาน (Report Profile) ประกอบด้วย 12 ชีววัด

3. GRI 103 แนวทางการจัดการ (Management Approach) คือ ข้อกำหนดการรายงานเกี่ยวกับแนวทางที่องค์กรใช้ในการจัดการหัวข้อสำคัญ มาตรฐานนี้สามารถใช้ได้กับองค์กรทุกขนาด ประเภท ภาคหรือที่ตั้งทางภูมิศาสตร์

ส่วนที่ 2 เป็นการเปิดเผยมาตรฐานเฉพาะ (Specific Standard Disclosures) ประกอบด้วย หมวดรหัส 200 300 และ 400 ดังนี้

1. GRI 200 ด้านเศรษฐกิจ (Economic) มีทั้งหมด 6 ด้าน 13 ตัวชี้วัด ได้แก่

1.1 GRI 201: ผลการดำเนินงานเชิงเศรษฐกิจ (Economic Performance 2016)

ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ได้แก่

1.1.1 การเปิดเผย 201-1 มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงที่สร้างและกระจาย

1.1.2 การเปิดเผย 201-2 ผลกระทบทางการเงินและความเสี่ยงและโอกาสอื่นๆ
เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

1.1.3 การเปิดเผย 201-3 ภาวะผูกพันของโครงการผลประโยชน์และแผนการ
เกษียณอายุอื่นๆ

1.1.4 การเปิดเผย 201-4 ความช่วยเหลือทางการเงินที่ได้รับจากรัฐบาล

1.2 GRI 202: บทบาทในตลาด (Market Presence 2016) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่

1.2.1 การเปิดเผย 202-1 อัตราส่วนของค่าจ้างระดับเริ่มต้นตามเพศเทียบกับ
ค่าจ้างขั้นต่ำในท้องถิ่น

1.2.2 การเปิดเผยข้อมูล 202-2 สัดส่วนของผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับการว่าจ้างจาก
ชุมชนในพื้นที่

1.3 GRI 203: ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจทางอ้อม (Indirect Economic Impact 2016)

ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่

1.3.1 การเปิดเผย 203-1 สนับสนุนการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและบริการ

1.3.2 การเปิดเผย 203-2 ผลกระทบทางเศรษฐกิจทางอ้อมที่สำคัญ

1.4 GRI 204: แนวทางปฏิบัติในการจัดซื้อ (Procurement Practices 2016) ข้อกำหนด
การรายงานในหัวข้อแนวทางปฏิบัติในการจัดซื้อ ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

1.4.1 การเปิดเผย 204-1 สัดส่วนการใช้จ่ายของซัพพลายเออร์ในพื้นที่

1.5 GRI 205:ต่อต้านการทุจริต (Anti-corruption 2016) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่

1.5.1 การเปิดเผย 205-1 การดำเนินงานประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต

1.5.2 การเปิดเผย 205-2 การสื่อสารและการฝึกอบรมเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการ
ทุจริตและขั้นตอนต่าง ๆ

1.5.3 การเปิดเผย 205-3 ได้รับการยืนยันเหตุการณ์การทุจริตและการดำเนินการ

1.6 GRI 206: พฤติกรรมต่อต้านการแข่งขัน (Anti-competitive Behavior 2016)

ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

1.6.1 การเปิดเผย 206-1 การดำเนินการทางกฎหมายสำหรับพฤติกรรมต่อต้าน
การแข่งขันการต่อต้านการผูกขาดและการผูกขาด

2. GRI 300 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) มีทั้งหมด 8 ด้าน 32 ตัวชี้วัด ได้แก่

2.1 GRI 301: วัสดุ (Materials 2016) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่

2.1.1 การเปิดเผย 301-1 วัสดุที่ใช้ตามน้ำหนักหรือปริมาตร

2.1.2 การเปิดเผย 301-2 วัสดุนำเข้ารีไซเคิลที่ใช้

2.1.3 การเปิดเผย 301-3 ผลิตภัณฑ์ที่เรียกคืนและวัสดุบรรจุภัณฑ์

- 2.2 GRI 302: พลังงาน (Energy 2016) ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่
 - 2.2.1 การเปิดเผย 302-1 การใช้พลังงานภายในองค์กร
 - 2.2.2 การเปิดเผย 302-2 การใช้พลังงานภายนอกองค์กร
 - 2.2.3 การเปิดเผย 302-3 ความเข้มของพลังงาน
 - 2.2.4 การเปิดเผย 302-4 การลดการใช้พลังงาน
 - 2.2.5 การเปิดเผย 302-5 การลดความต้องการพลังงานของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2.3 GRI 303: น้ำและการปล่อยน้ำเสีย (Water and Effluents 2016) ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่
 - 2.3.1 การเปิดเผย 303-1 ปฏิสัมพันธ์กับน้ำในฐานะทรัพยากรที่แชร์ร่วมกัน
 - 2.3.2 การเปิดเผย 303-2 การจัดการผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยน้ำ
 - 2.3.3 การเปิดเผย 303-3 การนำกลับมาใช้ใหม่
 - 2.3.4 การเปิดเผย 303-4 การปล่อยน้ำ
 - 2.3.5 การเปิดเผย 303-5 ปริมาณการใช้น้ำ
- 2.4 GRI 304: ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity 2016) ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ได้แก่
 - 2.4.1 การเปิดเผย 304-1 สถานที่ปฏิบัติงานที่เป็นเจ้าของเข้าจัดการในหรือติดกับพื้นที่คุ้มครองและพื้นที่ที่มีมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพสูงนอกพื้นที่คุ้มครอง
 - 2.4.2 การเปิดเผย 304-2 ผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญของกิจกรรมผลิตภัณฑ์และบริการต่อความหลากหลายทางชีวภาพ
 - 2.4.3 การเปิดเผย 304-3 ที่อยู่อาศัยที่ได้รับการปกป้องหรือฟื้นฟู
 - 2.4.4 การเปิดเผย 304-4 ชนิดพันธุ์ในบัญชีแดงของ IUCN และรายชื่อพันธุ์อนุรักษ์แห่งชาติที่มีถิ่นที่อยู่ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน
- 2.5 GRI 305: การปล่อยมลพิษ (Emissions 2016) ประกอบด้วย 7 ตัวชี้วัด ได้แก่
 - 2.5.1 การเปิดเผย 305-1 โดยตรง (ขอบเขต 1) การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - 2.5.2 การเปิดเผย 305-2 พลังงานทางอ้อม (ขอบเขต 2) การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - 2.5.3 การเปิดเผย 305-3 ทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3) การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - 2.5.4 การเปิดเผย 305-4 ความเข้มการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - 2.5.5 การเปิดเผย 305-5 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - 2.5.6 การเปิดเผย 305-6 การปล่อยสารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซน (ODS)
 - 2.5.7 การเปิดเผย 305-7 ไนโตรเจนออกไซด์ (NOX) ซัลเฟอร์ออกไซด์ (SOX) และการปล่อยอากาศที่สำคัญอื่น ๆ
- 2.6 GRI 306: น้ำเสียและของเสีย (Effluents and Waste 2016) ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่
 - 2.6.1 การเปิดเผย 306-1 การสร้างของเสียและผลกระทบที่สำคัญเกี่ยวกับของเสีย
 - 2.6.2 การเปิดเผย 306-2 การจัดการผลกระทบที่สำคัญเกี่ยวกับของเสีย
 - 2.6.3 การเปิดเผย 306-3 ขยะที่สร้างขึ้น
 - 2.6.4 การเปิดเผย 306-4 ของเสียที่เปลี่ยนจากการกำจัด
 - 2.6.5 การเปิดเผย 306-5 ของเสียที่นำไปกำจัด

2.7 GRI 307: การปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Compliance 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

2.7.1 การเปิดเผย 307-1 การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม

2.8 GRI 308: การประเมินสิ่งแวดล้อมของซัพพลายเออร์ (Supplier Environmental Assessment 2016) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่

2.8.1 การเปิดเผย 308-1 ซัพพลายเออร์รายใหม่ที่ได้รับการคัดกรองโดยใช้เกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม

2.8.2 การเปิดเผย 308-2 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเชิงลบในห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินการ

3. GRI 400 ด้านสังคม (Social) มีทั้งหมด 19 ด้าน 40 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.1 GRI 401: การจ้างงาน (Employment 2016) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.1.1 การเปิดเผย 401-1 การจ้างพนักงานใหม่และการหมุนเวียนของพนักงาน

3.1.2 การเปิดเผย 401-2 ผลประโยชน์ที่มอบให้กับพนักงานประจำที่ไม่ได้จัดให้กับพนักงานชั่วคราวหรือพาร์ทไทม์

3.1.3 การเปิดเผย 401-3 การลาของผู้ปกครอง

3.2 GRI 402: ความสัมพันธ์ระหว่างแรงงานและการจัดการ (Labor/Management Relations 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.2.1 การเปิดเผย 402-1 ระยะเวลาการแจ้งเตือนขึ้นต่ำเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงาน

3.3 GRI 403: อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety 2018) ประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.3.1 การเปิดเผย 403-1 ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

3.3.2 การเปิดเผย 403-2 การระบุอันตรายการประเมินความเสี่ยงและเหตุการณ์ตรวจสอบ

3.3.3 การเปิดเผย 403-3 บริการอาชีวอนามัย

3.3.4 การเปิดเผย 403-4 การมีส่วนร่วมของพนักงานการให้คำปรึกษาและการสื่อสารบนอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

3.3.5 การเปิดเผย 403-5 การฝึกอบรมพนักงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

3.3.6 การเปิดเผย 403-6 การส่งเสริมสุขภาพคนงาน

3.3.7 การเปิดเผย 403-7 การป้องกันและลดผลกระทบด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

3.3.8 การเปิดเผย 403-8 คนงานที่ได้รับความคุ้มครองด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยระบบการจัดการ

3.3.9 การเปิดเผย 403-9 การบาดเจ็บจากการทำงาน

3.3.10 การเปิดเผย 403-10 สุขภาพที่ไม่ดีจากการทำงาน

3.4 GRI 404: การฝึกอบรมและการศึกษา (Training and Education 2016) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.4.1 การเปิดเผย 404-1 ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อปีต่อพนักงาน

3.4.2 การเปิดเผย 404-2 โปรแกรมสำหรับการยกระดับทักษะของพนักงานและโปรแกรมช่วยเหลือการเปลี่ยนแปลง

3.4.3 การเปิดเผย 404-3 เปอร์เซ็นต์ของพนักงานที่ได้รับการทบทวนการปฏิบัติงานและการพัฒนาอาชีพอย่างสม่ำเสมอ

3.5 GRI 405: ความหลากหลายและความเท่าเทียมทางโอกาส (Diversity and Equal Opportunity 2016) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.5.1 การเปิดเผย 405-1 ความหลากหลายของหน่วยงานกำกับดูแลและพนักงาน

3.5.2 การเปิดเผย 405-2 อัตราส่วนเงินเดือนขั้นพื้นฐานและค่าตอบแทนของผู้หญิงต่อผู้ชาย

3.6 GRI 406: การไม่เลือกปฏิบัติ (Non-discrimination 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.6.1 การเปิดเผย 406-1 เหตุการณ์การเลือกปฏิบัติและการดำเนินการแก้ไข

3.7 GRI 407: เสรีภาพในการสมาคมและการเจรจาต่อรองร่วม (Freedom of Association and Collective Bargaining 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.7.1 การเปิดเผย 407-1 การดำเนินงานและซัพพลายเออร์ซึ่งอาจมีความเสี่ยงต่อสิทธิเสรีภาพในการรวมกลุ่มและการเจรจาต่อรอง

3.8 GRI 408: แรงงานเด็ก (Child Labor 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.8.1 การเปิดเผย 408-1 การดำเนินงานและซัพพลายเออร์ที่มีความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้แรงงานเด็ก

3.9 GRI 409: แรงงานที่ถูกรับบังคับ (Forced or Compulsory Labor 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.9.1 การเปิดเผย 409-1 การดำเนินงานและซัพพลายเออร์ที่มีความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญสำหรับเหตุการณ์การบังคับใช้แรงงาน

3.10 GRI 410: แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย (Security Practices 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.10.1 การเปิดเผย 410-1 เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับนโยบายหรือขั้นตอนด้านสิทธิมนุษยชน

3.11 GRI 411: สิทธิของชนเผ่าพื้นเมือง (Rights of Indigenous Peoples 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.11.1 การเปิดเผย 411-1 เหตุการณ์การละเมิดสิทธิของชนเผ่าพื้นเมือง

3.12 GRI 412: การประเมินสิทธิมนุษยชน (Human Rights Assessment 2016) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่

3.12.1 การเปิดเผย 412-1 การดำเนินการที่อยู่ภายใต้การทบทวนสิทธิมนุษยชนหรือการประเมินผลกระทบ

- 3.12.2 การเปิดเผย 412-2 การฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับนโยบายหรือขั้นตอนด้านสิทธิมนุษยชน
- 3.12.3 การเปิดเผย 412-3 ข้อตกลงและสัญญาการลงทุนที่สำคัญซึ่งรวมถึงข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนหรือที่ผ่านการกลั่นกรองสิทธิมนุษยชน
- 3.13 GRI 413: ชุมชนท้องถิ่น (Local Communities 2016) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่
- 3.13.1 การเปิดเผย 413-1 การดำเนินงานกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การประเมินผลกระทบและโครงการพัฒนา
- 3.13.2 การเปิดเผย 413-2 การดำเนินงานที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงและอาจเกิดขึ้นกับชุมชน
- 3.14 GRI 414: การประเมินทางสังคมของซัพพลายเออร์ (Supplier Social Assessment 2016) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่
- 3.14.1 การเปิดเผย 414-1 ซัพพลายเออร์รายใหม่ที่ถูกรับรองโดยใช้เกณฑ์ทางสังคม
- 3.14.2 การเปิดเผย 414-2 ผลกระทบทางสังคมเชิงลบในห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินการ
- 3.15 GRI 415: นโยบายสาธารณะ (Public Policy 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่
- 3.15.1 การเปิดเผย 415-1 การสนับสนุนทางการเมือง
- 3.16 GRI 16: สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า (Customer Health and Safety 2016) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด ได้แก่
- 3.16.1 การเปิดเผย 416-1 การประเมินผลกระทบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของประเภทผลิตภัณฑ์และบริการ
- 3.16.2 การเปิดเผย 416-2 เหตุการณ์การไม่ปฏิบัติตามที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ
- 3.17 GRI 417: การตลาดและการติดฉลาก (Marketing and Labeling 2016) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่
- 3.17.1 การเปิดเผย 417-1 ข้อกำหนดสำหรับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการและการติดฉลาก
- 3.17.2 การเปิดเผย 417-2 เหตุการณ์การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการและการติดฉลาก
- 3.17.3 การเปิดเผย 417-3 เหตุการณ์การไม่ปฏิบัติตามที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด
- 3.18 GRI 418: ความเป็นส่วนตัวของลูกค้า (Customer Privacy 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่
- 3.18.1 การเปิดเผย 418-1 ข้อร้องเรียนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการสูญเสียข้อมูลของลูกค้า
- 3.19 GRI 419: การปฏิบัติตามกฎระเบียบทางเศรษฐกิจและสังคม (Socioeconomic Compliance 2016) ประกอบด้วย 1 ตัวชี้วัด ได้แก่
- 3.19.1 การเปิดเผยข้อมูล 419-1 การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับในพื้นที่สังคมและเศรษฐกิจ

งานวิจัยนี้สนใจการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน 3 ด้าน ตามเกณฑ์ของ GRI (2011) ได้แก่ ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (GRI200) ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) และระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสังคม (GRI400)

การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย

การเปิดเผยความยั่งยืนเป็นการนำเสนอความสมดุลในสามมิติได้แก่ มิติด้านกำไร มิติด้านคน และมิติด้านโลก หรือเป็นมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนั่นเอง ถ้ามีการบริหารจัดการให้เกิดความสมดุล จะทำให้มีผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้ และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง (Dainiene and Lina, 2015) ปัจจุบันมีหลายกิจการมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนในรายงานประจำปี เพราะต้องการนำเสนอวิธีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างกำไรและสร้างมูลค่าเพิ่มสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้น ดังนั้นกิจการจึงได้ตระหนักถึงการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การดำเนินธุรกิจด้วยความยั่งยืนรวมถึงการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนจะมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการผ่านมุมมองของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของกิจการ ทำให้มีมุมมองด้านบวก ส่งผลให้ยอดขายและรายได้รวมเพิ่มขึ้นได้ (Khavesh, Nikhasemi, Haque, and Yousefi, 2012)

แม้ว่าการเพิ่มรายได้จะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น การเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ การกำหนดราคาขาย การมีชื่อเสียงของกิจการ โดยการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนจะทำให้กิจการมีชื่อเสียงได้ เพราะลูกค้าต่างแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือต้องการสนับสนุนกิจการที่รับผิดชอบต่อสังคม จึงทำให้ยอดขายเพิ่ม กำไรเพิ่มจากการที่มีต้นทุนการดำเนินงานลดลง (UNEP and Sustain SustainAbility, 2001; Jacob, Singhal and Subramanian, 2008)

Khavesh, Nikhasemi, Haque, and Yousefi (2012) กล่าวว่า ผู้มีส่วนได้เสียต่างให้ความสนใจกับผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวของกิจการ ผู้คนต่างกังวลเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ มลพิษทางอากาศ รวมถึงกลุ่มคนที่รายได้ต่ำในชุมชนกิจการเริ่มให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรธรรมชาติ มีการดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างค่านิยมร่วมในระยะยาว และได้รับการยอมรับจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียในระยะสั้น ประเด็นสิ่งแวดล้อมและสังคมเชื่อมโยงกับสิทธิของบุคคลและประเด็นด้านกฎหมาย ดังนั้นรัฐบาลจึงได้วางกฎหมาย ข้อบังคับและกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมภาคบังคับสำหรับกิจการที่จดทะเบียน แต่การเปิดเผยข้อมูลยังคงเป็นเรื่องสมัครใจในหลายประเทศ รวมถึงประเทศสิงคโปร์ ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การเปิดเผยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมีผลกระทบทางบวกที่มีนัยสำคัญต่อรายได้ของกิจการ

นอกจากจากนี้ การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนสามารถส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรของกิจการได้ กำไรเป็นตัวชี้วัดผลประโยชน์ด้านบัญชีที่สำคัญตัวหนึ่ง กิจการที่จะอยู่รอดและเติบโตจะต้องมีกำไรในระยะยาว การโยกความสามารถในการทำกำไรกับเงินลงทุนที่ผู้ถือหุ้นนำมาลงทุนเป็นการชี้วัดที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ถือหุ้น เพราะเป็นการวัดผลตอบแทนที่ได้จากเงินลงทุน (Gitman, 2007; Khavesh, Nikhasemi, Haque, and Yousefi, 2012; UNEP and Sustain SustainAbility, 2001; Jacob, Singhal and Subramanian, 2008) การจัดการความยั่งยืนสามารถจำแนกได้สองแนวคิด คือ การจัดการความยั่งยืนโดยมุ่งหวังผลกำไร (profit-oriented sustainability management)

