



VOL. 20 NO. 2 JULY - DECEMBER 2024

ISSN: 3056-9702 (ONLINE)

เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจปริทัศน์

BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW



คณะบริหารธุรกิจ คณะบัญชี
และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต



เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์

Business Administration and Economics Review

เจ้าของ : คณะบริหารธุรกิจ คณะบัญชี และ คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
(Business Administration and Economics Review)

บรรณาธิการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุจภา แพ่งเพชร
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการบริหาร (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตต์ วรรณศิลป์
ดร.สมิตา กลิ่นพวงค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันฤดี สุขสงวน
ดร.เฉลิมพร เอ็นเอ็ก
อาจารย์พงษ์ยุทธ กล้ายุธ
คุณจันทนา ก้อนทอง

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ กลั่นกรองบทความ (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมนวล วิเศษสรรพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตต์ วรรณศิลป์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตศร เทอดเผ่าพงศ์
ดร.กฤษฎา มุขัมหมัด
ดร.ศรัทธา สุทธิคุณ โอริญรักษ์
ดร.ปิยภรณ์ ชูชีพ
ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผกาวรัตน์ จำปาน้อย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ชินศรี

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการผลิตเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ กลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ อรุณี นรินทรกุล ณ อยุธยา
รองศาสตราจารย์ กุสุมา เวชชกุล
รองศาสตราจารย์ จารุพร ไวยนันท์
รองศาสตราจารย์ ดร.ราเชนทร์ ชินทยาวิจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ
รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ
ดร.วรศักดิ์ พุ่มมานนท์

รองศาสตราจารย์ ธาวิ หิรัญรัมย์
รองศาสตราจารย์ ศศันท์ วิวัฒน์ชาติ
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี
ศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย
รองศาสตราจารย์ กรรณิการ์ นิยมศิลป์
รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ชันชนภา

นาวาอากาศเอก รองศาสตราจารย์ ดร.สัลยุทธ์ สว่างวรรณ กองคณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ โรงเรียนนายเรืออากาศ
นาวาอากาศโท รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ตรีหง่าน
นาวาอากาศเอก ศาสตราจารย์ ไชยา วงษ์กระจ่าง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานพ เรียวเดชะ
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา วัจนะสาลิกากุล
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา พฤษาพันธุ์รัตน์
รองศาสตราจารย์ ดร.มณฑล ศาสนนันท์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิธิพัฒน์ ฉัตรอัครพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุชจรี พิเชฐกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล พันธุ์ภักดี
รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา
ดร.พิสิทธิ์ พัวพันธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา วนเศรษฐ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยศ อมรกิจวิทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา วิสมิตะนันท์
รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย นำประเสริฐชัย

ดร.กิริติ สุขในสิทธิ์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร ชุตินาสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ ไรจน์นิตติกุล

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
กองวิศวกรรมศาสตร์ โรงเรียนนายเรืออากาศ
คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ทรงคุณวุฒิประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจ
แห่งชาติ กระทรวงการคลัง

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้อำนวยการสายงานวิศวกรรมและการผลิต บริษัท ดีเอสแอล
ซีฟฟลายเซน (ประเทศไทย) จำกัด
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าธนบุรี
คณะการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง



รองศาสตราจารย์ ดร.นิติ รัตนปรีชาเวช

ดร.สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลสุชาดา ศิริสม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิระ บุญยเนตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม

ดร.นพพล สุวรรณทรัพย์

ผศ.ดร.ปรีชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา

ดร.จินดามาลา ลีนิวา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวิมล หลอมประโคน

ผู้อำนวยการโครงการธุรกิจจอสั่งหามทรัพย์ คณะ

พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะกรรมการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สถานที่ติดต่อกองบรรณาธิการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

52/347 พหลโยธิน 87 ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000

โทร. (02) 997-2222 ต่อ 1042, 1005, 1007

โทรสาร (02) 997-2222 ต่อ 1076

เว็บไซต์วารสาร : <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/bae/>

วัตถุประสงค์ (Objectives)

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางด้านวิชาการและการวิจัยในสาขาต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการบัญชี
2. เพื่อเป็นแหล่งระดมความคิดในการศึกษาค้นคว้าวิจัยและการพัฒนาทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการบัญชี
3. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแนวความคิดความรู้ ความก้าวหน้าในด้านการวิจัย และการให้บริการวิชาการ
4. เพื่อส่งเสริมสร้างองค์ความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการบัญชี
5. เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีไปใช้ในเชิงปฏิบัติในสถานการณ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการบัญชี

ขอบเขตของเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Scopes)

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review) เปิดรับบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทวิจารณ์หนังสือ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษจาก คณาจารย์ นักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย รวมทั้งเปิดกว้างสำหรับคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการ ผู้บริหาร นักธุรกิจ และผู้ที่สนใจทั่วไปจากภายนอกด้วย โดยบทความดังกล่าวต้องเป็นบทความที่มีการสร้างสรรค์ในองค์ความรู้ทางวิชาการที่มีประโยชน์และน่าสนใจต่อผู้อ่านอย่างชัดเจน บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์นั้นจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับบทความนั้นๆ ไม่น้อยกว่า 3 ท่าน โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการของเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review) จะครอบคลุมเนื้อหาดังนี้ (หรือด้านอื่นๆ ที่ไม่ได้กำหนดในที่นี้)

- เศรษฐศาสตร์
- การเงินและการลงทุน
- การจัดการการขนส่ง ซัพพลายเชน และโลจิสติกส์
- การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
- การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การตลาด
- การบัญชี
- การจัดการทรัพยากรมนุษย์และองค์กร
- การจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
- การจัดการทั่วไป

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ เป็นวารสารราย 6 (1 ปี มี 2 ฉบับ) คือ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

ข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ (Manuscript Requirements)

ผู้ส่งบทความจะต้องเขียนชื่อ นามสกุล ตำแหน่งงาน สถานที่ทำงานหรือสถานที่ศึกษาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งบทความควรมีความกระชับและชัดเจนและต้องเขียนชื่อบทความในรูปของทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งต้องเขียนบทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษซึ่งความยาวไม่ควรเกิน 250 คำ ผู้ส่งบทความต้องตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ต้นฉบับไม่ว่าจะเป็นตัวสะกดวรรคตอน เป็นต้น และต้องระบุประเภทของบทความให้ชัดเจนว่าเป็นบทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) หรือบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

- บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความทางวิชาการที่นำเสนอเนื้อหาสาระทางด้านวิชาการที่ผ่านการวิเคราะห์หรือประมวลความรู้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะจากบทความวิจัยที่ผ่านมา จากเอกสารอ้างอิงต่างๆ จากความคิดเห็นของผู้เขียนหรือผู้อื่น ซึ่งอาจมีการนำเสนอในแง่มุมใหม่ๆ ที่สนับสนุนหรือโต้แย้งทฤษฎีหรือองค์ความรู้ทางวิชาการเดิมหรือเป็นการนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีผู้ใดวิเคราะห์หรือเรียบเรียงมาก่อน
- บทความวิจัย (Research Article) เป็นงานเขียนที่มาจากการวิจัยของผู้เขียนหรือผู้ร่วมการทำวิจัยอย่างเป็นระบบและไม่เคยได้ทำการตีพิมพ์มาก่อน
- บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นงานเขียนบทความที่วิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระของหนังสือหรือบทความเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ต่อไปของผู้อ่าน