และการจัดการความยั่งยืน โดยมุ่งหวังความชอบธรรม (legitimacy-oriented sustainability management) โดยงานวิจัยนี้ มุ่งที่แนวคิดแรกคือมุ่งหวังกำไร โดยมีข้อสมมติว่ากิจการให้ความสำคัญกับการจัดการความยั่งยืนเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไร กิจการจะมีการจัดการความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการทำกำไร โดยจะมีการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมหรือสังคม เช่น มีการนำเทคนิคการบริหารต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ การวิเคราะห์ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม การให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น (Schaltegger and Hörisch, 2017) ดังนั้น การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนจึงอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการได้ โดยงานวิจัยในอดีต ใช้ตัววัดความสามารถในการทำกำไรที่แตกต่างกันไป เช่น อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นต้น เป็นตัวแปรที่สะท้อนผลประกอบการเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรอันเป็นผลมาจากการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน เช่น Iliemena, Amedu and Uagbale-Ekatah (2023) ได้ทำการตรวจสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีต่ออัตรากำไรขั้นต้น (gross profit margin) กิจการผลิตในประเทศไนจีเรีย เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปีและรายงานความยั่งยืน 23 กิจการตั้งแต่ปี 2012-2021 ผลจากการวิเคราะห์ความถดถอยพบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมมีผลกระทบต่ออัตรากำไรขั้นต้น จากผลการวิจัยให้ข้อเสนอแนะแก่กิจการว่าควรมีการรายงานความยั่งยืนเข้าเป็นนโยบายการรายงานข้อมูลของกิจการ เพราะการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจะทำให้ผลตอบแทนต่อเงินลงทุนเพิ่ม (กำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่) ในแง่ของข้อเสนอแนะเชิงนโยบายคือควรให้รางวัลและยกย่องกิจการที่มีการเปิดเผยครบถ้วนทุกรายการ เพื่อมุ่งเข้าสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน (sustainability-driven economy) และบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาโดยใช้กำไรสุทธิ เช่น งานของ Sampong, Song, Boahene and Wadie (2018)

การใช้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เป็นตัววัด Hardi and Chairina (2019) ได้ตรวจสอบผลกระทบของการเปิดเผยเพื่อรายงานความยั่งยืนต่อผลตอบแทนของสินทรัพย์ ใช้ข้อมูลจากกิจการที่ได้รับรางวัลด้านความยั่งยืนจากอินโดนีเซีย วัดจากเกณฑ์ของ GRI เกี่ยวกับการรายงานความยั่งยืน จำนวน 91 ตัวชี้วัดและผลการดำเนินงานด้านการเงิน วัดจากผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (return on assets) วิเคราะห์โดยใช้ความถดถอย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (economic dimension discourse) มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ส่วนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคมไม่มีผลกระทบ อาจเป็นไปได้ว่าการกิจการเพิ่งเปิดเผยข้อมูลในระยะสั้น จึงทำให้ผลการทดสอบไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลดำเนินงานด้านการเงินได้ นอกจากนี้ Wasara and Ganda (2019) ยังได้ทดสอบการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของกิจการในตลาดหลักทรัพย์ Johannesburg Stock Exchange เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี ช่วง 2010-2014 ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุปัจจัยเพื่อวัดระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน ผลการวิจัยพบว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (environmental disclosure) ส่งผลทางลบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ ส่วนการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (social disclosure) ส่งผลทางบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุน งานวิจัยนี้ได้สร้างความตระหนักให้กิจการเห็นความสำคัญของการรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการพยายามเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคม อันจะเป็นผลดีต่อกิจการคือทำให้ผลลัพธ์ทางการเงินดีขึ้น

ส่วนงานวิจัยที่ใช้ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (return on equity) ในการวัดผลงาน เช่น Gatimbu K.K and Wabwire (2016) ได้ตรวจสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ใช้ข้อมูล 32 กิจการ ผลการวิจัยพบว่า การเปิดเผยข้อมูล ด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น ซึ่งให้เห็นว่ากิจการควรจะให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม และสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อออกไปแก่ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สังคมเกิดการยอมรับ เพื่อท้ายที่สุดจะส่งผลให้ผู้ถือหุ้นได้รับประโยชน์

สำหรับการศึกษาผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่อผลการดำเนินงานในประเทศไทย พบว่า ให้หลักฐานค่อนข้างสอดคล้องกับต่างประเทศ คือ พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน ประเด็นด้าน สิ่งแวดล้อม (เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา) มีผลด้านบวกต่อมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ศະศิ ดิษณะ , 2559)

วิชารวี เจตเสานนท์ (2560) ได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับรางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมกับอัตราผลตอบแทนหุ้น กรณีศึกษา SET100 ในช่วงปี 2558-2560 ผลวิจัยพบว่า รางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้น โดยงานวิจัยนี้ทำให้เห็น ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมว่าส่งผลดีต่อผลดำเนินงานด้านตลาดของกิจการ

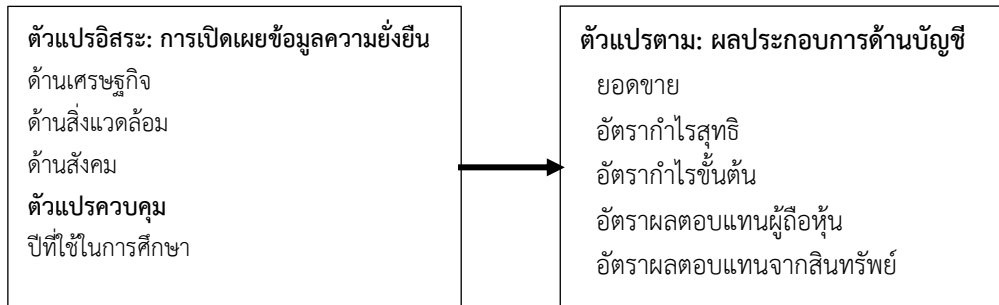
ชุติมา นาคงาม (2561) ได้ตรวจสอบรายงานความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อผู้ลงทุนของบริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยเน้นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม วิเคราะห์ประเด็น ในรายงานความยั่งยืน 3 ประเด็นได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัย พบว่า ระดับการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (การประเมินสภาพแวดล้อม ผู้จัดจำหน่าย) ส่งผลทางบวกต่ออัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น ส่วนประเด็นด้านการเปิดเผยด้านสังคม ที่มีผลทางบวกได้แก่ การปฏิบัติต่อแรงงาน สิทธิมนุษยชน ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ การปฏิบัติตาม และการร้องทุกข์

ภัณฑิรา มณีไพรัตน์ (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลตอบแทนผู้ถือหุ้นของกิจการที่ได้รับการจัดอันดับด้านการพัฒนาความยั่งยืน ตัวแปรอิสระ ที่ศึกษา ได้แก่ การกำกับดูแลองค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน การดูแลสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติ ดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภค การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกำกับดูแลองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อผลตอบแทนผู้ถือหุ้น การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิทธิมนุษยชนและด้านการปฏิบัติด้านแรงงาน การเปิดเผย ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมประเด็นด้านผู้บริโภคและข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนไม่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เช่นเดียวกับ ลูติมา กิ่งแก้ว และมนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2555) ที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลตามความรับผิดชอบต่อสังคมไม่มีผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงาน กล่าวคือผลการดำเนินงานที่วัดจากอัตราส่วนทางการเงินด้านบัญชีไม่มีผลกระทบ กับการรายงานความยั่งยืน

จากผลการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นพบว่า การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนมีผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงานของกิจการ แต่ไม่ใช่ทุกด้านที่มีผลต่อการดำเนินงาน โดยงานวิจัยในอดีตมีการนำ

ผลประโยชน์จากการจ้างการเงินมาใช้ในการศึกษา แต่ผลงานจะมีตัวแปรผลประโยชน์ต่างกันไปในงานวิจัยในครั้งนี้นี้จึงได้นำตัววัดผลประโยชน์มาไว้ในงานนี้ทั้งหมด เพื่อให้การศึกษามีความครบถ้วนยิ่งขึ้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนกับผลประโยชน์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนกับผลประโยชน์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้ตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อยอดขาย

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมมีผลกระทบทางบวกต่ออัตรากำไรขั้นต้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมมีผลกระทบทางบวกต่ออัตรากำไรสุทธิ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

เพื่อควบคุมผลกระทบด้านเกี่ยวกับความแตกต่างด้านเวลา งานวิจัยได้จะเพิ่มตัวแปรควบคุม คือ จำนวนปี (year) ที่ใช้ในการศึกษาเพื่อควบคุมผลกระทบของผลการวิจัยให้ชัดเจนขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่อการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงใช้การศึกษาวินิจฉัยเชิงปริมาณเพื่อจะได้ตรวจสอบข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันความสำคัญของข้อมูลและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่อไป

ประชากร คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่รวมกิจการกลุ่มการเงิน ธนาคาร ประกันภัย กองทุนการวิจัยเริ่มจากการใช้ข้อมูลปี 2560 เป็นจุดเริ่มต้น มีจำนวน 795 กิจการ

เก็บข้อมูลต่อเนื่องไป 3 ปี ทำให้มีกิจการทั้งสิ้น 2,385 กิจการตลอดเวลาสามปี แต่เนื่องจากข้อมูลบางกิจการไม่ครบถ้วน ทำให้เก็บข้อมูลได้ 2,187 กิจการเท่านั้น

การเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลจากประชากร โดยจำแนกเป็นตัวแปรอิสระ เก็บจากรายงานประจำปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560-2562 เนื่องจากจะได้มีข้อมูลจำนวนเพียงพอ ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน 3 ด้าน ตามเกณฑ์ของ GRI ได้แก่ ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (GRI200) ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) และระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสังคม (GRI400) แล้วนำมาหาคะแนนการเปิดเผยเฉลี่ยรายกิจการ ด้วยการนำคะแนนรวมที่ได้หารด้วยจำนวนเกณฑ์ทั้งหมดในแต่ละด้าน แนวคิดการรายงานความยั่งยืน (sustainability reporting) เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1980-1989 โดยมีรายงานด้านสิ่งแวดล้อม (environmental report) เกิดครั้งแรก หรือเรียกว่า รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Responsibility Reporting (CRR) or Triple Bottom Line (TBL) Reporting) โดย Elkington (1998) ได้พัฒนา Triple Bottom Line เน้นการนำเสนอความยั่งยืนในสามประเด็นคือ กำไรหรือด้านเศรษฐกิจ (economic) คน หรือด้านสังคม (social) และสิ่งแวดล้อม (environmental) กิจการที่ให้ความสนใจกับประเด็นเหล่านี้จะมีการรายงานความยั่งยืนสามด้านนี้เพื่อแสดงถึงพันธกิจของกิจการต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย โดย GRI (2011) ดังนั้นตัวแปรดังกล่าวจึงมีความเหมาะสม ส่วนตัวแปรตามคือผลประกอบการของกิจการรวบรวมจากรายงานประจำปีในช่วงเวลาเดียวกันกับข้อมูลความยั่งยืน ได้แก่ ยอดขาย (ล้านบาท) อัตรากำไรขั้นต้น (%) อัตรากำไรสุทธิ (%) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%) และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%) โดยตัวแปรเหล่านี้มีการนำมาใช้ในงานวิจัยในอดีต (Khavesh, Nikhasemi, Haque, and Yousefi, 2012; UNEP and Sustain SustainAbility, 2001; Jacob, Singhal and Subramanian, 2008; Khavesh, Nikhasemi, Haque, and Yousefi, 2012; Iliemena, Amedu and Uagbale-Ekatah, 2023; Hardi and Chairina, 2019; Gatimbu and Wabwire, 2016)

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยใช้สถิติพื้นฐานเพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลที่ทำการศึกษา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ข้อมูลสูงสุด ต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอ้างอิงได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุปัจจัยเพื่อทดสอบผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลต่อผลการดำเนินงาน โดยมีตัวแบบในการวิเคราะห์ 5 ตัวแบบ ดังนี้

ตัวแบบที่ 1 ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่อยอดขาย

$$\text{Sales} = a + b_1(\text{GRI200}) + b_2(\text{GRI300}) + b_3(\text{GRI400}) + e$$

ตัวแบบที่ 2 ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่อยอดขาย

$$\text{GPM} = a + b_1(\text{GRI200}) + b_2(\text{GRI300}) + b_3(\text{GRI400}) + e$$

ตัวแบบที่ 3 ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่ออัตรากำไรสุทธิ

$$\text{NPM} = a + b_1(\text{GRI200}) + b_2(\text{GRI300}) + b_3(\text{GRI400}) + e$$

ตัวแบบที่ 4 ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

$$\text{ROA} = a + b_1(\text{GRI200}) + b_2(\text{GRI300}) + b_3(\text{GRI400}) + e$$

ตัวแบบที่ 5 ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่ออัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

$$\text{ROE} = a + b_1(\text{GRI200}) + b_2(\text{GRI300}) + b_3(\text{GRI400}) + e$$

โดย Sales = ยอดขาย (ล้านบาท)
 GPM = อัตรากำไรขั้นต้น คำนวณ จาก กำไรขั้นต้นหารด้วย ยอดขายสุทธิ
 NPM = อัตรากำไรสุทธิ คำนวณจาก กำไรสุทธิหารด้วย ยอดขายสุทธิ
 ROA = ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ คำนวณจาก กำไรสุทธิหารด้วยสินทรัพย์ถาวรเฉลี่ย
 ROE = ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น คำนวณ จากกำไรสุทธิหารส่วนของผู้ถือหุ้นถาวรเฉลี่ย
 GRI200 = ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ
 GRI300 = ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
 GRI400 = ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสังคม
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนของโมเดลการทดสอบ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

การเปิดเผย	ด้านเศรษฐกิจ (GRI200)		ด้านสิ่งแวดล้อม(GRI300)		ด้านสังคม (GRI400)	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
เปิด	715	99.83	460	64.25	681	95.53
ไม่เปิด	1	0.17	256	35.75	32	4.47
รวม	716	100	716	100	716	100

ตารางที่ 1 ความถี่ และร้อยละของจำนวนกิจการที่เปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน

จากตารางที่ 1 นักวิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่สมบูรณ์ได้ปีละ 716 กิจการ ในช่วงระยะเวลาสามปีพบว่า จำนวนกิจการที่เปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมมีความสอดคล้องกัน คือ กิจการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 99.83 รองลงมาคือ ด้านสังคม ร้อยละ 95.53 และลำดับสุดท้ายคือ ด้านสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 64.50 ส่วนค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดเผยด้านต่างๆ แสดงในตารางที่ 2

ค่าสถิติ	คะแนนการเปิดเผย (คะแนนเฉลี่ยเต็ม 1)		
	ด้านเศรษฐกิจ (GRI200)	ด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300)	ด้านสังคม (GRI400)
Max	1.00	1.00	1.00
Min	0.00	0.00	0.00
Average	0.53	0.35	0.43
Standard deviation	0.19	0.25	0.20

ตารางที่ 2 คะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน

จากตารางที่ 2 พบว่า กิจการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีคะแนนระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมที่ระดับสูงสุดที่ 1.00 หรือร้อยละ 100 โดยมีการเปิดเผยครบทุกด้านตามเกณฑ์ที่กำหนด บางกิจการไม่มีการเปิดเผยข้อมูล โดยคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเศรษฐกิจ

โดยมีคะแนนที่ 0.53 คะแนน รองลงมาด้านสังคมที่ 0.43 คะแนน และมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ก่อนทดสอบสมมติฐานการวิจัย นักวิจัยได้วิเคราะห์ความเหมาะสมของข้อมูล โดยการใช้ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่ ผลการคำนวณสรุปได้ดังตารางที่ 3

ตัวแปร	GRI200	GRI300	GRI400	Sales log	ROE	ROA	NPM
GRI200	1						
GRI300	0.290**	1					
GRI400	0.560**	0.521**	1				
Sales log	-0.014	0.182**	0.059**	1			
ROE	0.012	0.056*	0.037	-0.081**	1		
ROA	0.037	0.071**	0.025	-0.184**	0.722**	1	
NPM	0.003	0.061**	0.005	0.033	0.363**	0.439**	1
GPM	0.056*	0.054*	0.041	-0.346**	0.391**	0.515**	0.265**

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ตารางที่ 3 ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (GRI200) กับระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) และระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสังคม (GRI400) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกัน โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.290-0.561 ค่าดังกล่าวต่ำกว่าระดับ 0.90 ทำให้ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2014) นอกจากนั้นยังสามารถดูได้จากค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor ดังแสดงในตารางที่ 4 โดยพบว่าผ่านเงื่อนไข จึงสามารถนำมาวิเคราะห์สมการความถดถอยต่อไปได้ นอกจากนี้ระดับการเปิดเผยความยั่งยืน แต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการด้านบัญชี เช่น ระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย (0.056) เพียงด้านเดียว ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการด้านบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทุกตัวแปร ได้แก่ ยอดขาย (Sales) อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย (GPM) อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย (NPM) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) และระดับการการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสังคม (GRI400) มีความสัมพันธ์กับยอดขายเพียงด้านเดียว โดยทุกคู่ที่กล่าวมามีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ส่วนผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุปัจจัยเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย แสดงดังตารางที่ 4

ยอดขาย	B	Std. Error	Beta	t-value	P-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	3.267	0.061		53.693	0.000**		
GRI200	0.304	0.115	0.069	2.635	0.008**	0.685	1.460
GRI300	0.666	0.082	0.207	8.114	0.000**	0.727	1.376
GRI400	-0.038	0.118	-0.010	-0.326	0.322	0.545	1.835
Years					ไม่มีผล	0.742	1.348
F = 16.084/Sig. F=0.000/R = 0.195/R Square = 0.038/Adjusted R Square=0.036/ Dubin-Watson = 1.92							
อัตรากำไรขั้นต้น	B	Std. Error	Beta	t-value	P-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	25.583	2.416		10.589	0.000**		
GRI200	8.396	4.584	0.049	1.832	0.033*	0.685	1.460
GRI300	6.030	3.261	0.048	1.849	0.032*	0.727	1.376
GRI400	-1.706	4.674	-0.011	-0.365	0.305	0.545	1.835
Years					ไม่มีผล	0.742	1.348
F = 2.613/Sig. F=0.023/R = 0.008/R Square = 0.006/Adjusted R Square=0.004/Dubin-Watson = 1.99							
กำไรสุทธิ	B	Std. Error	Beta	t-value	P-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	5.713	1.602		3.567	0.000**		
GRI200	3.613	3.039	0.032	1.189	0.235	0.685	1.460
GRI300	6.925	2.162	0.083	3.203	0.001**	0.727	1.376
GRI400	-3.505	3.099	-0.034	-1.131	0.258	0.545	1.835
Years					ไม่มีผล	0.742	1.348
F = 2.613/Sig. F=0.023/R = 0.007/R Square = 0.006/Adjusted R Square=0.003/Dubin-Watson = 2.009							
ด้าน ROA	B	Std. Error	Beta	t-value	P-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	5.713	1.602		3.567	0.000**		
GRI200	3.613	3.039	0.032	1.189	0.212	0.685	1.460
GRI300	6.925	2.162	0.083	3.203	0.000**	0.727	1.376
GRI400	-3.505	3.099	-0.034	-1.131	0.129	0.545	1.835
Years					ไม่มีผล	0.742	1.348
F = 4.874/Sig. F = 0.000/R = 0.109/R Square = 0.012/Adjusted R square=0.009/Dubin-Watson = 1.99							

ด้าน ROE	B	Std. Error	Beta	t-value	P-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	5.324	2.589		2.056	0.020*		
GRI200	-2.363	4.913	-0.013	-0.481	0.316	0.685	1.460
GRI300	7.027	3.495	0.052	2.011	0.022*	0.727	1.376
GRI400	2.967	5.009	0.018	0.592	0.277	0.545	1.835
Years					ไม่มีผล	0.742	1.348

F = 2.054/Sig. F=0.034/R = 0.064/R Square = 0.005/Adjusted R Square=0.003/Dubin-Watson = 1.99

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบระดับการเปิดเผยด้านความยั่งยืนกับผลประกอบการของกิจการแบบ

Pooled OLS **. significant at the 0.01 level (1-tailed) *.significant at the 0.05 level (1-tailed).