องค์ประกอบของบทความดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

บทความวิชาการ (Academic Article) และบทความวิจัย (Research Article) ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง (Title) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดไม่ต้องมีชื่อเรื่องเป็นภาษาไทย)
2. ชื่อผู้เขียน [Author (s)] ใช้ชื่อเต็มทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งระบุสถานที่ทำงานหรือสถานที่ศึกษาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งข้อมูลที่ติดต่อได้ เช่น เบอร์โทรศัพท์ และอีเมลติดต่อ โดยให้เขียนต่อจากชื่อเรื่อง (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดไม่ต้องมีชื่อผู้เขียนเป็นภาษาไทย)
3. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่สรุปสาระสำคัญของบทความไว้ครบถ้วนและควรมีความยาวไม่เกิน 250 คำ (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดไม่ต้องมีบทคัดย่อเป็นภาษาไทย)
4. คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่เกิน 5 คำ และระบุไว้ท้ายบทคัดย่อ (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดต้องมีคำสำคัญเป็นภาษาไทย)
5. เนื้อหา (Contents)

1. บทความวิชาการ (Academic Article) ควรประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

- 1.1 บทนำ (Introduction)
- 1.2 สารในประเด็นต่างๆ (Contents)
- 1.3 อภิปรายและสรุป (Discussion/Conclusion)
- 1.4 เอกสารอ้างอิง (References)

2. บทความวิจัย (Research Article) ควรประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 บทนำ (Introduction) โดยครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหารวมทั้งเสนอภาพรวมของบทความ
- 2.2 บททวนวรรณกรรม (Literature Review)
- 2.3 วิธีการวิจัย (Research Methodology) ที่สามารถอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยรวมถึงการเก็บข้อมูลหรือเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยอย่างชัดเจน
- 2.4 ผลการศึกษา (Research Finding)
- 2.5 อภิปรายและสรุป (Discussion/Conclusion)
- 2.6 เอกสารอ้างอิง (References)

6. เอกสารอ้างอิง (References)

บทความทุกบทความที่ส่งมายังวารสารเพื่อพิจารณาทั้งบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องเขียนอ้างอิงเอกสารหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ในการตอนท้ายของบทความเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น และให้เขียนในรูปแบบของ APA (American Psychology Association) โดยผู้ส่งบทความต้องตรวจสอบความถูกต้องของการเขียนอ้างอิงให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ บทความใดที่มีรูปแบบการอ้างอิงไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดจะไม่ได้รับการพิจารณาการประเมินบทความในขั้นตอนถัดไป

ตัวอย่างการอ้างอิงตามหลักเกณฑ์ APA ได้แก่

การอ้างอิงข้อความในวารสาร

❖ หลักเกณฑ์

Surname, initial. (year). title. journal name, volume, page number.

(นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ฉบับที่, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.)

❖ ตัวอย่าง

Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measure. **Journal of Marketing Research**, 18, 39-50.

การอ้างอิงหนังสือ

❖ หลักเกณฑ์

Surname, initial. (year). title. place of publication: publisher.

(นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.)

❖ ตัวอย่าง

Betz, F. (2003). **Managing Technological Innovation : Competitive Advantage From Change**. New Jersey: John Wiley & Sons.

ส่วนการอ้างอิงแบบอื่นๆ ให้ดูเพิ่มเติมในรายละเอียดของการอ้างอิงแบบ APA
(American Psychology Association)

บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่องของหนังสือ (Title) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียนของหนังสือ [Author(s)] ใช้ชื่อเต็มทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อมระบุสถาบันที่ผู้เขียนสังกัด
3. ชื่อผู้วิจารณ์ (Name of Reviewer) ประกอบด้วย หน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทร และอีเมลติดต่อ
4. เนื้อหาการวิจารณ์ (Review Content) ประกอบด้วย การแนะนำเกี่ยวกับหนังสือที่วิจารณ์ ส่วนที่แสดงความคิดเห็นและรายละเอียดของการวิจารณ์ พร้อมการกล่าวถึงจุดเด่นและจุดด้อยของหนังสือโดยอธิบายอย่างมีหลักเกณฑ์และเหตุผลตามหลักวิชาการ
5. บทสรุป (Conclusion) โดยการเขียนสรุปความคิดเห็นทั้งหมดที่ทำการวิจารณ์ พร้อมทั้งเสนอแนวคิดหรือข้อสังเกตของผู้วิจารณ์เอง

กระบวนการพิจารณาบทความ (Review Process)

บทความที่ผู้ส่งมาเพื่อพิจารณาสำหรับการลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาตามขั้นตอน ดังนี้

1. เมื่อทางกองบรรณาธิการได้รับบทความแล้วจะทำการแจ้งไปยังผู้ส่งบทความ
2. ทางกองบรรณาธิการจะตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความว่ามีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของวารสารหรือไม่ รวมถึงประโยชน์ของบทความนั้นๆ ว่านำไปใช้กับผู้อ่านหรือไม่ทั้งในเชิงทฤษฎีและการประยุกต์เพื่อนำไปใช้
3. เมื่อกองบรรณาธิการพิจารณากลับกรองขั้นแรกแล้วก็จะนำส่งไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความนั้นๆ เพื่อพิจารณาไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ว่าบทความนั้นๆ มีคุณภาพและเหมาะสมในการลงตีพิมพ์หรือไม่ ซึ่งการพิจารณาบทความนั้นผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ และผู้ส่งบทความก็จะไม่ทราบข้อมูลของผู้ทรงคุณวุฒิเช่นกัน (Double-Blind Process)
4. เมื่อบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้ส่งบทความทราบผลของการพิจารณา โดยจะอ้างอิงตามข้อเสนอของผู้ทรงคุณวุฒิว่าสมควรลงตีพิมพ์ในวารสารหรือไม่ สำหรับในกรณีที่มีการเสนอให้ผู้ส่งบทความมีการแก้ไข ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้ส่งบทความแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป



การส่งบทความ (Paper Submission)

ท่านสามารถส่งบทความต้นฉบับได้โดย

บทความภาษาไทย พิมพ์ด้วยฟอนท์ Angsana New ขนาด 16 พอยน์

บทความภาษาอังกฤษ พิมพ์ด้วยฟอนท์ Angsana New ขนาด 16 พอยน์

โดยสามารถส่งอีเมลในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Word หรือในรูปแบบของเอกสารทางไปรษณีย์พร้อมไฟล์ได้ที่

คณะบริหารธุรกิจ (เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์)

มหาวิทยาลัยรังสิต

52/347 พหลโยธิน 87 ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000

โทรศัพท์ : (02) 997-2222 ต่อ 1042, 1005, 1007

โทรสาร : (02) 997-2222 ต่อ 1076

เว็บไซต์วารสาร : www.rsu.ac.th/bae/

คำชี้แจงต่อผู้เขียน

1. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
2. บทความที่ผู้เขียนเสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร “เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์” ต้องไม่อยู่ในระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น
3. ผู้เขียนต้องส่งต้นฉบับถึงบรรณาธิการวารสาร “เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์” ก่อนกำหนดการออกวารสารอย่างน้อย 2 เดือน