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุปัจจัยแบบ Pooled OLS (ordinary least squares) เพื่อการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของข้อมูลแบบพหุแนล มีสมมติฐานหลักอยู่ว่าจุดตัดและความชัน ต้องมีค่าเท่ากันทุกประการในข้อมูลภาคตัดขวาง จากตารางข้างต้นพบว่า ค่า Tolerance และ ค่า VIF อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และไม่เกิน 10 ตามลำดับ ทำให้ไม่เกิดปัญหา multicollinearity (Hair et al., 2014; มนตรี พิริยะกุล, 2560) ค่า Dubin-Watson ต่ำกว่า 2.5 ของทุกโมเดลแสดงว่า ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation คือสถานการณ์ที่ error term ไม่เป็นอิสระต่อกันในระหว่างเวลา โดยเราจะตรวจสอบกับข้อมูลที่เป็นอนุกรมเวลาเท่านั้น (มนตรี พิริยะกุล, 2560)

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (GRI200) มีผลกระทบเชิงบวกกับยอดขาย ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) มีผลกระทบเชิงบวกกับยอดขายอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.00 โดยการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนสามารถอธิบายการผันแปรของยอดขายได้ร้อยละ 3.8 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1

ในด้านอัตรากำไรขั้นต้นพบว่า ระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (GRI200) มีผลกระทบเชิงบวกกับกำไรขั้นต้น และระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) มีผลกระทบเชิงบวกกับกำไรขั้นต้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนสามารถอธิบายการผันแปรของกำไรขั้นต้นได้เพียงร้อยละ 0.40 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

ในด้านกำไรสุทธิพบว่า มีเพียงระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) ที่มีผลกระทบเชิงบวกกับกำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนสามารถอธิบายการผันแปรของกำไรสุทธิได้เพียงร้อยละ 0.30 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3

ในด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์พบว่า มีเพียงระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) ที่มีผลกระทบเชิงบวกกับกำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนสามารถอธิบายการผันแปรของกำไรสุทธิได้เพียงร้อยละ 0.90 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4

มีเพียงระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) ที่มีผลกระทบเชิงบวกกับกำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนสามารถอธิบายการผันแปรของกำไรสุทธิได้เพียงร้อยละ 0.30 ทำให้ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 5

ส่วนระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสังคม (GRI400) ไม่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงผลประกอบการด้านบัญชีตัวใดเลย นอกจากนี้พบว่าระยะเวลาไม่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของ

ผลการดำเนินงานของกิจการ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานในช่วงเวลาที่ศึกษาจึงเป็นผลมาจากตัวแปรอิสระที่ทำการศึกษา อย่างไรก็ตามความสามารถในการอธิบายการผันแปรของผลการดำเนินงานของแต่ละโมเดลยังอยู่ในระดับต่ำ

การอภิปรายผล

จากการศึกษาข้างต้น ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนกับผลประโยชน์ การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม ด้านผลประโยชน์ได้แก่ ผลประกอบการด้านบัญชี สำหรับผลกระทบของระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ โดยเฉพาะระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) ที่มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทุกด้าน แสดงว่า ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญกับรายงานความยั่งยืนในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ส่วนการเปิดเผยความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจมีผลกระทบเชิงบวกต่อยอดขายเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hardi and Chairina (2019) ที่ได้ทำการตรวจสอบผลกระทบของการเปิดเผยเพื่อรายงานความยั่งยืนต่อผลการดำเนินงานผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (economic dimension disclosure) มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน เหตุผลที่เป็นไปได้ เช่น นักลงทุนสามารถนำข้อมูลที่กิจการเปิดเผยไปใช้ประกอบการลงทุนได้ทันที ทำให้เป็นผลดีต่อธุรกิจ

งานวิจัยนี้พบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) มีผลกระทบเชิงบวกกับยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีตที่ให้ผลไปในทิศทางเดียวกัน เช่น Jacob, Singhal and Subramanian (2008) Khavesh, Nikhasemi, Haque, and Yousefi (2012) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่การสนับสนุนทางธุรกิจในรูปของยอดขายที่เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับ Wasara and Ganda (2019) ที่พบว่า ผลการวิจัยพบว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (environmental disclosure) ส่งผลทางลบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ หรืองานวิจัยของ Gatimbu K.K and Wabwire (2016) ที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมออกไปแก่ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สังคมเกิดการยอมรับ เพื่อท้ายที่สุดจะส่งผลให้ผู้ถือหุ้นได้รับประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศไทยของ ชุตินา นาคงาม (2561) ที่พบว่า ระดับการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (การประเมินสภาพแวดล้อม ผู้จัดการจำหน่าย) ส่งผลทางบวกต่อยอดขาย อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น แม้ว่างานวิจัยที่นำมาเปรียบเทียบส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาในตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศแต่ให้ผลสอดคล้องกัน แสดงว่า วัฒนธรรมความแตกต่างไม่มีผลต่อการรับรู้ถึงความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม

จากผลการวิจัย ชี้ให้เห็นว่ากิจการควรจะทำให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในธุรกิจได้ละเอียดแล้วแก้ไขให้ดีขึ้น เพื่อจะทำให้ต้นทุนลดลง ประหยัดทรัพยากรและเพิ่มโอกาสทางการตลาด ผ่านการสื่อสารผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้เสียด้วยความโปร่งใส ทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือเพราะการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง และท้ายที่สุดทำให้ผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นได้ ต่างจากระบบบัญชีเดิมที่จะรวมค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อมไว้ในค่าใช้จ่ายการผลิต ทำให้มีข้อจำกัดในการวิเคราะห์ สอดคล้องกับหลักทฤษฎีความชอบธรรมและผู้มีส่วนได้เสีย

ส่วนการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสังคมพบว่าไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ผลการวิจัยนี้ขัดแย้งกับ Iliemena, Amedu and Uagbale-Ekatah (2023) ที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมมีผลกระทบทางบวกต่ออัตรากำไรขั้นต้น Wasara and Ganda (2019) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (social disclosure) ส่งผลทางบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุน ภัณฑิรา มณีไพรัตน์ (2562) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม (ด้านการกำกับดูแลองค์กร) มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลตอบแทนผู้ถือหุ้น จากผลการวิจัยนี้อาจเป็นไปได้ว่า นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในระดับน้อยอยู่ เนื่องจากอาจมองว่าเป็นเรื่องปกติที่ธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อเพื่อนมนุษย์ มีการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมหรือช่วยเหลือสังคมตามความจำเป็น

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความชอบธรรมและทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย กล่าวคือ กิจการที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน เพื่อสื่อสารกับสังคมได้รับทราบเกี่ยวกับความทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ เพราะได้รับแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสีย ไม่เพียงบริษัทขนาดใหญ่ที่ถูกเรียกร้องให้เปิดเผยข้อมูล บริษัทเล็กในฐานะคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานมีส่วนสำคัญช่วยสนับสนุนข้อมูลบริษัทใหญ่ด้านผลการดำเนินงานที่สามารถส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน การเปิดเผยข้อมูลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจและเป็นความได้เปรียบทางธุรกิจ การรายงานความยั่งยืนจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ใช้สื่อสารผลการดำเนินงานให้ผู้มีส่วนได้ช่วยให้คณะกรรมการและผู้บริหารมั่นใจว่าการดำเนินงานเพื่อพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทจะได้รับการตอบสนอง ช่วยระบุประเด็นสำคัญที่มีความเสี่ยงสูง การมองหาโอกาสทางธุรกิจ วิธีประเมินผลการปฏิบัติงาน วิธีมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย และวิธีปรับปรุงชื่อเสียงของบริษัท ทำให้นำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีได้ และจากผลการวิจัยพบว่า การรายงานความยั่งยืนโดยเฉพาะประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สามารถสื่อสารผลการดำเนินงานไปยังผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้มีส่วนได้เสียในประเทศไทยการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม มีความสำคัญอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานของกิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาจเป็นไปได้ว่าผู้มีส่วนได้เสียตื่นตัวกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีที่จะส่งเสริมให้บริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหันมาให้ความสำคัญกับการเปิดเผยรายงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และหน่วยงานกำกับดูแล รวมถึงสภาวิชาชีพบัญชีควรให้แรงพัฒนารอบการรายงานทางการเงินเพื่อการพัฒนายั่งยืนอันจะเป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพบัญชีต่อไป อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังมีข้อจำกัด คือ จากการศึกษาพบว่ามีการเปิดเผยความยั่งยืน บางด้านที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ อาจเป็นไปได้ว่า เป็นการศึกษาเพียงระยะเวลาสามปี ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ผลกระทบได้อย่างชัดเจนพอ ประเด็นนี้ Mullen (1997) พบว่ากิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลถึงผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว การดำเนินกิจกรรมเพียงระยะเวลานั้นๆ อาจจะไม่เห็นผลชัดเจน อนึ่งตัววัดผลการดำเนินงานที่ใช้เป็นตัววัดผลด้านการเงินที่เน้นวัดผลในระยะสั้นมากกว่าระยะยาว และการวัดความยั่งยืนสามารถทำได้หลายแบบ ดังนั้นการศึกษาในอนาคตควรมุ่งประเด็นเหล่านี้มาพิจารณาต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ นำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการบริหารงานด้านความยั่งยืนโดยอิงจากผลการวิจัย เช่น ควรพัฒนาฐานข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบมากขึ้น เพราะข้อมูลส่วนนี้มีความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการด้านบัญชีในทุกด้าน ถ้ากิจการมีฐานข้อมูลที่ดีและเอื้อประโยชน์ต่อการเปิดเผยที่ครบถ้วน

2. นักลงทุนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนตัดสินใจลงทุนกับบริษัทจดทะเบียนที่มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน เพราะข้อมูลดังกล่าวส่งผลต่อยอดขายและความสามารถในการทำกำไรของกิจการได้ แต่ควรพิจารณาข้อมูลอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจด้วย

3. หน่วยงานกำกับดูแล เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรส่งเสริมและสนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน เช่น การพัฒนาเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล หรือการถ่ายทอดความรู้แก่บริษัทจดทะเบียนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนมีแนวทางในการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นระบบอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนสามารถวัดได้หลายมิติ งานวิจัยนี้วัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านระดับการเปิดเผยข้อมูลเป็นการวัดผลดำเนินงานในภาพรวมของกิจการ งานวิจัยในอนาคตควรพัฒนาตัวชี้วัดผลดำเนินงานด้านความยั่งยืนใหม่ๆ เช่น กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน หรือ มีการเพิ่มตัวแปรควบคุม เพื่อให้การประมวลผลสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. การวัดผลกระทบของระดับการเปิดเผยข้อมูลสามารถทำได้หลายแบบ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษานำร่อง จึงใช้เฉพาะตัวแปรผลประกอบการด้านบัญชีเท่านั้น งานวิจัยในอนาคตอาจจะศึกษาผลประกอบการด้านตลาด เช่น ผลตอบแทนจากราคาหลักทรัพย์ หรือผลตอบแทนที่ผิดปกติ มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจมูลค่าของกิจการ และควรเป็นการศึกษาโดยใช้ข้อมูลหลายๆ ปี เพื่อจะได้เห็นผลกระทบของระดับการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมชัดเจนยิ่งขึ้น

3. ควรทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน เพราะจากงานวิจัยนี้พบว่าข้อมูลนี้มีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานของกิจการ การทราบสาเหตุที่เป็นตัวขับเคลื่อนการเปิดเผยจะทำให้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานกำกับดูแลในการกำหนดมาตรการที่สำคัญเพื่อส่งเสริมให้บริษัทในตลาดตระหนักและมีการรายงานข้อมูลความยั่งยืนที่เป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

จันทนา ธนสารบริสุทธิ์ , มนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2558). คุณลักษณะของบริษัทกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอไอ.

วารสารวิชาชีพบัญชี, 11(30), 23-40.

ชุตินา นาคงาม. (2561). การศึกษารายงานความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อผู้ลงทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ปรินญาโท สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ฐิติมา กิ่งแก้ว และมนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามความสมัครใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *งานประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ . 1-24.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). *บริษัทจดทะเบียนไทยมีพัฒนาการด้านความยั่งยืนโดดเด่นเทียบเคียงกับบริษัทชั้นนำของโลก* [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2564 จาก <https://www.setsustainability.com/download/z198yqajc3p4xm5>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). *CSR คืออะไร*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2564 จาก <https://www.setsustainability.com/download/1oleg7tkbws4ar>,
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). *การเปิดเผยรายงานความยั่งยืน*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2564 จาก <https://www.setsustainability.com/download/y4zn6uoess7pdtbtv>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). *การเปิดเผยรายงานความยั่งยืน*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2564 จาก <https://www.setsustainability.com/download/ewnl1otdp3v2r47>
- ปทุมพร หิรัญสาลี. (2557). *การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการใน 56-1: กรณีศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. ปริญญาบัณเฑาะพ์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภัณชิรา มณีไพรัตน์. (2562). *อิทธิพลระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลตอบแทนผู้ถือหุ้น: กรณีศึกษาบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับธุรกิจด้านการพัฒนาความยั่งยืน*. ปริญญาบัณเฑาะพ์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มนตรี พิริยะกุล, (2560). *ข้อตกลงการถดถอยและกระบวนการวิเคราะห์การถดถอย*. *วารสารรวมคำแห่งสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 30(32), 67-81.
- วิชาวีร์ เจตเสานนท์. (2560). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับรางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคมกับอัตราผลตอบแทนหุ้น กรณีศึกษา SET100*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการเงิน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิ ดิษณะ. (2559). *ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม และการควบคุมภายในต่อมูลค่ากิจการ: กรณีศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. ปริญญาบัณเฑาะพ์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Aggarwal, P. (2013). Sustainability reporting and its impact on corporate financial performance: A literature review. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 4(3), 51.
- Dainiene, R., and Dainiene, L. (2015). A TBL approach based theoretical framework for measuring social innovations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 275-280.
- de Klerk, M., and de Villiers, C. (2012). The value relevance of corporate responsibility reporting: South African evidence. *Meditari Accountancy Research*, 20(1).
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures: A theoretical foundation Accounting. *Auditing and Accountability Journal*, 15(3): 282–311.

- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., and Yang, Y. G. (2011). Voluntary non-financial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The Accounting Review*, 86(1), 59-100.
- Diantimala, Y. (2018). The mediating effect of sustainability disclosure on the relationship between financial performance and firm value. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 4(2), 32-48..
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks. Gabriola Island, BC, Canada*: New Society Publishers.
- Gatimbu K.K and Wabwire, J. M.. (2016). Effect of corporate environmental disclosure on financial performance of firms listed at Nairobi Securities Exchange, Kenya. *International Journal of Sustainability management and Information Technologies*. 2(2), 1-6. doi: 10.11648/j.ijsmi.20160201.11
- Gitman, j. (2007). *Principles of Managerial Finance*. New Dehli, India: Pearson Education.
- Global Reporting Initiative. (2011). G3.1 *Sustainability Reporting Guidelines*. Global Reporting Initiative
- Gray, R., Owen, D. and Adams, C. (2009), "Some theories for social accounting?: A review essay and a tentative pedagogic categorisation of theorisations around social accounting", Freedman, M. and Jaggi, B. (Ed.) *Sustainability, Environmental Performance and Disclosures (Advances in Environmental Accounting and Management, 4, 1-54*.
- Hair, Joseph F., Anderson, Rolph E., and Black, William C. (2014). *Multivariate Data Analysis (Ed. 7th)*. Harlow: Pearson.
- Hardi, E., and Chairina, C. (2019). The effect of sustainability reporting disclosure and its impact on companies financial performance. *Journal of Wetlands Environmental Management*, 7(1), 67-75.
- Iliemena, R. O., Amedu, M. J. A., and Uagbale-Ekatah, R. E. (2023). Empirical examination of sustainability reporting, return on capital employed and gross profit margin. *European Journal of Sustainable Development Research*, 7(1), 1-14. <https://doi.org/10.29333/ejosdr/12539>
- Jacobs, Brian W., Vinod R. Singhal and Ravi Subramanian. (2008). "An Empirical Investigation of Environmental Performance and the Market Value of the Firm." College of Management. Georgia Institute of Technology.
- Jacob Hörisch, Schaltegger, S and Freeman, R. E. (2020). Integrating stakeholder theory and sustainability accounting: A conceptual synthesis. *Journal of Cleaner Production*, 275.
- Khavesh, A., Nikhasemi, S. R., Haque, A., and Yousefi, A. (2012). Voluntary sustainability disclosure, revenue, and shareholders wealth-a perspective from Singaporean companies. *Business Management Dynamics*, 1(9), 06-12.

- Patten, D.M. (1992), “Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory”, *Accounting, Organizations and Society*, 17(5), 471-475.
- Roberts, R.W. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of Stakeholder Theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17, 595-612. [http://dx.doi.org/10.1016/0361-3682\(92\)90015-K](http://dx.doi.org/10.1016/0361-3682(92)90015-K).
- Sampong, F., Song, N., Boahene, K. O., and Wadie, K. A. (2018). Disclosure of CSR performance and firm value: New evidence from South Africa on the basis of the GRI guidelines for sustainability disclosure. *Sustainability*, 10(12), 4518.
- Schaltegger, S., and Hörisch, J. (2017). In search of the dominant rationale in sustainability management: legitimacy-or profit-seeking?. *Journal of Business Ethics*, 145(2), 259-276.
- Suchman, M.C. (1995), “Managing legitimacy: strategic and institutional approaches”, *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- SustainAbility, UNEP (2001), “*Uncovering the business case for corporate sustainability*”. Buried Treasure.
- Warren, J., and Thomsen, M. (2012). *The case for corporate responsibility reporting: valuing and communicating the intangibles*. White Paper. VT: OneReport, Inc.
- Wasara, T. M., and Ganda, F. (2019). The relationship between corporate sustainability disclosure and firm financial performance in Johannesburg Stock Exchange (JSE) listed mining companies. *Sustainability*, 11(16), 4496.
- World Business Council for Sustainable Development. (2002, February). *The business case for sustainable development*. Switzerland. Retrieved from <http://www.wbcsd.ch/DocRoot/rZNj49UF0okxGvdLfDte/business-case.pdf>.
- Zyznarska-Dworczak, B. (2018). Legitimacy Theory in Management Accounting Research. *Problem Zarządzania*, 16(1), 195-203.

**การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืน
ของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล**
**Analysis of Operating Income for Sustainable Fiscal Management of
Faculty of Environment and Resource Science Mahidol University**

จิตราภรณ์ อังภิวฒน์ศรานนท์^{1*}
Jittraporn Ungpivatsaranon^{1*}

Corresponding author email: jittraporn.ung@gmail.com

(Received: November 4, 2022 Revised: December 1, 2022 Accepted: December 8, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีจุดมุ่งหมาย 1) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการสร้างรายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทของรายได้ของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล 2) เพื่อเสนอแนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และวิธีวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ 3 ปี และแสดงผลการเปรียบเทียบเป็นแผนภูมิซึ่งศึกษาจากข้อมูลรายได้ของคณะฯ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มการสร้างรายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทของรายได้ และนำไปสู่แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล

ผลการวิเคราะห์พบว่า รายได้เปรียบเทียบและแนวโน้มการสร้างจากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทสามารถนำมาสร้างเป็นแนวทางในการพัฒนารายได้จากการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพและจะทำให้รายได้โดยรวมมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการบริหารการคลังของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดลให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงาน, การบริหารการคลังอย่างยั่งยืน, คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล

¹ นักวิชาการเงินและบัญชี คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

Finance and Accounting Scholar Faculty of Environment and Resource Studies, Mahidol University

ABSTRACT

This research aims to 1) analyze the trend of income generation from operations classified by type of income of the Faculty of Environment and Resource Studies, Mahidol University. 2) propose a guideline for generating income to develop the source of income from operations of the Faculty of Environment and Resource Studies, Mahidol University by using content analysis and method Quantitative analytical methods. In a comparative analysis of income for 3 years and displays comparison results as charts which are studied from income data. These objectives analysis that show the trend of generating income from operations classified by type of income, and lead to the way of generating income to develop sources of income from operations of Faculty of Environment and Resource Studies, Mahidol University.

The analysis results showed that comparative income and operating income generation trends by type can be used to guide the development of operating income in the future efficiently and will increase the overall income. This will affect the fiscal management of the Faculty of Environment and Resource Studies, Mahidol University. for further sustainability.

Keywords: Analysis Operating Income, Fiscal Management Sustainable, Faculty of Environment and Resource Science Mahidol University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดลเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้และให้บริการทางวิชาการ ในระดับอุดมศึกษาและเป็นสถาบันการศึกษาชั้นสูงที่มีพันธกิจในการค้นคว้า รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และทำรายงานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้างที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ให้บริการเป็นที่ปรึกษาในการออกแบบ วางระบบ ควบคุมงาน สอนฝึกอบรมบุคลากร ซึ่งรายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจให้สำเร็จตามเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานภายใน ซึ่งที่มาของรายได้จากการดำเนินงานตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหิดลว่าด้วยการบริหารงบประมาณ และการเงิน พ.ศ. 2551 ที่ต้องยึดถือและปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกันเพื่อให้การบริหารงบประมาณ และการเงินเป็นไปด้วยความคล่องตัว โปร่งใส มีประสิทธิภาพและตรวจสอบได้ (คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์, 2564; สำนักงบประมาณ. สำนักนายกรัฐมนตรี, 2563)

ปัจจุบันการดำเนินงานของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดลได้มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม จากการแข่งขันกันมากขึ้นของสถาบันอุดมศึกษา เมื่อพิจารณาคู่แข่ง ด้านการเรียนการสอน มีลำดับการแข่งขัน โดยพิจารณาจากบริบทของคณะต่างๆ ที่จัดการเรียนการสอนทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ระดับการศึกษา กลุ่มสาขาวิชา ประเภทของหลักสูตร รูปแบบการจัดการศึกษาของหลักสูตร และพื้นที่ตั้งของสถานศึกษา เช่น คณะสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นคู่แข่ง (คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์, 2564; รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2551) ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้เช่นการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักศึกษาที่มีตัวเลือกมากขึ้นในสถาบันที่มี

ชื่อเสียงและสภาพเศรษฐกิจที่ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดทางงบประมาณที่ได้รับจากภาครัฐลดน้อยลง เมื่อรายได้จากการจัดสรรน้อยลงก็จะส่งผลให้ส่วนงานภายใต้สังกัดของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ได้รับน้อยลงด้วยเช่นกัน จึงต้องมีการปรับตัวในการบริหารจัดการรายได้ให้สอดคล้องกับรายจ่ายและจัดสรรงบประมาณในการขับเคลื่อนงานในแต่ละภารกิจและกิจกรรมต่างๆให้ดำเนินต่อไปได้ (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2564; สงกาล บุตน์, 2561)

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดลมีการกำหนดแนวทางในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ทางการเงิน ปี พ.ศ.2562-2564 เพื่อให้มีการบริหารจัดการทางด้านการคลังอย่างยั่งยืนและมีการสร้างรายได้ตามประเภทแหล่งที่มาตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหิดลว่าด้วยการบริหารงบประมาณและการเงิน พ.ศ. 2551 ประกอบด้วย 1) เงินอุดหนุนทั่วไปและเงินอื่นที่รัฐบาลจัดสรรให้ 2) เงินและทรัพย์สินซึ่งมีผู้อุทิศให้แก่มหาวิทยาลัย 3) เงินกองทุนที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นและรายได้ หรือผลประโยชน์จากกองทุนดังกล่าว 4) รายได้หรือผลประโยชน์จากกองทุนที่มหาวิทยาลัยจัดตั้งขึ้น 5) ค่าธรรมเนียม ค่าบำรุง ค่าตอบแทน เบี้ยปรับและค่าบริการต่างๆของมหาวิทยาลัย 6) รายได้หรือผลประโยชน์ที่ได้จากการให้กู้ยืมเงิน โดยมีการค้ำประกันด้วยบุคคลและหรือนิติบุคคล และหรือนำทรัพย์สินมาเป็นหลักประกัน 7) รายได้จากการลงทุนหรือร่วมลงทุนกับบุคคลและหรือนิติบุคคลและการนำผลการค้นคว้าและการวิจัยไปเผยแพร่หรือหาผลประโยชน์ 8) ดอกผลและเงินผลประโยชน์จากการลงทุนและการบริหารเงินรายได้ 9) รายได้หรือผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้ที่ราชพัสดุหรือจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุซึ่งมหาวิทยาลัยปกครองดูแลหรือใช้ประโยชน์หรือจากทรัพย์สินของมหาวิทยาลัย 10) เงินอุดหนุนการวิจัย 11) เงินและผลประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการวิชาการ การวิจัย และการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปหาประโยชน์ และ 12) รายได้หรือผลประโยชน์อื่นๆ (สำนักงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2563; นาริรัตน์ คมคาย, 2560) ในการศึกษารายได้ทั้งหมดนำมาทำการเปรียบเทียบ 3 ปี จะสามารถวิเคราะห์ถึงแนวโน้มและแนวทางในการสร้างรายได้จากการดำเนินงานที่จะนำไปสู่การพัฒนา รายได้ที่มีมากขึ้นจากการดำเนินงานของคณะฯ เพื่อให้การบริหารจัดการการคลังมีความยั่งยืนและมีเสถียรภาพที่มั่นคง (สำนักงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2561; รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2551) ในการบริหารงบประมาณและการเงินจะต้องเป็นไปด้วยความคล่องตัว โปร่งใสมีประสิทธิภาพและตรวจสอบได้

จากความสำคัญดังที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืนของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล” เพื่อสร้างองค์ความรู้ซึ่งเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการปฏิบัติงานตามระบบบริหารการปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์นโยบายที่สำคัญของมหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นหน่วยงานสำคัญที่นำไปสู่การขับเคลื่อนในเชิงนโยบายแห่งชาติของรัฐบาลที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการทางวิชาการมีคุณภาพชีวิตที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้เป็นรูปธรรมภายใต้กรอบแนวทางการพัฒนาระดับโลกที่จะสร้างประโยชน์รวมทั้งส่งผลดีต่อครอบครัว ชุมชน สังคม เศรษฐกิจและประเทศชาติต่อไป

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืนของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์การวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการสร้างรายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทของรายได้ของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล

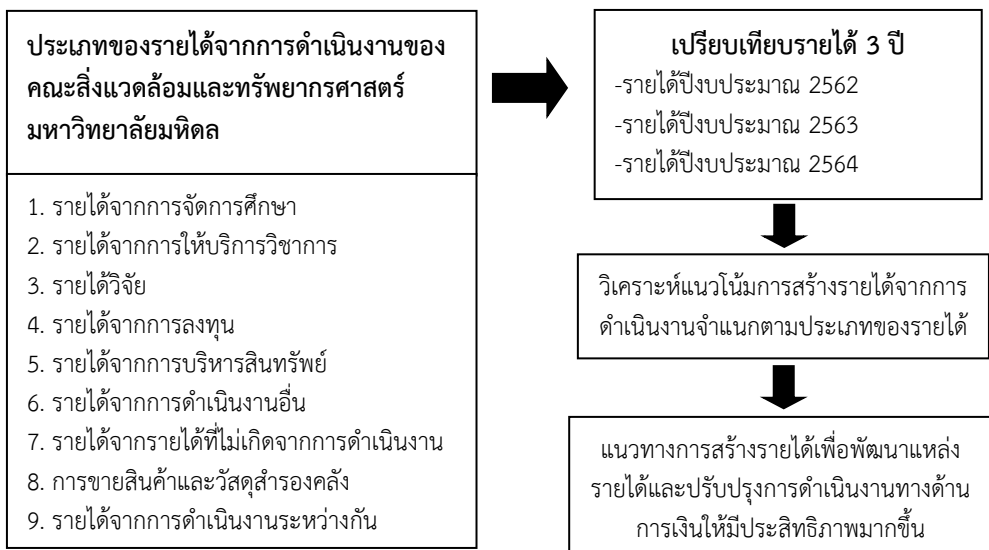
2. เพื่อเสนอแนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาวิเคราะห์ประกอบด้วยรายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภท ทั้ง 9 ประเภท ได้แก่ 1) รายได้จากการจัดการศึกษา 2) รายได้จากการให้บริการวิชาการ 3) รายได้จาก การวิจัย 4) รายได้จากการลงทุน 5) รายได้จากการบริหารสินทรัพย์ 6) รายได้จากการดำเนินงานอื่น 7) รายได้จากรายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน 8) การขายสินค้าและวัสดุสำรองคลัง และ 9) รายได้ จากการดำเนินงานระหว่างกัน

กรอบแนวคิดการวิเคราะห์

การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืนของคณะสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล ในการศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี แนวนโยบายและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องนำมาบูรณาการสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยประกอบด้วย 1) สำนักงบประมาณ. สำนักนายกรัฐมนตรี (2561, 2563) 2) สงกาล บุตน์ (2561) 3) รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2551) 4) นารีรัตน์ คมคาย (2560) 5) Fridson and Alvarez (2022) 6) นารีรัตน์ คมคาย (2560) และ 7) Alexander (2018) รวมทั้งผู้วิเคราะห์ได้ทำการวิเคราะห์รายได้และเปรียบเทียบ 3 ปี ประกอบด้วย รายได้ปีงบประมาณ 2562 รายได้ปีงบประมาณ 2563 และรายได้ปีงบประมาณ 2564 และทำการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มและการสร้าง รายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทของรายได้เพื่อสร้างแนวทางในการสร้างรายได้ พัฒนา แหล่งรายได้และปรับปรุงการดำเนินงานทางการเงินของให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นซึ่งจากการวิเคราะห์ ดังกล่าวไปสู่การบริหารการคลังอย่างยั่งยืนของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิเคราะห์

นิยามศัพท์เฉพาะในการวิเคราะห์

1. **รายได้** หมายถึง เงินที่คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดลได้รับจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ 1) รายได้จากการจัดการศึกษา 2) รายได้จากการให้บริการวิชาการ 3) รายได้จากการวิจัย 4) รายได้จากการลงทุน 5) รายได้จากการบริหารสินทรัพย์ 6) รายได้จากการดำเนินงานอื่น 7) รายได้จากรายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน 8) การขายสินค้าและวัสดุสำรองคลังและ 9) รายได้จากการดำเนินงานระหว่างกัน

2. **รายได้จากการจัดการศึกษา** หมายถึง เงินที่ได้จากค่าสมัครคัดเลือกนักศึกษา และการจัดการศึกษาของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล

3. **รายได้จากการให้บริการวิชาการ** หมายถึง เงินที่ได้จากการจัดฝึกอบรม สัมมนา ประชุม การขายหนังสือและการบริการเครื่องมือวิทย์/อุปกรณ์การศึกษา

4. **รายได้จากการวิจัย** หมายถึง เงินที่ได้จากเงินอุดหนุนวิจัยภายนอก ค่าธรรมเนียมจริยธรรมการวิจัยและเงินอุดหนุนวิจัยรับจัดสรร

5. **รายได้จากการลงทุน** หมายถึง เงินที่ได้จากดอกเบี้ยรับและเงินจากการลงทุนที่เป็นผลประโยชน์จากการบริหารเงินรายได้ เงินปันผลจากกองทุนมหาวิทยาลัย ส่วนปรับปรุงรายได้ดอกผลและดอกเบี้ยรับจากเงินฝากธนาคาร

6. **รายได้จากการบริหารสินทรัพย์** หมายถึง เงินที่ได้รับจากค่าเช่า ค่าบำรุงอาคารและสถานที่

7. **รายได้จากการดำเนินงานอื่น** หมายถึง เงินที่ได้รับจากค่าปรับ ค่าบำรุงสาธารณูปโภค ส่วนลดรับ เงินเบ็ดเตล็ดอื่น เงินงบประมาณเหลือจ่าย เงินที่ไม่ทราบแหล่งที่มา และเงินอื่นๆ

8. **รายได้จากการดำเนินงานระหว่างกัน** หมายถึง เงินที่ได้รับจากค่าธรรมเนียมการศึกษา รั้งจัดสรรระหว่างกัน ค่าบำรุงการศึกษา ค่าบำรุงวิชาการ การฝึกอบรม สัมมนา ประชุมระหว่างกัน การขาย ค่าใช้สอย เงินอุดหนุนรับระหว่างส่วนงาน ค่าเช่า ค่าบำรุงอาคารและสถานที่ ซึ่งเป็นเงินที่ได้รับจัดสรรระหว่างกัน

9. **รายได้จากรายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน** หมายถึง รายได้จากการบริจาค รายได้จากการจำหน่ายครุภัณฑ์ที่เสื่อมสภาพ

10. **การขายสินค้าและวัสดุสำรองคลัง** หมายถึง รายได้จากการขายสินค้าและรายได้ที่นักศึกษาใช้วัสดุสารเคมีสำหรับการเรียนการสอน

11. **รายรับจริงของคณะ** หมายถึง รายรับในกองทุน 10101001 กองทุน 10201003 และกองทุน 10701006 เท่านั้น (รายได้จากการขายสินค้า ค่าเช่าจากตลาดนัด ค่าเช่าพื้นที่ของร้านค้าและค่าเช่าที่ศูนย์ลำปาง เป็นรายได้ของศูนย์ลำปาง)

12. **การบริหารการคลังอย่างยั่งยืน** หมายถึง การจัดการในกิจการที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทางด้านการคลังและการเงินของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล ให้สถานะทางการเงินอยู่สถานะที่สมดุลระหว่างรายรับและรายจ่ายโดยไม่ก่อให้เกิดภาวะหนี้

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์เรื่อง “การวิเคราะห์รายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืนของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล” ผู้วิเคราะห์ได้ออกแบบวิธีดำเนินการ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ระเบียบวิธีการวิเคราะห์

การศึกษาวិเคราะห์ครั้งนี้ผู้วิเคราะห์ได้ทำการศึกษาจากเอกสาร (Documentary) และใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) รวมทั้งวิธีวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ 3 ปี และ แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นแผนภูมิซึ่งศึกษาจากข้อมูลรายได้ของคณะฯ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลรายได้จำแนกตามประเภทของรายได้และการเปรียบเทียบรายได้ 3 ปี และเพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มการสร้างรายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทของรายได้ เพื่อนำไปสู่แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษางานวิเคราะห์ในครั้งนี้ ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิเคราะห์ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาทำการศึกษาการบริหารจัดการทางการคลังและแนวคิดการดำเนินงานทางด้านรายได้ รวมทั้งทำการรวบรวมข้อมูลรายได้จำแนกตามประเภท ข้อมูลรายได้ปีงบประมาณ ปี พ.ศ. 2562 - 2564 ข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหิดลว่าด้วยการบริหารงบประมาณและการเงิน พ.ศ.2551 และโครงสร้างทางการเงิน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์สภาพทั่วไป โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่ออธิบายถึงงบประมาณ รายได้ ที่มาของรายได้และใช้การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณเพื่อเปรียบเทียบรายได้ 3 ปี ได้แก่ รายได้ปีงบประมาณปี พ.ศ. 2562 - 2564 ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบงบการเงินเพื่อหาการเปลี่ยนแปลงของรายการในงบการเงินด้านต่างๆของคณะในแต่ละรายการ

2. วิเคราะห์แนวโน้มการสร้างรายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทของรายได้ เพื่อให้ทราบถึงของแนวโน้มรายได้ในอนาคตว่ามีแนวโน้มในทิศทางใด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตามแนวโน้ม (Trend Analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้อัตราร้อยละของแนวโน้มเพื่อดูแนวโน้มหรือทิศทางของรายการต่างๆ ซึ่งสามารถจำแนกประเด็นในการวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้ 1) รายได้จากการจัดการศึกษา 2) รายได้จากการให้บริการวิชาการ 3) รายได้จากการวิจัย 4) รายได้จากการลงทุน 5) รายได้จากการบริหารสินทรัพย์ 6) รายได้จากการดำเนินงานอื่น 7) รายได้จากรายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน 8) การขายสินค้าและวัสดุสำรองคลัง และ 9) รายได้จากการดำเนินงานระหว่างกัน

ผลการวิจัย

สรุปผลการคำนวณหาการเปลี่ยนแปลงของรายได้รายได้ระหว่างปีงบประมาณ 2562 กับปีงบประมาณ 2563 และระหว่างปีงบประมาณ 2563 กับ ปีงบประมาณ 2564 จำแนกตามประเภทรายได้ทั้ง 9 ประเภท พบว่า การเปลี่ยนแปลงของรายได้มีทั้งเพิ่มขึ้นและลดลงจากปีก่อน ซึ่งสรุปเป็นภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงของรายได้ดังต่อไปนี้

ประเภทรายได้	การเปรียบเทียบรายได้ปีงบประมาณ	
	ปี 2562 กับ ปี 2563	ปี 2563 กับ ปี 2564
1. การจัดการศึกษา	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 230,993 บาท คิดเป็นร้อยละ 394.86	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 424,002 บาท คิดเป็นร้อยละ 146.46
2. การให้บริการวิชาการ	จำนวนเงินลดลง -667,499.43 บาท คิดเป็นร้อยละ - 13.98	จำนวนเงินลดลง -2,543,058.68 บาท คิดเป็นร้อยละ - 53.26
3. งานวิจัย	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 1,258,330.86 บาท คิดเป็นร้อยละ 1,477.33	จำนวนเงินลดลง - 801,129.36 บาท คิดเป็นร้อยละ - 53.63
4. การลงทุน	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 3,754,404.47 บาท คิดเป็นร้อยละ 665.02	จำนวนเงินลดลง - 3,563,919.18 บาท คิดเป็นร้อยละ - 82.52
5. การบริหารสินทรัพย์	จำนวนเงินลดลง - 82.52 บาท คิดเป็นร้อยละ - 47.48	จำนวนเงินลดลง - 2,086,341.47 บาท คิดเป็นร้อยละ - 57.60
6. การดำเนินงานอื่น	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 5,028,843.29 บาท คิดเป็นร้อยละ 327.61	จำนวนเงินลดลง - 5,433,547.67 บาท คิดเป็นร้อยละ - 82.78
7. รายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 829,650.15 บาท คิดเป็นร้อยละ 120.52	จำนวนเงินลดลง - 1,182,939.15 บาท คิดเป็นร้อยละ - 77.92
8. รายได้จากขายสินค้าและวัสดุสำรองคลัง	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 46,844.75 บาท คิดเป็นร้อยละ 342.06	จำนวนเงินลดลง - 4,114.69 บาท คิดเป็นร้อยละ - 6.80
9. รายได้จากการดำเนินงานระหว่างกัน	จำนวนเงินลดลง - 4,129,088.36 บาท คิดเป็นร้อยละ - 32.67	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 3,292,067.41 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.68

ตารางที่ 1 ภาพรวมการเปลี่ยนแปลงของรายได้ ปีงบประมาณ 2562 – 2564

จากตารางที่ 1 ภาพรวมการเปลี่ยนแปลงของรายได้ ปีงบประมาณ 2562 - 2564 พบว่ารายได้ในแต่ละประเภทจะมีทั้งการเพิ่มขึ้นและลดลง โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การจัดการศึกษาปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 230,993 บาท (คิดเป็นร้อยละ 394.86) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 424,002 บาท (คิดเป็นร้อยละ 146.46)
2. การให้บริการวิชาการปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินลดลง -667,499.43 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 13.98) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง -2,543,058.68 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 53.26)
3. งานวิจัยปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 1,258,330.86 บาท (คิดเป็นร้อยละ 1,477.33) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 801,129.36 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 53.63)
4. การลงทุนปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 3,754,404.47 บาท (คิดเป็นร้อยละ 665.02) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 3,563,919.18 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 82.52)
5. การบริหารสินทรัพย์ปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินลดลง - 82.52 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 47.48) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 2,086,341.47 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 57.60)
6. การดำเนินงานอื่นปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 5,028,843.29 บาท (คิดเป็นร้อยละ 327.61) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 5,433,547.67 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 82.78)

7. รายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงานปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 829,650.15 บาท (คิดเป็นร้อยละ 120.52) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 1,182,939.15 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 77.92)

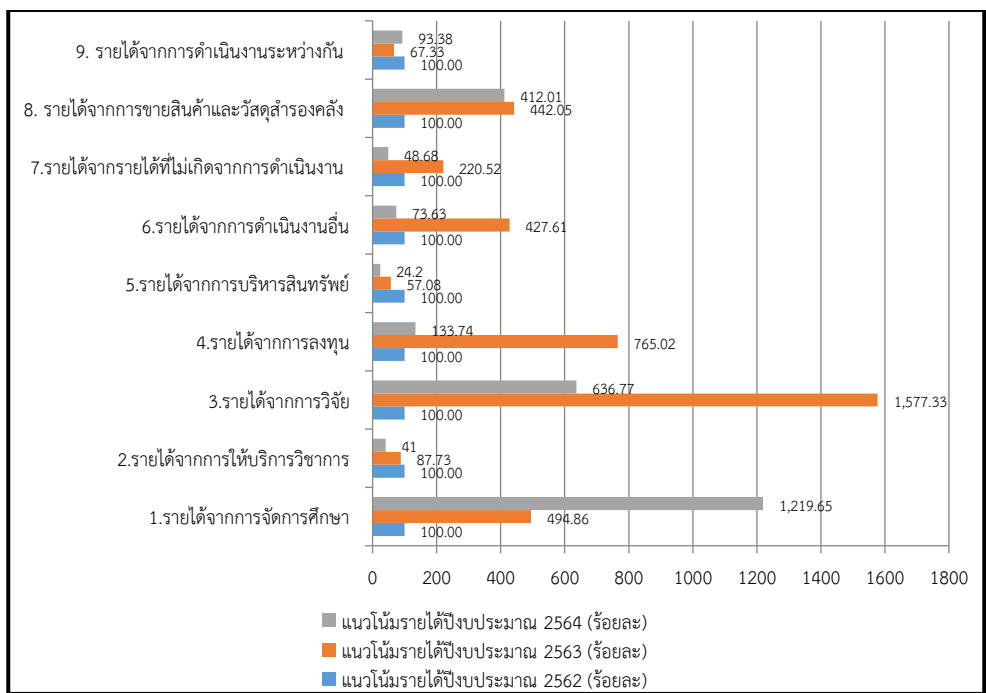
8. รายได้จากการขายสินค้าและวัสดุสำรองคลังปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 46,844.75 บาท (คิดเป็นร้อยละ 342.06) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 4,114.69 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 6.80)

9. รายได้จากการดำเนินงานระหว่างกันปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินลดลง - 4,129,088.36 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 32.67) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 3,292,067.41 บาท (คิดเป็นร้อยละ 38.68)

สรุปผลการวิเคราะห์แนวโน้มการสร้างรายได้ปีงบประมาณ 2563 และ ปีงบประมาณ 2564 สามารถสรุปเป็นภาพรวมแนวโน้มการสร้างรายได้จำแนกตามประเภทของรายได้ ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ประเภทของรายได้	แนวโน้มรายได้ ปีงบประมาณ 2562 (ร้อยละ)	แนวโน้มรายได้ ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ)	แนวโน้มรายได้ ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ)
1. รายได้จากการจัดการศึกษา	100.00	494.86	1,219.65
2. รายได้จากการให้บริการวิชาการ	100.00	87.73	41.00
3. รายได้จากการวิจัย	100.00	1,577.33	636.77
4. รายได้จากการลงทุน	100.00	765.02	133.74
5. รายได้จากการบริหารสินทรัพย์	100.00	57.08	24.20
6. รายได้จากการดำเนินงานอื่น	100.00	427.61	73.63
7. รายได้จากรายได้ที่ไม่เกิดจาก การดำเนินงาน	100.00	220.52	48.68
8. การขายสินค้าและวัสดุสำรองคลัง	100.00	442.05	412.01
9. รายได้จากการดำเนินงาน ระหว่างกัน	100.00	67.33	93.38

ตารางที่ 2 ภาพรวมแนวโน้มการสร้างรายได้จำแนกตามประเภทของรายได้



ภาพที่ 1 เปรียบเทียบแนวโน้มการสร้างรายได้จำแนกตามประเภทของรายได้

จากตารางที่ 2 แสดงภาพรวมแนวโน้มการสร้างรายได้จำแนกตามประเภทของรายได้ พบว่าแนวโน้มการสร้างรายได้ของคณะฯ มีแนวโน้มที่มีความผันผวนขึ้นลงไม่แน่นอนโดยมีรายละเอียดและสรุปเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้

1. รายได้จากการจัดการศึกษา (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 494.86 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 1,219.65
2. รายได้จากการให้บริการ วิชาการ (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 87.73 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 41.00
3. รายได้จากการวิจัย (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 1,577.33 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 636.77
4. รายได้จากการลงทุน (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 765.02 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 133.74
5. รายได้จากการบริหารสินทรัพย์ (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 57.08 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 24.20
6. รายได้จากการดำเนินงานอื่น (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 427.61 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 73.63
7. รายได้จากรายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 220.52 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 48.68
8. การขายสินค้าและวัสดุสำรองคลัง (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 442.05 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 412.01

9. รายได้จากการดำเนินงานระหว่างกัน (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 67.33 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 93.38

จากตารางที่ 2 แสดงแนวโน้มรายได้แต่ละประเภท ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีความผันผวนจากสาเหตุของวิกฤติไวรัสโควิด – 19 สถานการณ์สงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและจีนรวมทั้งสงครามระหว่างประเทศรัสเซียและยูเครน ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกและกระทบมาถึงประเทศไทยอย่างรุนแรงเนื่องจากรายได้หลักมาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคการส่งออก รวมทั้งเสถียรภาพทางการเมืองของรัฐบาลที่ไม่มั่นคงและสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับทุกฝ่ายได้ ดังนั้นรายได้ทั้ง 9 ประเภทจึงควรต้องมีการบริหารจัดการให้เกิดความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น และยังมีแนวโน้มว่าในปี พ.ศ.2566 สถานการณ์วิกฤติน่าจะลุกลามบานปลายมากขึ้น เมื่อพิจารณาภาพรวมจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ในการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการหารายได้จึงต้องมีกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างรายได้จากแหล่งต่างๆให้มากขึ้น เพราะฉะนั้น ได้วิเคราะห์ถึงความต้องการองค์การภายนอกและภายในมหาวิทยาลัยในการให้บริการทางวิชาการ จึงมีการจัดเปิดอบรมหลักสูตรทางวิชาการที่ตรงกับความต้องการขององค์การทางการศึกษา ซึ่งส่งผลให้คณะฯ มีผู้ที่สนใจเข้ามาใช้บริการอบรมและใช้บริการทางวิชาการมากขึ้น โดยส่งผลดีโดยตรง ทางด้านรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น

สรุปผลการวิเคราะห์แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้วิเคราะห์ได้จำแนกประเด็นแนวทางการพัฒนาจากผลการสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. แนวทางในการวางแผนสร้างรายได้

การเปลี่ยนแปลงของรายได้ ปีงบประมาณ 2562 - 2564 ในแต่ละประเภทจะมีทั้งการเพิ่มขึ้นและลดลง โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การจัดการศึกษาปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 230,993 บาท (คิดเป็นร้อยละ 394.86) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 424,002 บาท (คิดเป็นร้อยละ 146.46) ดังนั้นแนวทางในการวางแผนสร้างรายได้ จึงควรพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาและสภาพการจ้างงานในอนาคต รวมทั้งการบริหารจัดการภายในเพื่อรองรับจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทางการศึกษา

2. การให้บริการวิชาการปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินลดลง -667,499.43 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 13.98) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง -2,543,058.68 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 53.26) ดังนั้นแนวทางในการวางแผนสร้างรายได้จาก 1) จัดฝึกอบรม สัมมนา ประชุม 2) การบริการศึกษา/วิจัย/สำรวจ ลักษณะเป็นโครงการ 3) การบริการเครื่องมือวิทยุ/อุปกรณ์การศึกษา 4) บริการวิชาการอื่น 5) การบริการวิเคราะห์/ทดสอบ/ตรวจสอบ/ตรวจวิเคราะห์และ 6) บริการวิชาการเหลือจ่ายส่งคืน จึงควรพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ มีการหาสาเหตุที่ทำให้รายได้ลดลงอย่างต่อเนื่องและหาแนวทางแก้ไข ซึ่งสาเหตุหลักอาจมาจากสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ส่งผลกระทบต่อภาคการค้าและการดำเนินกิจการภายหลังวิกฤติเหล่านี้ผ่านพ้นไปแล้ว จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นหรือฟื้นตัวตามลำดับ

3. งานวิจัยปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 1,258,330.86 บาท (คิดเป็นร้อยละ 1,477.33) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 801,129.36 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 53.63) รายได้วิจัยเป็นรายได้เงินอุดหนุนวิจัยภายนอกและค่าธรรมเนียมจรรยาบรรณการวิจัย การรับเงินทุนวิจัยของคณาจารย์จากแหล่งทุนภายนอก รายได้ค่าธรรมเนียมการวิจัยและรายได้ค่าสนับสนุนหน่วยงานของเงินอุดหนุนวิจัยจากแหล่งทุนภายนอกที่มีสภาพของการจัดหารายได้ที่ลดลงเนื่องมาจากวิกฤติการณ์ดังกล่าวมาแล้ว ดังนั้นหากสถานการณ์ผ่านพ้นไป ต้องรีบหาทางให้ทุกอย่างคืนกลับสู่สถานะเดิมก่อนช่วงเกิดวิกฤติให้เร็วที่สุด โดยอาจต้องมีการจัดกิจกรรมส่งเสริม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อจูงใจผู้ใช้บริการให้กลับมาและให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการเข้ามามากขึ้น

4. การลงทุนปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 3,754,404.47 บาท (คิดเป็นร้อยละ 665.02) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 3,563,919.18 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 82.52) มาจาก 1) ผลประโยชน์จากการบริหารเงินรายได้ 2) เงินปันผลจากกองทุนมหาวิทยาลัย 3) ดอกเบี้ยรับจากเงินฝากธนาคารโดยรับเงินรายได้ดอกเบี้ยจากการลงทุนผ่านธนาคารกสิกรไทย 4) ส่วนปรับปรุงรายได้ ดอกผลและ 5) ดอกผล ผลประโยชน์อื่นจากเงินฝากธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งหลังจากผ่านพ้นวิกฤติไปแล้ว ควรมีการตัดสินใจลงทุนในส่วนที่ทำให้เกิดรายได้คุ้มค่ากับการลงทุนมากที่สุด เพราะอาจมีทางเลือกเป็นจำนวนมาก ในช่วงเศรษฐกิจฟื้นตัวและการเมืองหลังการเลือกตั้งในปี พ.ศ.2566 รัฐบาลมีเสถียรภาพมากขึ้น

5. การบริหารสินทรัพย์ปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินลดลง - 82.52 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 47.48) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 2,086,341.47 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 57.60) เป็นค่าบำรุงอาคารและสถานที่ รวมทั้งการบริหารทรัพย์สินอื่นซึ่งจากรายได้ที่ลดลง ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและดำเนินการให้มีรายได้มากขึ้นหลังผ่านวิกฤติ โดยคาดว่าเศรษฐกิจโดยรวมจะเริ่มฟื้นตัวหลังปี พ.ศ.2567 ดังนั้นในการวางแผนระยะยาวจึงควรเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2566 ด้วยการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพราะยังคงมีความเสี่ยงเป็นอย่างสูง

6. การดำเนินงานอื่นปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 5,028,843.29 บาท (คิดเป็นร้อยละ 327.61) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 5,433,547.67 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 82.78) เป็นเป็นรายได้เงินที่ได้รับจาก 1) ค่าปรับ 2) ค่าบำรุงสาธารณูปโภค 3) เงินบำรุงอื่น 4) เงินชดเชยบุคลากร ผิดสัญญา ลาศึกษา ฝึกอบรม 5) เบ็ดเตล็ดอื่น และ 6) รายได้อื่นๆ ส่วนลดรับ เงินเบ็ดเตล็ดอื่น เงินงบประมาณ เหลือจ่าย เงินที่ไม่ทราบแหล่งที่มา และเงินอื่นๆ การจัดการรายได้ในส่วนนี้มีความผันผวนมาก จึงควรให้ความสำคัญกับการตัดสินใจในการดำเนินงานและพัฒนาในส่วนที่เป็นจุดอ่อนและเสริมจุดแข็งให้มากขึ้น

7. รายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงานปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 829,650.15 บาท (คิดเป็นร้อยละ 120.52) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 1,182,939.15 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 77.92) เป็นรายได้เงินที่ได้รับจาก 1) การรับบริจาค 2) รายได้สินทรัพย์รับบริจาคและ 3) กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวรอื่น การจัดการรายได้ส่วนนี้ลดลงอย่างมากในปี 2563 กับ ปี 2564 เนื่องจากผลกระทบจากหลายวิกฤติการณ์ ดังนั้นแนวทางหลังผ่านพ้นไปแล้ว จึงควรฟื้นฟู ส่งเสริม สนับสนุนให้มีรายได้ในส่วนนี้เข้ามาเหมือนเดิม

8. รายได้จากการขายสินค้าและวัสดุสำรองคลังปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 46,844.75 บาท (คิดเป็นร้อยละ 342.06) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินลดลง - 4,114.69 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 6.80) เป็นรายได้จากการขายสินค้าและการขายวัสดุสำรองคลัง ในส่วนนี้ควรหาผู้มารับผิดชอบโดยตรง เพื่อให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น

9. รายได้จากการดำเนินงานระหว่างกันปี 2562 กับ ปี 2563 จำนวนเงินลดลง - 4,129,088.36 บาท (คิดเป็นร้อยละ - 32.67) ปี 2563 กับ ปี 2564 จำนวนเงินเพิ่มขึ้น 3,292,067.41 บาท (คิดเป็นร้อยละ 38.68) เป็นรายได้เงินที่ได้รับจาก 1) ค่าธรรมเนียมการศึกษาปรับจัดสรร 2) ค่าบำรุงการศึกษา ปรับจัดสรร 3) รายได้จัดการศึกษาปรับจัดสรร 4) ค่าบริการวิชาการปรับจัดสรร 5) ค่าบริการวิชาการ 6) ฝึกอบรม สัมมนา ประชุม 7) เงินอุดหนุนวิจัยปรับจัดสรร 8) ค่าใช้สอย 9) เงินอุดหนุนระหว่างส่วนงาน 10) เงินบำรุงค่าสาธารณูปโภค 11) ค่าเช่า ค่าบำรุงสถานที่ และ 12) รับโอนทรัพย์สิน ในการจัดหารายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานและพัฒนาการติดต่อประสานงานระหว่างกัน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะทำให้รายได้ในส่วนนี้มากขึ้นตามไปด้วย

2. แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงาน

แนวโน้มการสร้างรายได้จำแนกตามประเภทของรายได้พบว่า แนวโน้มการสร้างรายได้ของคณะฯ มีแนวโน้มที่มีความผันผวนขึ้นลงไม่แน่นอน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รายได้จากการจัดการศึกษา (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 494.86 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 1,219.65 แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานด้วยการส่งเสริม สนับสนุนในด้านความร่วมมือทั้งในส่วนของบุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อจูงใจให้มีผู้เข้ามาสมัครเรียนมากขึ้น

2. รายได้จากการให้บริการ วิชาการ (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 87.73 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 41.00 แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงาน มีดังต่อไปนี้

2.1 การจัดฝึกอบรม สัมมนา ประชุม ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้น ภายหลังภาวะวิกฤติผ่านพ้นไปแล้ว สร้างและพัฒนาหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับปัจจุบันเพิ่มขึ้น

2.2 ควรมีการพัฒนารายได้จากการบริการศึกษา/วิจัย/สำรวจ ลักษณะเป็นโครงการ ให้เพิ่มมากขึ้น เพราะการขยายตลาดในส่วนนี้ยังทำได้อีกมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