คำชี้แจงการเสนอบทความ

1. บทความภาษาไทย

- 1.1 ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 18 pt ตัวหนา
- 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียน (ทุกคน) ประกอบด้วย ชื่อ-นามสกุล ของผู้เขียนทุกคน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ได้ชื่อเรื่องโดยใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวหนา
- 1.3 ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด และอีเมลของผู้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ครบทุกคน) ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 14 pt ตัวปกติ เขียนเป็นเชิงอรรถ โดยระบุให้ชัดเจนว่าชื่อใดคือ ผู้นิพนธ์ประสานงาน (corresponding author)

- 1.4 บทความจะต้องมีบทคัดย่อภาษาไทยและ Abstract มีความยาวไม่เกิน 250 คำ และต้องพิมพ์คำสำคัญในบทคัดย่อภาษาไทยและพิมพ์ Keywords ใน Abstract ส่วนเนื้อความใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวเอียง
- 1.5 เนื้อหาทั้งหมด (ใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ) ใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวปกติ ส่วนหัวข้อและให้ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 18 pt ตัวหนา และพิมพ์ให้ชิดขอบด้านซ้าย ให้ใช้ระยะบรรทัดห่าง 1 บรรทัด (Single space)
- 1.6 บทนำ (Introduction) ให้บรรยายครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัยพร้อมทั้งเสนอภาพรวมของบทความ
- 1.7 ตาราง (Table) ให้ใช้คำว่า ตารางที่ ตามด้วยตัวเลข และคำอธิบายตาราง อยู่บนเหนือตาราง ใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวปกติ ทั้งนี้หากเนื้อหาตารางมีจำนวนมาก อาจปรับเป็นคอลัมน์เดียว
- 1.8 รูปภาพ (Figure) ให้ใช้คำว่า ภาพที่ ตามด้วยตัวเลข และคำอธิบายภาพ อยู่ด้านล่างภาพ ใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวปกติ โดยจัดวางภาพและตำแหน่งให้เหมาะสม

2. บทความภาษาอังกฤษ

- 2.1 ชื่อเรื่องต้องระบุเป็นภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 18 pt ตัวหนา
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียน (ทุกคน) ต้องระบุเป็นภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวหนา
- 2.3 ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด และอีเมลของผู้เขียนเป็นภาษาอังกฤษ (ครบทุกคน) ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 14 pt ตัวปกติ เขียนเป็นเชิงอรรถ โดยระบุให้ชัดเจนว่าชื่อใดคือ ผู้นิพนธ์ประสานงาน (corresponding author)
- 2.4 บทความจะต้องมีบทคัดย่อภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 250 คำ และต้องพิมพ์ keywords ส่วนเนื้อความให้ใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวเอียง

ค่าธรรมเนียมการตรวจพิจารณาบทความ

ผู้ส่งบทความเพื่อให้ทางกองบรรณาธิการพิจารณาสำหรับการตีพิมพ์ ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการตรวจพิจารณาคุณภาพบทความในส่วนค่าตอบแทนของผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นจำนวนเงิน 4,000 บาท ต่อ 1 บทความ

โดยโอนเงินเข้า : บัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาออมทรัพย์วิทยาลัยรังสิต
ชื่อบัญชี “นางรุจาภา แผงเกษร และ นายพงษ์ยุทธ กล้ายุทธ” เลขที่บัญชี 875-7-269124 ซึ่งหลังการโอนเงิน โปรดแจ้งแก่ทางกองบรรณาธิการ เพื่อการตรวจสอบและดำเนินการในขั้นตอนต่อไป หรือท่านอาจส่งหลักฐานการโอนเงินไปยังอีเมล ba-rsu@rsu.ac.th

ทั้งนี้ กรณีบทความซึ่งผ่านการตรวจคุณภาพปรากฏผลการพิจารณาว่าถูกปฏิเสธการตีพิมพ์เจ้าของบทความไม่สามารถเรียกร้องขอค่าธรรมเนียมคืนจากทางกองบรรณาธิการ

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการในวารสารวิชาการ (Publication Ethics)

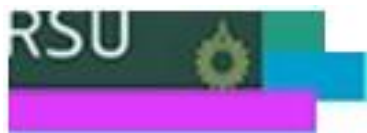
● บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์ (Duties of Authors) ต้องปฏิบัติดังนี้

- ✓ ผลงานที่ส่งมาเพื่อพิจารณาการตีพิมพ์นั้นต้องเป็นผลงานใหม่รวมทั้งต้องไม่เคยมีการตีพิมพ์ในที่ใดมาก่อน
- ✓ ต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยหรือผลงานอื่นทางวิชาการโดยต้องให้ข้อมูลที่เป็นจริงเท่านั้น
- ✓ ผลงานทางวิชาการต้องมีรูปแบบตามที่กำหนดไว้ตามคำแนะนำในข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ (Manuscript Requirements)
- ✓ ผู้นิพนธ์ทุกคนที่มีชื่อในผลงานทางวิชาการจะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการทำผลงานทางวิชาการนั้นจริง
- ✓ กรณีการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในผลงานของตนเอง ผู้นิพนธ์จะต้องทำการอ้างอิงผลงานของผู้อื่น และต้องจัดทำรายการอ้างอิงในตอนท้ายของบทความด้วย
- ✓ ในกรณีที่มีการกล่าวอ้างคัดลอกข้อความ คำพูด รูปภาพ หรือข้อมูลอื่นๆ ไม่ว่าตอนใดตอนหนึ่งหรือทั้งหมดมาจากแหล่งใดๆ ก็ตามโดยไม่ได้รับอนุญาตหรืออ้างอิงถึงที่มีอย่างถูกต้องชัดเจน ผู้นิพนธ์ต้องเป็นผู้รับผิดชอบในผลงานและการกระทำของตนเอง

● บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors) ต้องปฏิบัติดังนี้

- ✓ ต้องพิจารณาคุณภาพของบทความที่ได้รับมาเพื่อลงตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่ตนรับผิดชอบ
- ✓ ต้องไม่มีการเปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์และผู้ประเมินบทความให้กับบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
- ✓ ต้องตัดสินใจเลือกบทความเพื่อมาทำการตีพิมพ์หลังจากที่ได้ผ่านขั้นตอนของการประเมินบทความแล้วโดยพิจารณาจากความชัดเจน ความสำคัญ ความทันสมัย รวมทั้งความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร
- ✓ ต้องไม่ทำการตีพิมพ์บทความที่เคยได้รับการตีพิมพ์จากที่อื่นๆ มาแล้วโดยเด็ดขาด
- ✓ ต้องไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ใดๆ กับผู้นิพนธ์บทความ ผู้ประเมินบทความ และทีมบริหารวารสาร
- ✓ ต้องทำการตรวจสอบบทความในเรื่องของการคัดลอกผลงานของผู้อื่นอย่างจริงจังโดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกจากผลงานของผู้อื่น
- ✓ ถ้ามีการตรวจสอบพบว่าผู้นิพนธ์บทความมีการคัดลอกผลงานของผู้อื่นจากกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมินบทความ และต้องแจ้งให้ผู้นิพนธ์บทความทราบทันทีเพื่อให้ทำการชี้แจงสำหรับประกอบการตอบรับ หรือปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้นๆ