2.3 ควรให้ความสำคัญกับการจัดหารายได้จากการบริการเครื่องมือวิทยุ/อุปกรณ์การศึกษาให้มากขึ้น ถึงแม้จะมีจำนวนที่ไม่มากนัก แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการสนับสนุนการจัดการศึกษาและบริการทางวิชาการ

2.4 เร่งแก้ไขปัญหาและการดำเนินการในการจัดหารายได้จากบริการวิชาการอื่น ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสาเหตุหลักมาจากหลายวิกฤติการณ์ในช่วงที่ผ่านมาและการมีคู่แข่งมากขึ้น

2.5 เร่งแก้ไขปัญหาและการดำเนินการในการจัดหารายได้จากบริการวิเคราะห์/ทดสอบ/ตรวจสอบ/ตรวจวิเคราะห์ ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสาเหตุหลักมาจากหลายวิกฤติการณ์ในช่วงที่ผ่านมาและการมีคู่แข่งมากขึ้น

3. รายได้จากกรวิจัย เมื่อพิจารณาตามส่วนประกอบของรายได้ พบว่า รายได้เงินอุดหนุนวิจัย-ภายนอก ปีงบประมาณ 2562 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ ปีงบประมาณ 2563 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ และปีงบประมาณ 2564 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงาน ควรเร่งแก้ไขปัญหาในการจัดหารายได้ในส่วนนี้

4. รายได้จากการลงทุน (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 765.02 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 133.74 แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงาน เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ว่ารายได้จากดอกผล ผลประโยชน์อื่น ปีงบประมาณ 2562 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ ปีงบประมาณ 2563 มีรายได้ 3,622,149 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.868 ปีงบประมาณ 2564 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ ดังนั้นจึงควรมีการบริหารจัดการให้มีการกระจายไปอย่างสมดุลในแต่ละปี และควรทำให้มีจำนวนมากขึ้นด้วย

5. รายได้จากการบริหารสินทรัพย์ (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 57.08 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 24.20 แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงาน เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ว่ารายได้จากค่าเช่า ค่าบำรุงอาคาร สถานที่ ปีงบประมาณ 2562 มีรายได้ 6,346,036.08 บาท ปีงบประมาณ 2563 มีรายได้ 3,622,149 บาท และปีงบประมาณ 2564 มีรายได้ 1,506,557.53 บาท ซึ่งลดลงทุกปี ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญและเร่งดำเนินการให้มีรายได้มากขึ้น รวมทั้งรายได้จากการบริหารทรัพย์สินอื่นปีงบประมาณ 2562 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ ปีงบประมาณ 2563 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้และปีงบประมาณ 2564 มีรายได้เพียง 29,250 บาท ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญและเร่งดำเนินการให้มีรายได้มากขึ้น

6. รายได้จากรายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 220.52 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 48.68 แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลงานและการสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ ให้ดีขึ้น เพราะจะมีผลต่อรายได้จากการรับบริจาคที่จะมากขึ้นไปด้วย และควรให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวรเพื่อให้ได้ราคามากที่สุด ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้เป็นอย่างดี

8. รายได้จากการดำเนินงานระหว่างกัน (ร้อยละ) 100.00 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2563 (ร้อยละ) 67.33 แนวโน้มรายได้ปีงบประมาณ 2564 (ร้อยละ) 93.38 แนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงาน มีดังต่อไปนี้

8.1 รายได้จากค่าบริการวิชาการรับจัดสรรระหว่างกัน ปีงบประมาณ 2562 มีรายได้ 1,643,669.48 บาท ปีงบประมาณ 2563 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ และ ปีงบประมาณ 2564 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ ดังนั้นการดำเนินงานจึงควรเร่งแก้ไขปัญหาในการจัดหารายได้ในส่วนนี้ ให้ความสำคัญและเร่งดำเนินการให้มีรายได้มากขึ้น

8.2 รายได้จากการฝึกอบรม สัมมนา ประชุมระหว่างกัน ปีงบประมาณ 2562 มีรายได้ 26,500 บาท ปีงบประมาณ 2563 มีรายได้ 64,600 บาท และปีงบประมาณ 2564 มีรายได้ 28,000 บาท ดังนั้นการดำเนินงานจึงควรเร่งในการจัดหารายได้ในส่วนนี้ โดยให้ความสำคัญมากขึ้น

8.3 รายได้จากค่าเช่า ค่าบำรุงสถานที่ ปีงบประมาณ 2562 มีรายได้ 912,400 บาท ปีงบประมาณ 2563 มีรายได้ 250,000 บาท และปีงบประมาณ 2564 ไม่มีรายได้ในส่วนนี้ ดังนั้นการดำเนินงานจึงควรเร่งในการจัดหารายได้ในส่วนนี้ โดยให้ความสำคัญมากขึ้น

การอภิปรายผล

จากการศึกษาการวิเคราะห์รายได้จำแนกตามประเภทของรายได้และเปรียบเทียบรายได้ 3 ปี รวมทั้งการวิเคราะห์แนวโน้มการสร้างรายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทของรายได้ของ คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล ทำให้ทราบข้อมูลของรายได้และแนวโน้มของรายได้ในอนาคต ซึ่งผู้วิเคราะห์จึงทำการวิเคราะห์หาแนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้ จากการดำเนินงานของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดลเพื่อให้ในอนาคตมีรายได้จากการดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้นและให้เกิดการพัฒนาแหล่งรายได้ได้อย่างยั่งยืน โดยผู้บริหารของ คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ในปัจจุบันมีการให้ความสำคัญกับนโยบายในการสร้างรายได้จากการดำเนินงานเพื่อการบริหารการคลังอย่างยั่งยืนจากทั้ง 9 แหล่ง สอดคล้องกับ พิมพ์ ศุขเวช (2562) ที่วิจัยเรื่องการบริหารการเงินการคลังขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดระยอง โดยพบว่า การบริหารการเงินการคลังในส่วนของบริหารจัดการรายได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ รายได้ที่เกิดขึ้นจาก กิจกรรมต่างๆที่ดำเนินการเองและรายได้ที่ได้รับการจัดสรรจากรัฐบาล สำหรับประสิทธิภาพในการบริหารการเงินการคลังจะวัดได้จากการที่ผู้บริหารได้นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการก่อให้เกิดประโยชน์ในการทำให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานในการสร้างรายได้นั้นมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นจากบางกิจกรรมที่ได้ดำเนินงานแต่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เนื่องจากต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงและไม่บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานเพราะจำนวนผู้เข้าร่วมนั้นไม่เป็นไปตามที่ตั้งไว้ รวมทั้งรายได้จากการจัดการศึกษา มีแนวโน้มที่ลดลง เนื่องจากจำนวนนักศึกษาที่เข้าศึกษามีจำนวนลดลง สอดคล้องกับ Fridson and Alvarez (2022) การวิเคราะห์การเงินเป็นการจัดความสัมพันธ์ของตัวเลขทางการบัญชี ที่ถูกบันทึกตามระบบบัญชีที่ดีแล้วแปลงข้อมูลนั้นออกมาเพื่อให้อ่านสถานการณ์ในปัจจุบันและแนวโน้มที่ผ่านมาในอดีต เมื่อนำมาพิจารณาประกอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆแล้ว จะสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้เช่น รายได้จากการจัดการศึกษา มีแนวทางการพัฒนาด้วยการส่งเสริม สนับสนุนในด้านความพร้อมทั้งในส่วนของบุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อจูงใจให้มีผู้เข้ามาสมัครเรียนมากขึ้น ส่วนรายได้จากการให้บริการวิชาการในการจัดฝึกอบรม สัมมนา ประชุม ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นภายหลังภาวะวิกฤติผ่านพ้นไปแล้ว สร้างและพัฒนาหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับปัจจุบันเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ นารีรัตน์ คมคาย (2560) ที่พบว่าต้องมีความเข้าใจในทฤษฎีทางการบัญชีมีความรู้ ความเข้าใจ ในสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และเทคโนโลยีของท้องถิ่นในอดีต ปัจจุบัน แนวโน้มในอนาคต จึงจะทำให้การบริหารงาน มีประสิทธิภาพมากขึ้น

พัฒนารายได้จากการบริการศึกษา/วิจัย/สำรวจ ลักษณะเป็นโครงการให้เพิ่มมากขึ้น เพราะ การขยายตลาดในส่วนนี้ยังทำได้อีกมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ควรให้ความสำคัญกับการจัดหารายได้ จากการบริการเครื่องมือวิจัย/อุปกรณ์การศึกษาให้มากขึ้น ถึงแม้จะมีจำนวนที่ไม่มากนัก แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการสนับสนุนการจัดการศึกษาและบริการทางวิชาการและเร่งแก้ไขปัญหาและการ ดำเนินการในการจัดหารายได้จากบริการวิชาการอื่นที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ สงกาล บุตну (2561) วิจัยเรื่องปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางด้านงบประมาณและการคลังขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว ที่พบว่าอุปสรรคด้านงบประมาณและการคลังเกิดจากการจัดเก็บรายได้ที่มีปัญหาที่ต้องมีการค้นหาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

ซึ่งสาเหตุหลักมาจากหลายวิกฤติการณ์ในช่วงที่ผ่านมาและการมีคู่แข่งมากขึ้น สอดคล้องกับ พงษ์ชัย บัวซ้อน (2562) ที่พบว่ากระจายอำนาจทางการคลังเป็นกลยุทธ์หนึ่งในหลายๆด้านทางการคลังที่สำคัญที่สุด รายได้จากการวิจัย การลงทุน การบริหารสินทรัพย์ ค่าเช่า ค่าบำรุงอาคาร สถานที่ มีแนวทางการสร้างรายได้ ในการพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานที่ควรมีการบริหารจัดการให้มีการกระจายไปอย่างสมดุลในแต่ละปี และควรทำให้มีจำนวนมากขึ้นด้วย Alexander (2018) อธิบายถึง กระบวนการค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ สถานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการใดกิจการหนึ่งจากงบการเงินของกิจการนั้นๆ พร้อมทั้ง นำข้อเท็จจริงดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจต่อไป สำหรับแนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้ จากการดำเนินงานควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลงานและการสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ ให้ดีขึ้น เพราะจะมีผลต่อรายได้จากการรับบริจาคที่จะมากขึ้นไปด้วยและควรให้ความสำคัญกับการจำหน่าย สินทรัพย์ถาวรเพื่อให้ได้ราคามากที่สุด ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์รายได้จำแนกตามประเภทของรายได้และเปรียบเทียบรายได้ 3 ปี ของ คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล และวิเคราะห์แนวโน้มการสร้างรายได้จากการดำเนินงานจำแนกตามประเภทของรายได้ เพื่อนำมาซึ่งแนวทางการสร้างรายได้ในการพัฒนาแหล่งรายได้ จากการดำเนินงานในอนาคต ผู้วิเคราะห์มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา

1. ควรนำแนวทางการวางแผนสร้างรายได้มาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาให้สามารถสร้างกิจกรรมการพัฒนาทุกประเภท รวมถึงการลงทุนในสินทรัพย์ ที่จะช่วยให้เกิดรายได้อย่างเป็นรูปธรรมและวางแผนติดตามกำกับความสำเร็จโดยวิเคราะห์ผ่านตัวชี้วัด ผลการดำเนินงานที่มีความชัดเจนเห็นถึงทิศทาง
2. ควรพัฒนาแหล่งรายได้จากการดำเนินงานครอบคลุมและสอดคล้องกับความต้องการของสังคม โดยกำหนดชุมชนหลักที่สำคัญในการให้บริการทางวิชาการที่พัฒนาจากการเรียนการสอนและนำไปประยุกต์ สร้างโครงการให้บริการทางวิชาการ ส่วนกรณีการลดต้นทุนการปฏิบัติงานต้องเน้นความสำคัญของนโยบาย ในการรณรงค์ลดค่าใช้จ่ายในหมวดสาธารณูปโภค และการประหยัดจากการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้ได้พัสดุที่มี คุณภาพดี และราคาเปรียบเทียบที่เหมาะสมอย่างคุ้มค่ากับการใช้งบประมาณ
3. การจัดการศึกษาควรพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา และสภาพการจ้างงานในอนาคต รวมทั้งการบริหารจัดการภายในเพื่อรองรับจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทางการศึกษา
4. การให้บริการวิชาการควรพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ มีการหาสาเหตุที่ทำให้รายได้ลดลงอย่างต่อเนื่องและหาแนวทางแก้ไข ซึ่งสาเหตุหลักอาจมาจากสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ส่งผลกระทบต่อมาถึง ในการดำเนินการภายหลังวิกฤติ เหล่านี้ผ่านพ้นไปแล้ว จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจดีขึ้นหรือ พ้นตัวตามลำดับ

5. งานวิจัยควรหาทางให้ทุกอย่างคืนกลับสู่สถานะเดิมก่อนช่วงเกิดวิกฤติให้เร็วที่สุด โดยอาจจะต้องมีการจัดกิจกรรมส่งเสริม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อจูงใจผู้ใช้บริการให้กลับมาและให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการเข้ามามากขึ้น

6. การลงทุนควรมีการตัดสินใจลงทุนในส่วนที่ทำให้เกิดรายได้คุ้มค้ำกับการลงทุนมากที่สุด เพราะอาจมีทางเลือกเป็นจำนวนมาก ในช่วงเศรษฐกิจฟื้นตัวและการเมืองหลังการเลือกตั้งในปี พ.ศ.2566 รัฐบาลมีเสถียรภาพมากขึ้น

7. การบริหารสินทรัพย์ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและดำเนินการให้มีรายได้มากขึ้นหลังผ่านวิกฤติ โดยคาดว่าเศรษฐกิจโดยรวมจะเริ่มฟื้นตัวหลังปี พ.ศ.2567 ดังนั้นในการวางแผนระยะยาว จึงควรเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2566 ด้วยการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพราะยังคงมีความเสี่ยงเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจในการดำเนินงานและพัฒนาในส่วนที่เป็นจุดอ่อนและเสริมจุดแข็งให้มากขึ้น สำหรับรายได้ที่ไม่เกิดจากการดำเนินงานควรฟื้นฟู ส่งเสริม สนับสนุนให้มีรายได้ในส่วนนี้เข้ามาเหมือนเดิม

2. ควรมีการศึกษาถึงรายได้จากการขายสินค้าและวัสดุสำรองคลังควรหาผู้มารับผิดชอบโดยตรง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับรายได้จากการดำเนินงานระหว่างกันควรมีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานและพัฒนาการติดต่อประสานงานระหว่างกันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็จะทำให้รายได้ในส่วนนี้มากขึ้นตามไปด้วย

เอกสารอ้างอิง

- คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์. (2564). รายงานปี พ.ศ. 2564. นครปฐม: คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- นารีรัตน์ คมคาย. (2560). การเบิกจ่ายงบประมาณกับมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายงบประมาณ: กรณีศึกษารวมการค้าต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต สาขาบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาเขต บัวซ้อน. (2562). ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับรายได้ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น. วิทยานิพนธ์ นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ.
- พิมพ์ศ คชเวช. (2562). การบริหารการเงินการคลังขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัด ระยอง. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2564). รายงานปี พ.ศ. 2564. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2551). เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารราชการไทย หน่วยที่ 13 การบริหารการคลังงบประมาณและพัสดุในราชการไทย. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สำนักงบประมาณ. สำนักนายกรัฐมนตรี. (2563). เอกสารงบประมาณ ฉบับที่ 3 งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 เล่มที่ 3 (4) หน้าที่ 179-222. ค้นจาก <http://bbstore.bb.go.th/>
- สำนักงบประมาณ. สำนักนายกรัฐมนตรี. (2561). พระราชบัญญัติ วิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561. ค้นจาก <http://www.bb.go.th/topic-detail.php?id=5649&mid=791&catID=0>

สงกาล บุตฺนุ. (2561). ปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางด้านงบประมาณและการคลัง
ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว. วิทยานิพนธ์
สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ

Alexander, J. (2018). *Financial Planning and Analysis and Performance Management (Wiley Finance)*
1st Edition. New York: John Wiley.

Fridson, M. S. and Alvarez, F. (2022). *Financial Statement Analysis Workbook: A Practitioner's Guide*
(Wiley Finance) 5th Edition. New York: John Wiley.

บทบาทของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแบบจำลองสมการโครงสร้าง The Role of Confirmatory Factor Analysis (CFA) in Structural Equation Modeling (SEM)

จารุพร ตังพัฒน์กิจ^{1*} และ ปานิก เสนาริดดิกรไ²
Jaruporn Tangpattanakit^{1*} and Panik Senariddhikrai²

Corresponding author email: jaruporn.tan@ku.th

(Received: November 7, 2022 Revised: November 29, 2022 Accepted: December 9, 2022)

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) หรือ CFA ถือได้ว่าเป็นการวิเคราะห์ทางสถิติซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ถือว่าเป็นเทคนิคในการทดสอบความสอดคล้องระหว่างตัวแปรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยืนยันตัวแปรหรือตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ โดยมีการอาศัยการรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากำหนดเป็นองค์ประกอบ (Factor) ที่อยู่เบื้องหลังตัวแปรเหล่านั้นตามที่ถูกวิจัยศึกษาไว้ โดยที่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ขององค์ประกอบว่าตัวแปรเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กัน หรือแท้จริงแล้วตัวแปรเหล่านั้นอาจจะต่างองค์ประกอบกันและไม่มีความสัมพันธ์กันเลย มากกว่านั้นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันยังสามารถใช้ประโยชน์ได้ทั้งเพื่อการพัฒนาทฤษฎีหรือตัวชี้วัดใหม่ หรือการทดสอบหรือยืนยันทฤษฎีหรือตัวชี้วัดเดิม ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงโครงสร้างระหว่างตัวแปร ลดความคลาดเคลื่อน และสามารถนำสถิติมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: แบบจำลองสมการโครงสร้าง, องค์ประกอบเชิงยืนยัน, การวิเคราะห์ทางสถิติ

¹ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลและการสร้างตรา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Lecturer, Ph.D., Department of Digital Marketing and Branding, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University

² นักวิชาการอิสระ Independent scholar

ABSTRACT

Confirmatory component analysis or CFA is a statistical analysis included in structural equation modelling (SEM). It is regarded as a method for testing the consistency of various variables in order to validate other variables or indicators. In each constituent by combining similar variables to discover the component underlying those variables. The aim of this confirmatory component analysis is to validate that the components to which those variables are associated are legitimate constructs. Alternatively, these variables may represent entirely unrelated components. In addition, confirmatory factor analysis may be utilised to build new hypotheses or indications, testing or verifying the original hypotheses or indications enables the researcher to comprehend the relationship between variables, decrease variance, and use statistics efficiently.