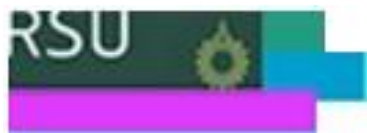
- บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers) ต้องปฏิบัติดังนี้
 - ✓ ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ตนทำหน้าที่ประเมินให้กับบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
 - ✓ ผู้ประเมินบทความสามารถปฏิเสธการประเมินบทความได้ถ้าผู้ประเมินเห็นว่าตนเองมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้พิมพ์ หรือรู้จักผู้พิมพ์เป็นการส่วนตัวหรือด้วยเหตุผลอื่นๆ อันเป็นเหตุให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระ
 - ✓ ผู้ประเมินควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญโดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่มีต่อสาขานั้นๆ คุณภาพของการวิเคราะห์ และความเข้มข้นของผลงาน ไม่ควรใช้ความเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินผลงานทางวิชาการ
 - ✓ ผู้ประเมินต้องระบุผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมินแก่ผู้พิมพ์ซึ่งผู้พิมพ์ไม่ได้อ้างอิงถึงเข้าไปในการประเมินบทความด้วย และหากส่วนใดของบทความนั้นๆ มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ แล้วผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้กับบรรณาธิการทราบทันที



สารบัญ

บทความวิจัย

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา โดย ไพรทูล บุญศรี จินดาภา ลีนิวา และ ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา	1
Development of HR Practice Model for Four-Star Hotel Industry in Yunnan Province during COVID-19 Pandemic By RONG HUA Paratchanun Charoenarpornwattana and Jindapa Leeniwa	21
ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ และราคาหลักทรัพย์ บริษัทแสนสิริ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดย จักริน สิริกุลธร และ นิธิภา อาจอุทธิ์	40
อิทธิพลของคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่มีต่อผลการดำเนินงาน ทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดย พนิดา คำภีเมือง และ ภัทรณัฏชา โชติคุณากิตติ	56
การเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินไทย หลังการแพร่ระบาด โคโรนาไวรัส 2019 โดย ภาณุพงศ์ ชงแถว และ คณิศร เทอดเผ่าพงศ์	76
ผลกระทบของเงินทุนหมุนเวียนต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงิน ก่อนและระหว่าง การแพร่ระบาดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ของบริษัทจดทะเบียน โดย วรณิณี ภริทตา และ คณิศร เทอดเผ่าพงศ์	93
แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตามแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ โดย สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ และ สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ	110



บทความวิจัย (ต่อ)

การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์ โดย ดาริกา แซ่โจ้ว และ พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์	131
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เซเวน อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ ในประเทศไทย โดย เสาวลักษณ์ ใจบาน ปุณยнух สมพัทธ์ และ กัลย์จิตา พันธุ์ขวาล	150
การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกสำหรับผู้ส่งออกสินค้าอาหารแปรรูป ด้วยเคลฟายเทคนิค โดย นพพล สุวรรณทรัพย์ และ จิรวดี อินทกาญจน์	160
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย โดย สุทินา ไทยเดชา จักรพงษ์ สุขพันธ์ อติสร สิทธิเวช และ สุตาภัทร คงเกิด	179
เศรษฐศาสตร์อาชญากรรมไซเบอร์: สถานะองค์ความรู้และการวิจัยในอนาคต โดย นิติพงษ์ ส่องศรีโรจน์	201
การศึกษาระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 เพื่อการพัฒนารูปแบบระบบสุขภาพเชิง ป้องกันที่เหมาะสมแก่ประชากรไทยตามแต่ละช่วงวัย โดย คชาภรณ์ สุขนิิตย์ ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน และ ไพรินทร์ ทองภาพ	223

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา

Work Motivation of line staffs at a 4-star hotel in Pattaya city

ไพฑูรย์ บุญศรี¹ จินดาภา ลีนิวา² ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา³

Paitoon Boonsri¹ Jindapa Leeniwa² Paratchanun Charoenarpornwattana³

¹นักวิชาการอิสระ

¹Independent Scholar, Thailand

Tel: 09-8858-4998 E-mail: paitoonboonsri@gmail.com

²อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษยศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

²Lecturer in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University

Tel. 09-8246-3624 E-mail: jindapa.le@go.buu.ac.th ***Corresponding Author***

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษยศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

³Assistant Professor in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University

Tel. 08-1349-5935 E-mail: paratchanun@go.buu.ac.th

(Received: February 17, 2024 ; Revised: April 11, 2024 ; Accepted: July 6, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา 2) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยากับปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอกแรน (Cochran) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ F-test โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาส่งส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 โดยมีความคิดเห็นมากที่สุดในด้านประโยชน์ของพนักงาน ด้านประโยชน์ต่อองค์กร และด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน ตามลำดับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการทำงาน และตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน ยกเว้น ด้านเพศที่มีระดับแรงจูงใจไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, พนักงานระดับปฏิบัติการ, โรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the work motivation of line staffs at a 4-star hotel in Pattaya city 2) to compare the work motivation of line staffs at a 4-star hotel in Pattaya city classified by personal factors. The research is quantitative research. The sample group used in the research was 400 line staffs at a 4-star hotel in Pattaya city. Data collection using questionnaires. The sample size was determined using Cochran's formula using the random sampling method. Statistics used to analyze data include frequency, percentage, mean, standard deviation. Testing t-test and F-test with statistical significance at the .05 level. It was found that the overall level of work motivation of line staffs at a 4-star hotel in Pattaya city have a high level of opinion, with an average of 4.17, with the highest opinion in terms of benefits to employee, benefits to the organization and clear management direction, respectively. Personal factors include age, education level, monthly income, work experience and job positions Different people have different motivation levels. Therefore, the hypothesis is accepted, except for the gender aspect, which has no difference in motivation levels.

Keywords: Work Motivation, Line staffs, 4-star hotel in Pattaya

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ส่งผลทำให้มีบทบาทที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่นำมาซึ่งเงินไหลเวียนภายในประเทศ ช่วยสร้างงาน และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อ้างอิงจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account: TSA) ในปี พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Gross Domestic Product: TGDP) มากถึง 3,005,552 ล้านบาท หรือเท่ากับสัดส่วนร้อยละ 17.79 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในปี 2563-2565 ที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อองค์กร และสังคมต่าง ๆ ต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงานให้สอดคล้องกับยุคปรกติใหม่ องค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะธุรกิจด้านโรงแรมจำเป็นต้องสร้างแรงกระตุ้นให้บุคลากรรู้สึกอยากทำงาน ไม่อยากลาออก เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สภาวะทางอารมณ์ ความรู้สึก และความต้องการของบุคคล เป็นสิ่งเร้าที่ส่งผลต่อกระบวนการทำงานที่มี

อิทธิพลต่อบุคลากรในองค์กร ผู้บริหารโรงแรมควรศึกษาสิ่งจูงใจ และกระตุ้นให้บุคลากรเกิดกำลังใจ ในการปฏิบัติงาน การทำความรู้จักและเข้าใจในความรู้สึก ค่านิยม ธรรมชาติและความต้องการของ บุคลากร ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ผู้บริหารโรงแรมควรนำมาใช้ในการเสริมแรง เพื่อจูงใจให้บุคลากร ทำงานให้กับองค์กรได้ตามความต้องการเพื่อบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร (บุรินทร์วรวิทย์ พ่วนอุ้ย อนุชิต บุรณพันธ์ และมัทนา วังถนอมศักดิ์, 2565) ดังนั้นการบริหารงานของโรงแรมให้เกิดประโยชน์ สูงสุด จึงจำเป็นต้องมีการจูงใจให้บุคลากรในองค์กร มีกำลังใจ มีความตั้งใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติ หน้าที่อย่างเต็มความสามารถ เพราะบุคคลที่ได้รับการจูงใจที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการ จะสามารถทำงาน ได้อย่างดี และมุ่งมั่นที่จะให้ผลงานออกมาดีที่สุด ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กรและ ความสำเร็จของตัวบุคคลด้วย

การที่จะให้โรงแรมมีศักยภาพการแข่งขันด้านงานบริการจำเป็นต้องอย่างมากในการที่จะต้องหา แนวทางที่จะสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นในใจพนักงานอย่างมากในการที่จะต้องหาแนวทางที่จะสร้าง แรงจูงใจให้เกิดขึ้นในใจพนักงาน เพราะความรู้สึกลึกภายใน คือ หัวใจหลักที่จะทำงานบริการออกมาได้ดี อันจะส่งผลต่อโรงแรมสามารถแข่งขันกับโรงแรมอื่น ๆ และประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ธุรกิจ โรงแรมในปัจจุบันยังมีการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งทางด้านการบริการของโรงแรมและการได้มาซึ่งผู้ที่มาใช้ บริการ และยังคงแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งพนักงานที่มีคุณภาพ ดังนั้นนอกจากสวัสดิการขั้นพื้นฐาน บุคลากรส่วนใหญ่ยังคงคาดหวังถึงสวัสดิการในด้านต่าง ๆ ที่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพชีวิต ความก้าวหน้าในอาชีพการงาน เพื่อให้พนักงานสามารถที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เต็มใจ ที่จะปฏิบัติงานได้อย่างที่แท้จริง โรงแรมจึงควรมีการพัฒนาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสร้าง ความรู้สึกความต้องการปฏิบัติงาน ในการนำไปเป็นแนวทางในการรักษาไว้ของพนักงานที่มีคุณภาพ (ไพโรทูล บุญศรี, ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา และ สฤณยู ชีระวนิชตระกูล, 2564)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โรงแรม 4 ดาว ใน เมืองพัทยา
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โรงแรม 4 ดาว ใน เมืองพัทยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

คำถามการวิจัย

1. ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา เป็นอย่างไร
2. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยส่วนบุคคลเป็นอย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน: พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยามีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1 พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยามีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2 พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยามีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3 พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยามีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

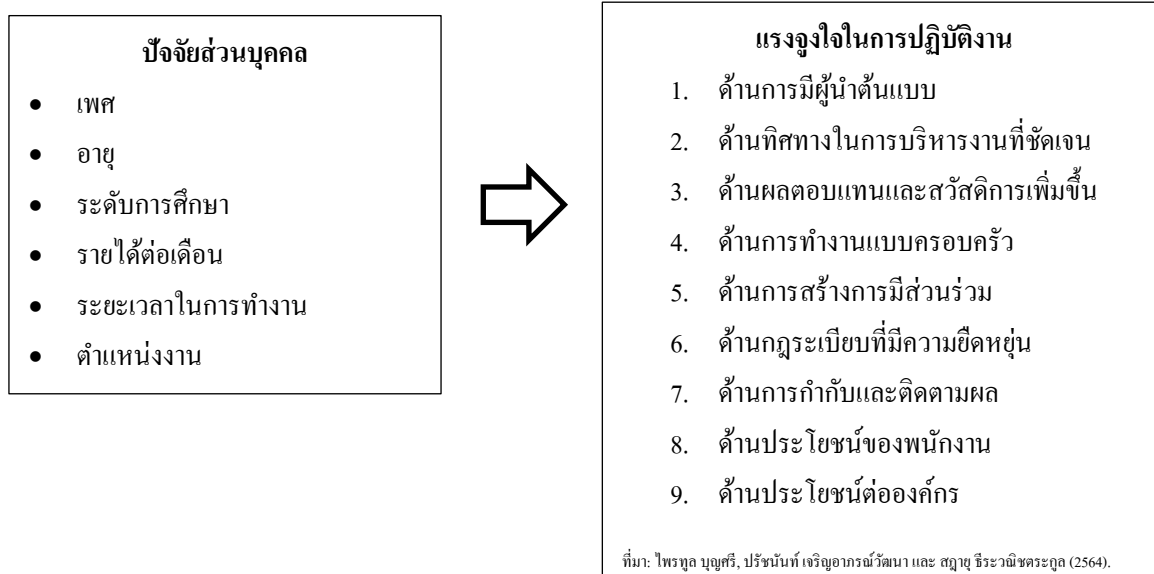
สมมติฐานย่อยที่ 4 พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยามีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 5 พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยามีระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 6 พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยามีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

กรอบแนวคิด

การวิจัยในครั้งนี้ ได้ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยานี้ โดยผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดของไพโรทูล บุญศรี, ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา และ สฎายุ ชีระวิชิตระกูล (2564). และได้สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้บริหาร และผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ทราบถึงแนวทางการต้องการของพนักงานในระดับปฏิบัติการที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้ดีขึ้นภายใต้แรงจูงใจที่ต้องการและคุณภาพชีวิตที่ดีอันจะส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

2. ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์สามารถนำผลของการวิจัยไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการสร้างแรงจูงใจของพนักงานในระดับปฏิบัติการของโรงแรม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โรงแรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโรงแรมอื่น ๆ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานระดับปฏิบัติการ โรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของคอกแรน (Cochran, 1953). โดยแทนที่ระดับความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 0.5 ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จะได้ผลทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง และผู้วิจัยสำรองไว้ 4% หรือเท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ระยะเวลาในการทำงาน และตำแหน่งงาน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน รวม 34 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการมีผู้นำต้นแบบ ด้านทิศทางในการบริหารงานที่ชัดเจน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น ด้านการทำงานแบบครอบครัว ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม ด้านกฎระเบียบที่มีความยืดหยุ่น ด้านการกำกับและติดตามผล ด้านประโยชน์ของพนักงาน และด้านประโยชน์ต่อองค์กร และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ผู้วิจัยหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการใช้วิธีการหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) จากสูตร (Riviovelli and Hambleton, 1997) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ทำการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย ค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.60-1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α : Cronbach Alpha Coefficient) โดยค่าที่จะได้รับการยอมรับในแต่ละข้อต้องมีค่าเท่ากับ 0.962 (Cronbach, 1970).