Keywords: Structural Equation Modeling, Confirmatory Factor Analysis, Statistic Analysis

บทนำ (Introduction)

หลายงานวิจัยมักเลือกใช้สถิติวิเคราะห์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การวิเคราะห์สมการเชิงถดถอย (Regression) เป็นต้น แบบจำลองการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) หรือ SEM ถือเป็นหนึ่งในสถิติที่มีความนิยมในหลายสาขาวิชา เช่น สาขาบริหารธุรกิจและการจัดการ สาขาด้านจิตวิทยา สาขาด้านการศึกษาและสาขาด้านสังคมศาสตร์และประชากรศาสตร์ เป็นต้น ผู้วิจัยในสาขาวิชาเหล่านั้น มักนิยมเลือกศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความเชื่อมโยงกันทางความสัมพันธ์หรือความมีอิทธิพลของปัจจัยเหล่านั้นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเลือกใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อวิเคราะห์และพิสูจน์หาความสัมพันธ์กับปัจจัยหรือตัวแปรที่ศึกษามา เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางด้านนี้ที่นิยมใช้ (Schumacker and Lamax, 2016) เช่น โปรแกรม AMOS, โปรแกรม Lisrel, โปรแกรม Mplus เป็นต้น

การใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) นั้นจึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันหรือที่มักเรียกกันว่า “Confirmatory Factor Analysis : CFA” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยืนยันองค์ประกอบที่ได้ตั้งสมมติฐานมานั้นตรงกับที่ตั้งไว้แต่แรก ที่ผู้วิจัยวางไว้หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาและแนะนำเสนอองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของบทบาทของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ในแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling)

การตรวจสอบเอกสารทฤษฎีและหลักวิชาการ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ถือเป็นขั้นตอนแรกพื้นฐานในการทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบคุณภาพการวัดของโครงสร้างแฝงที่นำมาทดสอบในแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เนื่องจากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) นั้น ใช้ทดสอบหรือประมาณค่าความสัมพันธ์ทางสถิติซึ่งมุ่งเน้นศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงเชิงทฤษฎี (Theoretical Latent Variables or Constructs) หรือเพื่อมุ่งเน้นทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) กับตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ซึ่งใช้วิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลพร้อมกัน ทั้งหมดด้วยระบบสมการ (Simultaneous Equation)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสามารถอธิบายได้ว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เนื่องจากสามารถช่วยให้ผู้วิจัยกำหนดแนวคิดแบบจำลอง การระบุและการประมาณค่า พารามิเตอร์ ไปจนถึงการประเมินความเหมาะสมของแบบจำลองข้อมูล อีกทั้งยังเป็นการศึกษาทฤษฎีและการวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนว่าสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษานั้นมีองค์ประกอบใดบ้าง ตัวแปรเหล่านั้นเป็นตัวแปรแฝง (Latent Variable) หรือตัวแปรแบบสังเกต (Observed Variable) หากเป็นตัวแปรแฝง (Latent Variable) จะสามารถชี้วัดได้ด้วยตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ตัวใดบ้าง หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงเริ่มกำหนดออกมาเป็นแบบจำลององค์ประกอบขึ้นมา แล้วสามารถเก็บข้อมูลตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ต่างๆ ที่กำหนด และทำการวิเคราะห์ว่าตัวแบบจำลองนั้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ (สุภมาศ อังคุโชติ และคณะ, 2552) ซึ่งเทคนิคนี้จะช่วยในการลดจำนวนตัวแปรและการปรับเปลี่ยนแบบจำลองที่เป็นไปโดยศึกษาในส่วนของโครงสร้างความสัมพันธ์ตัวแปร รวมถึงการสร้างตัวแปรใหม่ขึ้นเรียกว่า “องค์ประกอบ” หรือ “Factor” โดยที่บางครั้งจะเรียกว่า โครงสร้างองค์ประกอบ อีกทั้งตัวแปรในองค์ประกอบนั้นจะมีความสัมพันธ์ร่วมกันมารวมกันจนกลายเป็นองค์ประกอบเดียวกัน ส่วนตัวแปรที่มีอยู่คนละองค์ประกอบมักมีความสัมพันธ์ร่วมกันน้อย หรือแทบไม่มีความสัมพันธ์กัน (กัลยา วานิชพันธุ์, 2551) ดังนั้นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) มักใช้วิเคราะห์เพื่อยืนยันแบบจำลองมากกว่านำมาวิเคราะห์ เพื่อสำรวจหรือระบุแบบจำลอง จึงเหมาะกับการทดสอบทางทฤษฎีมากกว่าการสร้างทฤษฎีให้เกิดขึ้นใหม่ (สุภมาศ อังคุโชติ และคณะ, 2552)

นอกจากนี้ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ยังเป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้สนับสนุนทฤษฎีหรือยืนยันความตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือที่สร้างขึ้น ใช้เป็นเป้าหมายในการเปรียบเทียบโครงสร้างองค์ประกอบ (Factor) ของเครื่องมือระหว่างกลุ่มประชากรตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไปพร้อมๆกัน ซึ่งในงานวิจัยส่วนใหญ่มักใช้การวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Measurement Model) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ในการตรวจสอบยืนยันความตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือที่สร้างขึ้นว่ามีโครงสร้างตรงตามที่ทฤษฎีกำหนดไว้ (พูลพงศ์ สุขสว่าง, 2561)

อย่างไรก็ตาม หากกล่าวถึงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของโมเดลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling)

จะพบได้ในงานวิจัยที่เกี่ยวกับการยืนยันตัวชีวิตหรือแบบวัดต่างๆ เช่นงานวิจัยเรื่อง การกำหนดแนวคิด มาตราวัดการมีส่วนร่วมเชื่อมโยงบนสื่อสังคมออนไลน์ (Tangpattanakit, 2022) ที่ได้นำเสนอการ ตรวจสอบตัวชีวิตในแต่ละองค์ประกอบทั้งในอันดับที่ 1 (First Order) และอันดับที่ 2 (Second Order) เพื่อเป็นการยืนยันองค์ประกอบและตัวชีวิตที่เกี่ยวข้องในเรื่องการมีส่วนร่วมเชื่อมโยงบนสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่งานวิจัยที่เป็นการพัฒนาตัวชีวิตขึ้นมาใหม่โดยที่ยังไม่มีการจัดกลุ่ม รวมกลุ่ม หรือสร้างองค์ประกอบ ขึ้นมาก่อน จะใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ซึ่งเป็นการจัดการ ตัวแปรแฝง (Latent Variable) แต่ละตัวแปรเพื่อทำการคัดเลือกตัวแปรที่มีความสำคัญเข้าสู่โมเดล การวัดหรือสมการโครงสร้าง (พูลพงษ์ สุขสว่าง, 2557)

สิ่งที่จำเป็นต้องตรวจสอบก่อนเริ่มการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) นักวิจัยจำเป็นต้องตรวจสอบการแจกแจงปกติ (Normal Distribution) ของตัวแปรว่าตัวแปร แต่ละตัวนั้นมีความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ตามเกณฑ์หรือไม่ โดยความเที่ยงตรง มี 2 ส่วน คือ

1) ค่าความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (Convergent validity) โดยวัดจากค่าน้ำหนัก (Loading) ควรมี ค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Fornell and Larcker, 1981; Hair, Black, Babin, and Anderson, 2010) และวัดด้วยค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ หรือที่เรียกว่า Average Variance Extracted (AVE) ควรีค่ามากกว่า 0.5 (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010)

สูตร

$$VE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n}$$

เมื่อ

λ คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปร (Factor Loading)

n คือ จำนวนของตัวแปรสังเกตได้ (Number of Observed Variables)

2) ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) สามารถตรวจวัดได้จากค่าสหสัมพันธ์ ระหว่างองค์ประกอบเทียบกับค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) โดยค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ต้องมากกว่า ค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ถึงจะสรุปได้ว่า แต่ละองค์ประกอบมีความแตกต่างกันจริง

ตัวแปร	ความรู้	ทัศนคติ	ช่องทางการตลาด	การจัดการ GST
ความรู้	0.431			
ทัศนคติ	0.140	0.814		
ช่องทางการตลาด	0.115	0.246	0.841	
การจัดการ GST	0.301	0.839	0.510	0.829

ตารางที่ 1 ตัวอย่างผลการนำเสนอค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ค่าในแนวทแยงคือรากที่สองของค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE)

ที่มา: ดัดแปลงจาก Harun, Zaki, Ismail, and Awang (2016)

จากตัวอย่าง จะเห็นว่าค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) จะแสดงในแนวทแยงของตาราง และค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างองค์ประกอบ

จะอยู่ในตาราง ซึ่งค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) จะมีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างองค์ประกอบจึงพิจารณาได้ว่ามีความแตกต่างกันจริง

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) มักใช้การตรวจสอบด้วย IOC : Index of Item Objective Congruence คือการให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นเป็นผู้พิจารณาในการตรวจสอบข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยให้คะแนน -1, 0 และ +1 ในแต่ละข้อคำถามนั้น ซึ่งมักนิยมใช้ผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่านขึ้นไป (Turner, Mulvenon, Thomas and Balkin 2002)

ขณะที่ความเชื่อมั่น (Reliability) คือ การตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นมา ว่าแบบสอบถามนั้นมีคุณภาพและความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด โดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลอง ซึ่งมักไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เก็บจริงแต่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูล (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) ซึ่งนักวิจัยส่วนใหญ่นิยมทำการทดลองอย่างน้อย 30 ชุดกับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกัน เพื่อทดสอบว่าเครื่องมือที่สร้างขึ้นนั้นมีความน่าเชื่อถือจริง ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ด้วยค่า Cronbach Alpha ควรมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป (Hair et al., 2010) และค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (Composite Reliability) ควรมีค่าน้ำหนัก 0.7 ขึ้นไป (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) จะถือเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสม แต่บางตำรากำหนดค่าไว้ที่ 0.3 ซึ่งในงานวิจัยที่ศึกษาส่วนใหญ่จะเลือกกำหนดเกณฑ์ไว้ที่ 0.7 โดย ค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ หรือ Composite Reliability (CR) มีสูตรดังนี้

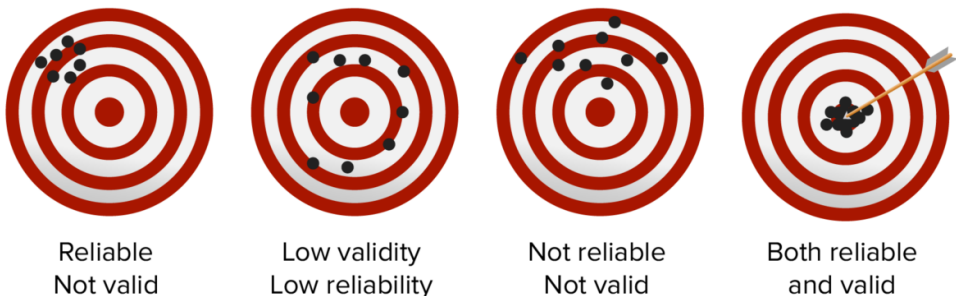
สูตร

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^n \lambda_i)^2}{(\sum_{i=1}^n \lambda_i)^2 + (\sum_{c=1}^n \delta_i)}$$

เมื่อ

λ คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปร (Factor Loading)

δ คือ ค่าความคลาดเคลื่อนแปรปรวน (Error Variance)



ภาพที่ 1 ความเชื่อมโยงระหว่าง Reliability กับ Validity

ที่มา: Oiseth, Jones, and Maza (2022)

ความเชื่อมโยงระหว่าง Reliability กับ Validity ในภาพที่ 1 จะเห็นว่าเป้าอยู่จำนวน 4 เป้าและมีการยิงธนูเข้าไปทั้ง 4 เป้าหมาย โดยที่เป้าหมายคือศูนย์กลาง (ปาณิก เสนาฤทธิไกร, 2565) ดังนี้

เป้าหมายที่ 1 : Reliable Not Valid ก็คือ ยิงธนูได้ตรงจุดเดิม ใกล้เคียงจุดเดิมแต่ไม่ตรงกลางเป้าหมายหมายความว่า เครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่นแต่ไม่ตรงจุด ไม่ตรงเรื่องที่ศึกษา

เป้าหมายที่ 2 : Low Valid Low Reliability ก็คือ ยิ่งรู้ใกล้เคียงเป้าแต่ก็มีการกระจายเล็กน้อย หมายความว่า เครื่องมือเกือบน่าเชื่อถือ พอได้แต่ยังไม่ดี ถ้ามได้เกือบตรงเรื่องแต่ยังไม่สุด

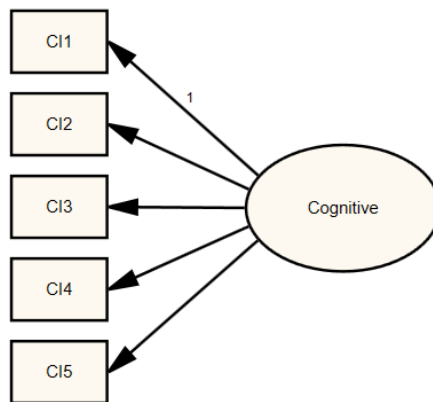
เป้าหมายที่ 3 : Not Reliable Not Valid ก็คือ ยิ่งรู้ไม่ตรงอะไรเลย กระจายมั่วไปหมด ไม่เข้าเป้าหมาย หมายความว่า เครื่องมือไม่มีความน่าเชื่อถือ ไม่มีความเชื่อมั่นใดๆ และถ้ามไม่ตรงเรื่องที่ศึกษาด้วย

เป้าหมายที่ 4 : Both Reliable and Valid ก็คือ ยิ่งรู้ได้ตรงเป้า และย้ำตรงจุดเดิมซ้ำๆ หมายความว่า เครื่องมือมีความน่าเชื่อถือมากๆ และถ้ามได้ตรงจุด ตรงเรื่อง มีคุณภาพ

ดังนั้น ในการพัฒนาเครื่องมือ เช่น แบบสอบถาม เป็นต้น จึงหวังให้ได้เครื่องมือที่ตรงกับเป้าหมายมากที่สุด และได้ผลตรงจุดทุกครั้ง คือต้องมีความน่าเชื่อถือได้ มีความเชื่อมั่น และตรงกับเรื่องที่กำลังศึกษาอยู่

หลังจากตรวจสอบค่าต่างๆ มาตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว จึงเริ่มการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ในที่นี้ ขอยกตัวอย่างเรื่องความตั้งใจใช้เพื่อความเพลิดเพลิน (Enjoyment Intention) เป็นกรณีศึกษา กล่าวคือ อิทธิพลจากการมีส่วนร่วมจากความร่วมมือทางความคิด (Cognitive Involvement: CI) ความมีส่วนร่วมทางอารมณ์ (Affective Involvement: AI) และความมีส่วนร่วมทางพฤติกรรม (Behavioral Involvement: BI) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้เพื่อความเพลิดเพลิน (Enjoyment Intention)

1) การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่ 1 (First Order) มีลักษณะเป็นกลุ่มก้อน โดยสามารถเรียกรวมว่า Factor เช่น จาก จากองค์ประกอบความร่วมมือทางความคิด (Cognitive Involvement: CI) จะเรียกว่า *กลุ่มก้อนของความร่วมมือทางความคิด*

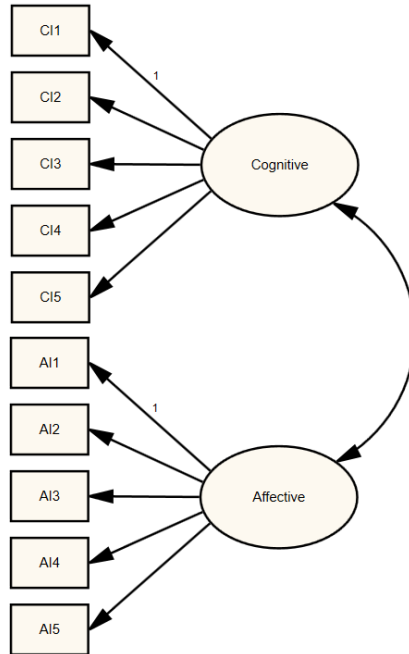


ภาพที่ 2 ตัวอย่างองค์ประกอบอันดับที่ 1 (First order)

จากภาพที่ 2 จะแสดงองค์ประกอบ factor หรือกลุ่มก้อนของความร่วมมือทางความคิดนี้ จะมีตัวแปรแฝง (Latent Variable) ความมีส่วนร่วมทางความคิด แทนด้วยภาพสัญลักษณ์วงกลมขนาดใหญ่ หรือวงกลมรี และมีตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ที่ในภาพเป็น CI1-CI5 แทนด้วยภาพสัญลักษณ์สี่เหลี่ยม ดังนั้นเมื่อเห็นองค์ประกอบตามภาพด้านบนนี้จะเรียกว่า “First Order”

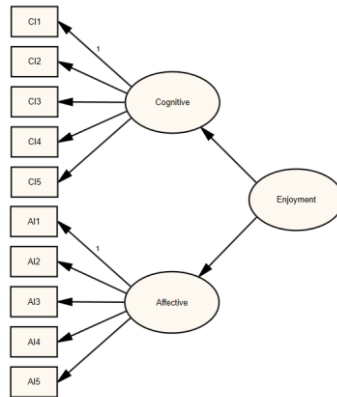
1) การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Common Factor) ปกติการวิเคราะห์เช่นนี้มักจะมีตัวแปรที่เป็นกลุ่มก้อนมากกว่า 1 จึงมักใช้การวิเคราะห์ในลักษณะที่เกิดขึ้นพร้อมกันทั้งหมด เช่น จากตัวอย่าง

ที่กล่าวไว้ตอนต้นจะพบว่า ความตั้งใจใช้เพื่อความเพลิดเพลิน (Enjoyment Intention) ประกอบไปด้วย ตัวแปรแฝง (Latent Variable) : Cognitive Involvement (CI), Affective Involvement (AI) และ Behavioral Involvement (BI) และในตัวแปรแฝง (Latent Variable) จะมีตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ของแต่ละตัว ย่อยออกมา เช่น CI1, CI2, CI3, CI4, CI5 เป็นต้น ดังนั้นในกลุ่มก่อนนี้ ในภาพที่ 3 จะเห็นได้ชัดว่า ตัวแปรแฝง (Latent Variable) จะมีองค์ประกอบกลุ่มก่อนเป็นของตัวเอง



ภาพที่ 3 ตัวอย่างองค์ประกอบร่วม (Common Factor)

1) การวิเคราะห์องค์ประกอบที่สูงกว่าอันดับ 2 (Higher Order) กล่าวคือเมื่อมีองค์ประกอบที่สูงขึ้น อาจเรียกเป็น Second Order หรือ Third Order แต่การจะเรียกแบบนั้นได้จะต้องมีหลักฐานหรือ ทฤษฎี/หลักฐานมาสนับสนุนมากเพียงพอ อย่างเช่น จากตัวอย่างคือความตั้งใจใช้เพื่อความเพลิดเพลิน (Enjoyment Intention) จะอยู่สูงกว่า ดังภาพที่ 4



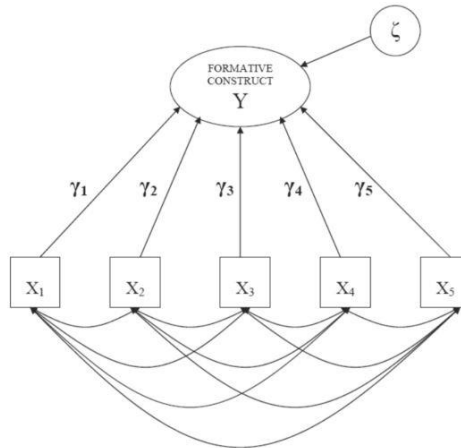
ภาพที่ 4 ตัวอย่างองค์ประกอบที่สูงกว่า (Higher order)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) หรือแบบจำลองการวัด (Measurement Model) มีไว้เพื่อทดสอบแบบจำลองการวัดโดยที่แบบจำลองการวัดองค์ประกอบ จะให้ความสนใจในประเด็นที่ต้องการวัด การจะวัดได้จริงหรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวแปรสังเกตในองค์ประกอบ นั้นด้วย โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) จะมีรูปแบบ 2 แบบ คือ