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการติดต่อประสานงานผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา พร้อมทั้งชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลและยื่นแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) และหลังจากที่ผู้วิจัยได้รับแบบตอบกลับครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บรวบรวม แบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.สถิติเชิงพรรณนาการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการทำงาน และตำแหน่งงาน ซึ่งประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.สถิติเชิงอนุมานสำหรับการวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบโดยใช้ค่า t-test และค่า One-way Anova (F-test) กำหนดกลุ่มนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา และ 3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยากับตามปัจจัยส่วนบุคคล

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา จำนวน 400 คน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการทำงาน และตำแหน่งงาน โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 มีระยะเวลาในการทำงาน 1 - 3 ปี มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และมีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานฝ่ายแม่บ้าน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

2. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา ซึ่งแบ่งออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีผู้นำต้นแบบ ด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น ด้านการทำงานแบบครบวงจร ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม ด้านกฎระเบียบที่มีความยืดหยุ่น ด้านการกำกับและติดตามผล ด้านประโยชน์ของพนักงาน และด้านประโยชน์ต่อองค์กร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา โดยภาพรวม

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา		ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านการมีผู้นำต้นแบบ	4.19	0.59	มาก
2	ด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน	4.20 ³	0.65	มาก
3	ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น	4.07	0.68	มาก
4	ด้านการทำงานแบบครอบครัว	4.17	0.62	มาก
5	ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม	4.16	0.59	มาก
6	ด้านกฎระเบียบที่มีความยืดหยุ่น	4.15	0.65	มาก
7	ด้านการกำกับและติดตามผล	4.18	0.62	มาก
8	ด้านประโยชน์ของพนักงาน	4.23 ¹	0.61	มาก
9	ด้านประโยชน์ต่อองค์กร	4.21 ²	0.60	มาก
รวมเฉลี่ย		4.17	0.53	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทุก ๆ ด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านประโยชน์ของพนักงานมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 1 ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.61) รองลงมาคือด้านประโยชน์ต่อองค์กร ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.60) และด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ โดยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.68)

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์แรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาจำแนกตามเพศวม

รายการ	ชาย (N=143)		หญิง (N=257)		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านการมีผู้นำต้นแบบ	4.32	0.59	4.12	0.58	3.211	.001**
ด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน	4.25	0.69	4.17	0.63	1.243	.215
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น	4.17	0.71	4.01	0.66	2.231	.026*
ด้านการทำงานแบบครอบครัว	4.24	0.66	4.12	0.59	1.789	.075
ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม	4.22	0.65	4.13	0.56	1.419	.157
ด้านกฎระเบียบที่มีความยืดหยุ่น	4.14	0.69	4.15	0.63	-0.175	.862
ด้านการกำกับและติดตามผล	4.23	0.68	4.15	0.58	1.230	.220
ด้านประโยชน์ของพนักงาน	4.28	0.65	4.20	0.58	1.203	.230
ด้านประโยชน์ต่อองค์กร	4.23	0.64	4.20	0.58	0.494	.621
รวม	4.23	0.58	4.14	0.50	1.601	.111

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและค่าเฉลี่ยของแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา พบว่าเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง ผลของค่า sig. ที่ 0.111 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีเพียงด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น ที่มีค่า sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เท่ากับ .026 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศต่างกันแรงงูใจในการปฏิบัติงานไม่ต่างกัน

ดังนั้นการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 เพศที่แตกต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว
ในเมืองพัทยาจำแนกตามอายุ

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านการมีผู้นำต้นแบบ	ระหว่างกลุ่ม	7.657	5	1.531	4.624	.000**
	ภายในกลุ่ม	130.485	394	.331		
	รวม	138.142	399			
ด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	7.464	5	1.493	3.654	.003**
	ภายในกลุ่ม	160.980	394	.409		
	รวม	168.444	399			
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	4.731	5	.946	2.083	.067
	ภายในกลุ่ม	178.934	394	.454		
	รวม	183.665	399			
ด้านการทำงานแบบครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	8.316	5	1.663	4.520	.001**
	ภายในกลุ่ม	144.962	394	.368		
	รวม	153.277	399			
ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	7.833	5	1.567	4.678	.000**
	ภายในกลุ่ม	131.942	394	.335		
	รวม	139.774	399			
ด้านกฎระเบียบที่มีความยืดหยุ่น	ระหว่างกลุ่ม	5.207	5	1.041	2.493	.031*
	ภายในกลุ่ม	164.591	394	.418		
	รวม	169.797	399			
ด้านการกำกับและติดตามผล	ระหว่างกลุ่ม	6.521	5	1.304	3.500	.004**
	ภายในกลุ่ม	146.829	394	.373		
	รวม	153.350	399			
ด้านประโยชน์ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	11.061	5	2.212	6.360	.000**
	ภายในกลุ่ม	137.054	394	.348		
	รวม	148.116	399			

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านประโยชน์ต่อองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	8.511	5	1.702	4.898	.000**
	ภายในกลุ่ม	136.926	394	.348		
	รวม	145.438	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	6.803	5	1.361	5.058	.000**
	ภายในกลุ่ม	105.993	394	.269		
	รวม	112.796	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา พบว่ามีผลของค่า sig. ที่ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียงด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้นที่มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีค่า sig. เท่ากับ .067 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ดังนั้นการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับ H_1 อายุที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาจำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านการมีผู้นำต้นแบบ	ระหว่างกลุ่ม	5.773	3	1.924	5.757	.001**
	ภายในกลุ่ม	132.369	396	.334		
	รวม	138.142	399			
ด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	7.013	3	2.338	5.735	.001**
	ภายในกลุ่ม	161.431	396	.408		
	รวม	168.444	399			

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	4.762	3	1.587	3.514	.015*
	ภายในกลุ่ม	178.903	396	.452		
	รวม	183.665	399			
ด้านการทำงานแบบครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	10.119	3	3.373	9.330	.000**
	ภายในกลุ่ม	143.159	396	.362		
	รวม	153.278	399			
ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	6.309	3	2.103	6.239	.000**
	ภายในกลุ่ม	133.466	396	.337		
	รวม	139.774	399			
ด้านกฎระเบียบที่มีความยืดหยุ่น	ระหว่างกลุ่ม	10.104	3	3.368	8.352	.000**
	ภายในกลุ่ม	159.693	396	.403		
	รวม	169.798	399			
ด้านการกำกับและติดตามผล	ระหว่างกลุ่ม	11.149	3	3.716	10.349	.000**
	ภายในกลุ่ม	142.201	396	.359		
	รวม	153.350	399			
ด้านประโยชน์ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	10.504	3	3.501	10.075	.000**
	ภายในกลุ่ม	137.612	396	.348		
	รวม	148.116	399			
ด้านประโยชน์ต่อองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	13.748	3	4.583	13.780	.000**
	ภายในกลุ่ม	131.690	396	.333		
	รวม	145.438	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	8.083	3	2.694	10.189	.000**
	ภายในกลุ่ม	104.714	396	.264		
	รวม	112.796	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและค่าเฉลี่ยของแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา พบว่ามีผลของค่า sig. ที่ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ดังนั้นการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับ H_1 ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์แรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาจำแนกตามรายได้

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านการมีผู้นำต้นแบบ	ระหว่างกลุ่ม	11.648	4	2.912	9.094	.000 **
	ภายในกลุ่ม	126.494	395	.320		
	รวม	138.142	399			
ด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	20.978	4	5.244	14.048	.000 **
	ภายในกลุ่ม	147.467	395	.373		
	รวม	168.444	399			
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	23.895	4	5.974	14.769	.000 **
	ภายในกลุ่ม	159.770	395	.404		
	รวม	183.665	399			
ด้านการทำงานแบบครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	14.982	4	3.745	10.698	.000 **
	ภายในกลุ่ม	138.296	395	.350		
	รวม	153.277	399			
ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	13.197	4	3.299	10.295	.000 **
	ภายในกลุ่ม	126.578	395	.320		
	รวม	139.774	399			

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านกฎระเบียบที่มี ความยืดหยุ่น	ระหว่างกลุ่ม	19.955	4	4.989	13.151	.000**
	ภายในกลุ่ม	149.842	395	.379		
	รวม	169.797	399			
ด้านการกำกับและ ติดตามผล	ระหว่างกลุ่ม	20.312	4	5.078	15.077	.000**
	ภายในกลุ่ม	133.038	395	.337		
	รวม	153.350	399			
ด้านประโยชน์ของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	19.849	4	4.962	15.281	.000**
	ภายในกลุ่ม	128.267	395	.325		
	รวม	148.116	399			
ด้านประโยชน์ต่อ องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	10.353	4	2.588	7.568	.000**
	ภายในกลุ่ม	135.085	395	.342		
	รวม	145.438	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	16.284	4	4.071	16.661	.000**
	ภายในกลุ่ม	96.513	395	.244		
	รวม	112.796	399			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้และค่าเฉลี่ยของแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา พบว่ามีผลของค่า sig. ที่ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ดังนั้นการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 4 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับ H_1 รายได้แตกต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว
ในเมืองพัทยาจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านการมีผู้นำต้นแบบ	ระหว่างกลุ่ม	3.471	3	1.157	3.402	.018*
	ภายในกลุ่ม	134.671	396	.340		
	รวม	138.142	399			
ด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	4.741	3	1.580	3.823	.010*
	ภายในกลุ่ม	163.703	396	.413		
	รวม	168.444	399			
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	11.766	3	3.922	9.035	.000**
	ภายในกลุ่ม	171.899	396	.434		
	รวม	183.665	399			
ด้านการทำงานแบบครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	4.759	3	1.586	4.229	.006**
	ภายในกลุ่ม	148.519	396	.375		
	รวม	153.277	399			
ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	3.754	3	1.251	3.643	.013*
	ภายในกลุ่ม	136.020	396	.343		
	รวม	139.774	399			
ด้านกฎระเบียบที่มีความยืดหยุ่น	ระหว่างกลุ่ม	4.160	3	1.387	3.315	.020*
	ภายในกลุ่ม	165.638	396	.418		
	รวม	169.798	399			
ด้านการกำกับและติดตามผล	ระหว่างกลุ่ม	5.651	3	1.884	5.050	.002**
	ภายในกลุ่ม	147.699	396	.373		
	รวม	153.350	399			
ด้านประโยชน์ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.200	3	1.733	4.802	.003**
	ภายในกลุ่ม	142.916	396	.361		
	รวม	148.116	399			

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านประโยชน์ต่อองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	3.935	3	1.312	3.671	.012*
	ภายในกลุ่ม	141.502	396	.357		
	รวม	145.437	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.313	3	1.438	5.248	.001**
	ภายในกลุ่ม	108.483	396	.274		
	รวม	112.796	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาในการทำงานได้และค่าเฉลี่ยของแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา พบว่ามีผลของค่า sig. ที่ .001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาในการทำงานต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ดังนั้นการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 5 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับ H_1 ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์แรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาจำแนกตามตำแหน่งงาน

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านการมีผู้นำต้นแบบ	ระหว่างกลุ่ม	3.035	6	.506	1.471	.187
	ภายในกลุ่ม	135.107	393	.344		
	รวม	138.142	399			
ด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	3.154	6	.526	1.250	.280
	ภายในกลุ่ม	165.291	393	.421		
	รวม	168.444	399			

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	5.970	6	.995	2.201	.042*
	ภายในกลุ่ม	177.695	393	.452		
	รวม	183.665	399			
ด้านการทำงานแบบครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	5.420	6	.903	2.401	.027*
	ภายในกลุ่ม	147.857	393	.376		
	รวม	153.278	399			
ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	3.864	6	.644	1.862	.086
	ภายในกลุ่ม	135.910	393	.346		
	รวม	139.774	399			
ด้านกฎระเบียบที่มีความยืดหยุ่น	ระหว่างกลุ่ม	4.177	6	.696	1.652	.132
	ภายในกลุ่ม	165.620	393	.421		
	รวม	169.798	399			
ด้านการกำกับและติดตามผล	ระหว่างกลุ่ม	5.116	6	.853	2.261	.037*
	ภายในกลุ่ม	148.234	393	.377		
	รวม	153.350	399			
ด้านประโยชน์ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.012	6	.835	2.294	.034*
	ภายในกลุ่ม	143.104	393	.364		
	รวม	148.116	399			
ด้านประโยชน์ต่อองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	4.314	6	.719	2.002	.064
	ภายในกลุ่ม	141.124	393	.359		
	รวม	145.438	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.855	6	.642	2.317	.033*
	ภายในกลุ่ม	108.942	393	.277		
	รวม	112.796	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานและค่าเฉลี่ยของแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา พบว่ามีผลของค่า sig. ที่ .033 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น ด้านการทำงานแบบครบคร้ว ด้านการกำกับและติดตามผล และด้านประโยชน์ของพนักงาน มีค่า sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ดังนั้นการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 6 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับ H_1 ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาแตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 มีระยะเวลาในการทำงาน 1 - 3 ปี มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และมีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานฝ่ายแม่บ้าน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

จากการวิจัย เรื่องแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา ผู้วิจัยพบผลที่เป็นประเด็นการการวิจัย ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย 1. เพื่อศึกษาระดับแรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยา พบว่า

ระดับแรงงูใจในการปฏิบัติงานโดยภาพรวม พนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 โดยมีความคิดเห็นมากที่สุด ซึ่งผู้บริหารโรงแรมสร้างแรงงูใจในการทำงานให้กับพนักงาน โดยควรคำนึงถึงด้านประโยชน์ของพนักงาน ด้านประโยชน์ต่อองค์กร และด้านทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน ตามลำดับ ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒน์ชัย ไชยอำพร สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ และปภพ พุฒิมานรดิกุล (2565) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาวัฒนธรรมองค์กร แรงงูใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในระดับปฏิบัติการของอุตสาหกรรมบริการในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าภาพรวมด้านแรงงูใจในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของประเทือง มูลทองดง ชิน โสณ วิสิฐนิจิกิจา และสาวิตรี จบศรี

(2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าภาพรวมด้านแรงจูงใจในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย 2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาว ในเมืองพัทยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการทำงาน และตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน ยกเว้น ด้านเพศที่มีระดับแรงจูงใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยไพลิน อิงบุญ กนกวรรณ แสนเมือง และกาญจนา พันธุ์เยี่ยม (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทสยามราช จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท สยามราช จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุงานต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทสยามราช จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหารและเจ้าของโรงแรมควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมการสร้างแรงจูงใจพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงแรม 4 ดาว ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ของพนักงาน ผลประโยชน์ขององค์กร และการมีทิศทางในการบริหารงานที่ชัดเจน โดยเน้นการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก และควรที่จะมีการพัฒนาและส่งเสริมการสร้างแรงจูงใจอย่างต่อเนื่องในด้านอื่น ๆ

2. ควรขยายขอบเขตในการศึกษาที่มากขึ้น เพื่อให้ได้ผลของการวิจัยที่ครอบคลุมและเกิดประโยชน์แก่ผู้บริหารและธุรกิจโรงแรมมากยิ่งขึ้น