1) แบบ Reflective Model ลักษณะของแบบจำลองเมื่อนำมาทำการวิเคราะห์ สามารถตัดตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ออกได้ เนื่องจากบางครั้งค่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกต (Observed Variable) นั้น มีค่าน้อยกว่า 0.3 หรือน้อยกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ แต่บางครั้งตัวแปรนั้นก็มีความสำคัญ ถึงแม้จะมีค่าน้ำหนักน้อยเนื่องจากการเก็บข้อมูลหรือข้อมูลดิบมีปัญหาที่อาจจะไม่ตัดออก และถึงแม้ผลอาจไม่ตรงตามทฤษฎีหรือหลักฐานที่สนับสนุนมาตั้งแต่แรกก็ตาม

จากภาพที่ 2 เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) แบบ Reflective Model เนื่องจากหัวลูกศรจะชี้จากตัวแปรแฝง (Latent Variable) ไปยังตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ซึ่งหมายความว่าองค์ประกอบนั้นจะต้องก่อให้เกิดตัวแปรสังเกต (Observed Variable) เหล่านี้ด้วย

2) แบบ Formative Model โดยแบบจำลองการวัด (Measurement Model) ต้องมีความชัดเจนในทฤษฎีว่า องค์ประกอบนี้เป็นแบบ Formative ไม่ใช่แบบ Reflective โดยที่องค์ประกอบแบบ Formative นั้น จำเป็นต้องผ่านการทดสอบในหลายๆ ด้าน โดยลักษณะของ Formative มักอยู่ในรูปของแบบจำลองการวัดที่ตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ชี้หัวลูกศรเข้าหาตัวแปรแฝง (Latent Variable) ซึ่งหัวลูกศรจะย้อนทางกัน (แสดงดังในภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 ตัวอย่างแบบ Formative Model
ที่มา: Roy et al. (2012)

ความแตกต่างระหว่าง Reflective กับ Formative นั้น ให้สังเกตจากหัวลูกศรจะชี้ออกจากตัวแปรแฝงไปยังตัวแปรสังเกต ซึ่งหมายความว่า องค์ประกอบก่อให้เกิดตัวแปรสังเกตเหล่านี้ ดังนั้นเวลานำไปวิเคราะห์จึงสามารถตัดหรือเพิ่มตัวแปรสังเกตได้ เพราะตัวแปรสังเกตเหล่านี้เกิดจากค่านิยามในเรื่องนั้นๆ จึงมีโอกาสเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ได้ (ปาณิก เสนาฤทธิไกร, 2564)

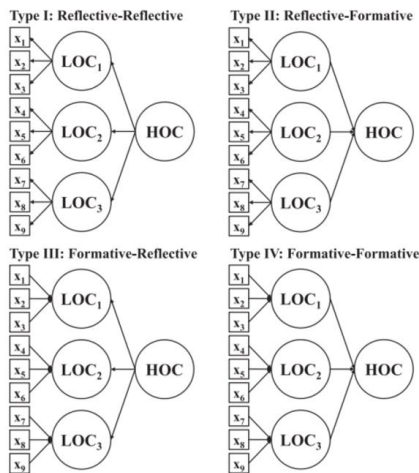


Fig. 1. Different types of higher-order constructs.
Note: LOC = lower-order component; HOC = higher-order component

ภาพที่ 6 ความแตกต่างระหว่าง Reflective กับ Formative
ที่มา: Sarstedt et al. (2019)

จากภาพที่ 6 เป็นการนำเสนอ Higher order ที่เป็นไปได้ทั้งแบบ Reflective และ Formative จึงเกิดขึ้นใน 4 ลักษณะ ได้แก่ 1) Reflective-Reflective 2) Reflective-Formative 3) Formative-Reflective และ 4) Formative-Formative ดังนั้นในการทำการวิเคราะห์ การลากลูกศรและกำหนดตัวแปรนั้นจึงมีความสำคัญมาก หากผู้วิจัยลากผิด เช่น ลากลูกศรจากตัวแปรสังเกตได้ขึ้นไปยังตัวแปรแฝง แต่ตัวผู้วิจัยนั้นไม่ได้ตั้งใจจะทำเป็นแบบ Formative ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์อาจทำให้เกิดผลที่ผิดพลาดได้ (ปาณิก เสนาฤทธิ์ไกร, 2564)

เมื่อทำการตรวจสอบองค์ประกอบเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาทำการทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้างในลำดับต่อไปโดยนำองค์ประกอบที่ผ่านการวิเคราะห์และปรับปรุงโมเดลเรียบร้อยแล้วมาเสนอเป็นแบบจำลองสมการโครงสร้างตามที่ได้พัฒนาขึ้นมา อย่างไรก็ตาม ในการทดสอบสมการโครงสร้างไม่ว่าจะเป็นแบบ 2 ขั้นตอน (Two-Step Modeling) หรือ 4 ขั้นตอน (Four-Steps Modeling) ก็มักจะแนะนำให้มีการวิเคราะห์และยืนยันองค์ประกอบเชิงโครงสร้างก่อนเสมอ (Kline, 2016)

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) นั้นถือเป็นส่วนหนึ่งของวิธีการสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อเป็นการยืนยันแบบจำลองการวัด (Measurement Model) ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างจะมีโปรแกรมที่ใช้ในการวิเคราะห์ เช่น โปรแกรม AMOS โปรแกรม LISREL โปรแกรม Mplus เป็นต้น เมื่อผู้วิจัยต้องการการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ผู้วิจัยจำเป็นต้องทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ถูกสร้างขึ้นมาก่อน เพื่อเป็นการยืนยันว่าเครื่องมือเหล่านั้นสอดคล้องหรือสนับสนุนกันจริงหรือไม่ตามทฤษฎีหรือหลักฐานที่ผู้วิจัยศึกษามานั้น โดยที่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ที่กล่าวไปข้างต้นนั้น จะอยู่ในรูปแบบของ Covariance-Based กล่าวคือ เป็นการคำนวณอยู่ภายใต้วิธีการของความแปรปรวนร่วม (Co-Variance) ดังนั้น จึงมีเงื่อนไขที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์หลายประการ เช่น จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ควรมีจำนวนมาก (Sidersidis, 2014; Kline, 2011; Wolf, 2013) อย่างไรก็ตาม ในขณะที่ปัญหาในแต่ละงานวิจัยมีโอกาสพบเจอว่า ไม่สามารถเก็บข้อมูลเป็นจำนวนมากได้ จึงมีแนวทางการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเพื่อลดความยุ่งยากและแก้ไขข้อจำกัดของปัญหาที่กล่าวมา คือการวิเคราะห์แบบ Partial Least Square หรือ PLS โดย PLS นี้จะใช้เป็น Variance-based จึงทำให้ลดเงื่อนไขลงได้ เช่น จำนวนตัวอย่าง ขั้นต่ำเพียง 8 ตัวอย่าง (Boulesteix, and Strimmer, 2007)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงควรให้ความสำคัญ เรียนรู้ เข้าใจ และศึกษาให้เข้าใจถึงการวิเคราะห์สมการโครงสร้างและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอย่างถูกต้อง เพราะทั้งสองประเด็นมีความสัมพันธ์ร่วมกัน หากผู้วิจัยเข้าใจในการวิเคราะห์ทั้งสองแบบแล้ว จะช่วยให้สามารถแก้ไขหรือพัฒนาแบบจำลองหรือโมเดลของผู้วิจัยที่ทำการศึกษานั้น ให้ดียิ่งขึ้นได้ จนส่งผลต่อการนำไปทำการวิจัยเพื่อต่อยอดในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: บิซิเนสเซอร์แอนดี้ตี.
- ปาณิก เสนาฤทธิ์ไกร. (2564). *CFA Series (3): Formative* [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.smartresearchthai.com/post/cfa-series-3-formative>
- ปาณิก เสนาฤทธิ์ไกร. (2565). *CFA series (4) Validity* [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.smartresearchthai.com/post/cfa-series-4-validity>
- พูลพงศ์ สุขสว่าง. (2557). หลักการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling : SEM). *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 6(2), 136-145.
- พูลพงศ์ สุขสว่าง. (2561). *แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling : SEM)* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ชลบุรี: เอ.พี.บลูปรินท์.
- สุภมาส อังคุชิตี, สมถวิล วิจิตรวรรณ, และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2552). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคโนโลยีการใช้โปรแกรม Lisrel* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- Bagozzi, R. P., and Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Boulesteix, A.-L., and Strimmer, K. (2007). Partial least squares: A versatile tool for the analysis of high-dimensional genomic data. *Briefings in Bioinformatics*, 8(1), 32-44.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Harun, Z., Zaki, P. H., Ismail, M. H., and Awang, K. W. (2016). The Confirmatory Factor Analysis (CFA) on GST compliance research model in Malaysia. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 2(4), 758-763.
- Oiseth, S., Jones, L., and Maza, E. (2022). *Causality, validity, and reliability* [Online]. Retrieved from <https://www.lecturio.com/concepts/causality-validity-and-reliability/>
- Roy, S., Tarafdar, M., Ragu-Nathan, T. S., and Marsillac, E. (2012). The effect of misspecification of reflective and formative constructs in operations and manufacturing management- research. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 10(1), 34-52.

-
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Jr., Cheah, J. H., Becker, J. M., and Ringle, C. M. (2019). How to specify, estimate, and validate higher-order constructs in PLS-SEM. *Australasian Marketing Journal*, 27(3), 197-211.
- Schumacker, R. E., and Lamax, R. G. (2016). *A beginner's guide to structural equation modeling* (4th ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tangpattanakit, J. (2022). Conceptualizing the Measuring Scale for Social Media Involvement. *Journal of Arts and Thai Studies*, 44(2), 166-178.
- Turner, R.C., Mulvenon, S.W., Thomas, S.P. and Balkin, R.S. (2002). *Computing Indices of Item Congruence for Test Development Validity Assessments*. [Online] Retrieved from <https://www2.sas.com/proceedings/sugi27/p255-27.pdf/>

จริยธรรมของการตีพิมพ์ (Publication Ethics)

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ให้ความสำคัญของจริยธรรมและบทบาทหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องหลักในการจัดทำวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์นี้ ไม่ว่าจะเป็นผู้เขียนบทความ บรรณาธิการวารสาร และผู้ประเมินบทความ ทางกองบรรณาธิการจึงจัดทำข้อกำหนดทางด้านจริยธรรมและบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

➤ บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

1. ต้นฉบับของบทความต้องเป็นผลงานใหม่ซึ่งไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในวารสารใดๆมาก่อน
2. ผู้เขียนต้องรายงานตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย ไม่ปกปิดหรือบิดเบือน หรือให้ข้อมูลที่มีลักษณะเป็นเท็จ
3. หากมีการนำข้อความใดๆจากผลงานของผู้อื่น มาใช้ในการอ้างอิงเพื่อประกอบการเขียนบทความของตนเอง ให้มีการจัดทำรายการอ้างอิงให้ครบถ้วน
4. ผู้เขียนต้องเขียนบทความวิจัยให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนด โดยศึกษาตัวอย่างจากเว็บไซต์ของวารสาร
5. ผู้เขียนจะต้องแก้ไขบทความให้ถูกต้องตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการ
6. ผู้เขียนยินยอมให้กองบรรณาธิการแก้ไขบทความ เพื่อให้ผลงานสมบูรณ์และตรงตามเงื่อนไขที่กองบรรณาธิการกำหนด

➤ บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความ ทั้งรูปแบบการเขียน ความครบถ้วน และคุณภาพของบทความ ก่อนเริ่มกระบวนการประเมินบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่ตนรับผิดชอบ
2. บรรณาธิการต้องใช้เหตุผลทางวิชาการในการพิจารณาบทความโดยปราศจากอคติที่มีต่อผู้เขียน
3. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความให้กับผู้อื่นทราบจนกว่าการประเมินบทความจากผู้ทรงคุณวุฒินั้นจะสิ้นสุด
4. บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใดๆกับผู้เขียน ผู้ประเมิน และทีมงานกองบรรณาธิการ
5. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งจากที่อื่นมาแล้ว
6. บรรณาธิการต้องไม่นำบทความหรือวารสารไปเป็นผลงานวิชาการของตนเองและใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
7. บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง โดยใช้โปรแกรมที่มีความน่าเชื่อถือ หากมีหลักฐานเชิงประจักษ์ว่ามีการคัดลอกผลงานผู้อื่น บรรณาธิการจะต้องหยุดทำการประเมิน และติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจงหรือปฏิเสธการตีพิมพ์ผลงานนั้นๆ

➤ บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความต้องไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบทความที่ส่งมาแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องตลอดระยะเวลาของการประเมินบทความ
2. ผู้ประเมินบทความต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน หรือมีความเกี่ยวข้องในด้านผลงานหรือลักษณะความเกี่ยวข้องที่จะทำให้ไม่สามารถประเมินและให้คำแนะนำได้อย่างอิสระ
3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากเนื้อหาในบทความ ไม่ใช่ความคิดเห็นส่วนตัวมาเกี่ยวข้องกับการประเมินบทความ
4. ผู้ประเมินบทความต้องระบุผลงานวิจัยที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการประเมินที่กำลังประเมิน ในกรณีที่ผู้เขียนไม่ได้มีการเขียนอ้างอิงเข้าไปด้วย
5. หากผู้ประเมินบทความพบว่าบทความที่ได้รับการประเมินมีเนื้อหาที่ซ้ำหรือเหมือนกับผลงานชิ้นอื่นๆ ให้แจ้งกับบรรณาธิการทราบโดยทันที

การเตรียมต้นฉบับผลงานที่รับตีพิมพ์วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ต้นฉบับงานพิมพ์หน้าเดียวด้วยกระดาษ B5 สามารถส่งต้นฉบับได้ทั้งภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ
2. ชื่อบทความ ต้องมีชื่อบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 16 point ตัวหนา กึ่งกลางหน้ากระดาษ
3. ชื่อผู้ส่งบทความ ต้องระบุชื่อ-นามสกุล ตามลำดับของผู้ส่งบทความ โดยใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 16 point กึ่งกลางหน้ากระดาษ พร้อมทั้งระบุสังกัด หน่วยงานในส่วนท้ายของหน้า โดยใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 10 point ตรงส่วนท้ายของหน้ากระดาษ ในบทความย่อภาษาไทย (รายละเอียดเพิ่มเติมที่เว็บไซต์ <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jmsku>)
4. บทความย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
บทความย่อภาษาไทย: ให้ใช้คำว่า “บทความย่อ” ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 16 point ตัวหนา ชิดซ้ายกระดาษ ส่วนเนื้อหาของบทความย่อ ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 14 point จัดแบบกระจายสม่ำเสมอ ประกอบด้วยสาระสำคัญของเรื่องโดยเฉพาะจุดมุ่งหมายของการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัยและผลการวิจัย เป็นภาษาไทย
บทความย่อภาษาอังกฤษ: ให้ใช้คำว่า “Abstract” ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 16 point ตัวหนาชิดซ้ายกระดาษ ส่วนเนื้อหาของบทความย่อ ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 14 point จัดแบบกระจายสม่ำเสมอ ประกอบด้วยสาระสำคัญของเรื่องโดยเฉพาะจุดมุ่งหมายของการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัยและผลการวิจัย เป็นภาษาอังกฤษ
5. เนื้อหาบทความ
5.1 เนื้อหาต้นฉบับมีความยาวไม่เกิน 20 หน้ากระดาษ B5 (รวมบทความย่อ เนื้อหา และเอกสารอ้างอิง)
5.2 หัวข้อในเนื้อหาบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 14 point ตัวหนาชิดซ้ายกระดาษ

5.3 เนื้อหาบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 14 Point และจัดแบบกระจายให้สม่ำเสมอ

6. องค์ประกอบของบทความ (ดาวน์โหลดได้ที่ <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jmsku>)

6.1 บทความวิจัยประกอบด้วย

บทความภาษาไทย: บทคัดย่อ คำสำคัญ Abstract Keyword ความเป็นมาและความสำคัญ ของปัญหา จุดมุ่งหมายของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม วิธีการดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย การอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง

บทความภาษาอังกฤษ: Abstract Keyword Background and Signification of the Research Problem Research objective(s) Scope of Research Literature Review Research Methodology Results Discussion Suggestions References

6.2 บทความวิชาการ

บทความภาษาไทย: บทคัดย่อ คำสำคัญ Abstract Keyword บทนำ สารบัญประเด็นต่างๆ ควรประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการศึกษา การตรวจสอบเอกสาร และ/หรือ ทฤษฎี หลักวิชาการที่แสดงเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับงานในประเด็นสำคัญ

บทความภาษาอังกฤษ: Abstract Keyword Introduction literature Review Methods (Theory and Academic Principal) Discussion and Conclusion References

7. การเขียนเอกสารอ้างอิง ให้ใช้รูปแบบ APA Style

8. สามารถศึกษาตัวอย่างบทความ คู่มือการใช้งานสำหรับผู้เขียน และสมัครใช้งานระบบวารสารได้ที่เว็บไซต์ <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jmsku>

9. ผู้ที่ประสงค์จะส่งบทความเพื่อตีพิมพ์วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยส่งบทความต้นฉบับได้ที่เว็บไซต์ <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jmsku/submission/wizard>

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
เปิดสอนระดับปริญญาตรี โท เอก ดังนี้

ระดับปริญญาตรี (หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต)	
Thai Programs (ภาคปกติและพิเศษ)	English Programs: EP
1) การจัดการ 2) การตลาดดิจิทัลและการสร้างตรา 3) ธุรกิจระหว่างประเทศ 4) การจัดการอุตสาหกรรมบริการ แขนงการจัดการโรงแรม 5) การจัดการอุตสาหกรรมบริการ แขนงการจัดการท่องเที่ยวร่วมสมัย 6) การบัญชี 7) การจัดการโลจิสติกส์ 8) การเงินและการลงทุน	1) การจัดการ 2) การตลาดดิจิทัลและการสร้างตรา 3) ธุรกิจระหว่างประเทศ 4) การจัดการอุตสาหกรรมบริการ แขนงการจัดการโรงแรม 5) การจัดการอุตสาหกรรมบริการ แขนงการจัดการท่องเที่ยวร่วมสมัย 6) การบัญชี 7) การจัดการโลจิสติกส์ 8) การเงินและการลงทุน
ระดับปริญญาโท (หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) ■ สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม (ภาคปกติและภาคพิเศษ)	
ระดับปริญญาเอก (หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต) ■ สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม	

JMSKU JOURNAL OF
MANAGEMENT
SCIENCES
Kasetsart University

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
199 หมู่ 6 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
โทรศัพท์: 038-352-828 ต่อ 661338

Email: jmsku@ku.ac.th

Website: <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jmsku>