REFERENCES

- Aingboon, P., Sanmuang, K., & Punoiam, K. (2019). Work Motivation of Employees at Siamraj Public Company Limited. **Social Science Journal of Prachachuen Research Network**, 1(1), 1-13.
- Alderfer, C. P. (1969). An Empirical Test of A New Theory of Human Needs. **Organizational Behavior and Human Performance**, 4, 142-175.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). **Research in Educational** (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Boonsri, P. (2021). **Job Motivation of One Excellent Four-Star Hotel Staff in Pattaya City: The Employees' Perspectives** (Master's thesis). Retrieved from <https://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/202/1/62920114.pdf>
- Chaiamporn, V. (2021). **A Study of Organizational Culture, Work Motivation and Work Environment Affecting Organizational Commitment of Operational Staff of Service Industry in Bangkok** (Independent Study). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4725/3/vattanachai_chai.pdf
- Cochran, W. G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of psychological testing** (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing** (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). **The motivation to work**. New York: John Wiley & Sons.
- Likert, R. (1961). **New Patterns of Management**. New York: McGraw-Hill.
- McClelland, D. (1961). **The achieving society**. Princeton, New Jersey: Van Nostrand Company Inc.
- McGregor, D. (1960). **The Human Side of Enterprise**. New York: McGraw-Hill.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). **National Tourism Development Plan No. 3 (2023 - 2027)**. Retrieved from <https://intelligencecenter.tat.or.th/wp-content/uploads/2024/01/ฉบับที่3-พ.ศ.-2566-2570.pdf>
- Mooltongton, P., Visitnitikija, C., & Jobsri, S. (2021). Motivation Factors Affecting the Performance of the Employees of 3 Stars hotel in Bangkok. **Journal of Humanities and Social Science Research**, 23(2), 39-49.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the Assessment of criterion-referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research**, 2, 49-60.

Development of HR Practice Model for Four-Star Hotel Industry in Yunnan Province during COVID-19 Pandemic

RONG HUA¹ Paratchanun Charoenarpornwattana² Jindapa Leeniwa³

¹M.A. student in Human Resource Development of Burapha University, Thailand

Tel. 0807147440 E-mail: 64920629@go.buu.ac.th

²Assistant Professor, Faculty of Education, Burapha University, Thailand

Tel. 08-1349-5935 E-mail: paratchanun@go.buu.ac.th

³Lecturer in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University

Tel. 09-8246-3624 E-mail: jindapa.le@go.buu.ac.th

(Received: April 28, 2024 ; Revised: June 3, 2024 ; Accepted: June 8, 2024)

Abstract

This study explores the impact of COVID-19 pandemic on human resources in the four-star hotel industry in Yunnan Province, explores the role of human resource practices in four-star hotels in Yunnan Province during COVID-19 pandemic, and proposes a model of human resource practices in the hotel industry. This study used qualitative research as the research design, constructivist as the research paradigm, and grounded theory methodology to investigate the role of human resource practices in four-star hotels in Yunnan Province. The data collection method of this study was in-depth interviews, and data information was collected from 20 human resource practitioners in four-star hotels in Yunnan Province. The data were manually coded and then analyzed. The research results indicate that COVID-19 pandemic has caused human resource impacts and challenges in Yunnan Province. Reasonable implementation of human resource practices can help hotels cope with these impact and reduce hotel losses.

Keywords : *human resource practices, hotel industry, COVID-19 pandemic*

Introduction

The World Health Organization (WHO) declared Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) a global epidemic on March 11, 2020 (WHO, 2020). The virus spread rapidly and led to numerous infections and deaths worldwide. This huge crisis caused the global hotel industry to experience an unprecedented low. During the COVID-19 outbreak, many hotels in China had closed (HNN, 2020). From May to September 2020, the willingness to travel dropped by about 50% in Asia and about 30% in the Americas and Europe (Gallego & Font, 2020). Over the past few years, the total number of Chinese travelers has only reached about 50% of what it was in 2019 due to the epidemic. Many tourists had to postpone or even cancel their travel plans and the hotel industry was greatly affected.

Health, social and economic crises inevitably lead to organizational changes and may pose a threat to employees (Meyer et al., 2017). The hotel industry is very vulnerable to health crises, disasters and other risks. COVID-19 pandemic not only have a huge impact on the revenues of the hotel industry, but it also poses a number of human resource challenges to the hotel industry (Jung et al., 2021). Some hotels could only reduce their labor costs by layoffs in order to maintain their operations. The psychological effects of layoffs and COVID-19 pandemic can lead to stress, depression and loneliness (WHO, 2020). This can make some hotel employees feel threatened and create job insecurity (Baum et al., 2020) reducing employee motivation (Iqbal et al., 2011). Although the root cause of job insecurity in such crises is external problems, employees also attribute job insecurity to internal problems of the organization (Van Hootegeem et al., 2018). As hotel employees are exposed to a large number of customers, which increases the risk of infection, employees may experience negative emotions such as stress, anxiety and fear. Lack of protective knowledge, awareness and equipment can increase the health risk of employees and even endanger their lives. At the same time, COVID-19 pandemic has changed people's work environment and work patterns. Maintaining social distance is a way to cope with coronavirus, and some employees are reluctant to change their work patterns. (Atkeson, 2020).

Research on the impact of incidents on the hotel industry usually points to consumers and managers (Ritchie & Jiang, 2019). However, there is little discussion on how these incidents affect hotel employees and organizations, and how HR practices can help hotels face these incidents. As the COVID-19 pandemic global situation improves and the Chinese government removes most of the anti-epidemic restrictions in 2023, the tourism and hotel industry gradually begin to recover. (CCTV, 2023). But this does not mean that COVID-19 pandemic is no longer a continuing global health threat (WHO, 2023); re-infections still occur and people should not let their guard down (AMA, 2023).

Emerging HR issues have become prominent in organizations when conducting risk management oversight (Cooke et al., 2020). HR practices during the COVID-19 pandemic period are critical to the organization and contingency plans must be developed to manage HR-related risks (Carnevale and Hatak, 2020). Therefore, it is important to explore the hotel industry's HR practices and propose a model of HR practices accordingly. As four- and five-star hotels are more comprehensively staffed than other star hotels, they better reflect the impact of COVID-19 pandemic on hotel human resources. In Yunnan Province, there are more four-star hotels, so this study chooses four-star hotels as the research object. This study can help HR managers to understand the HR impact of COVID-19 pandemic on the hotel industry and the role of hotel HR practices in COVID-19 pandemic, and provide a reference for HR practice patterns in the hotel industry under the influence of COVID-19 pandemic.

Objectives of the Study

1. To explore the impact of COVID-19 pandemic on human resource management for the four-star hotel in Yunnan province.
2. To study the role of HR practices for the four-star hotel industry in Yunnan province in dealing with COVID-19 pandemic.
3. To study the HR practice of a four-star hotel in Yunnan province during COVID-19 pandemic.
4. To propose a model of HR practices for the four-star hotel in Yunnan province during COVID-19 pandemic.

Research Questions

1. What are the impacts of COVID-19 pandemic on the human resource management for the four-star hotels in Yunnan province?
2. How did the four-star hotel industry in Yunnan province respond to COVID-19 pandemic in the early and middle stages of the pandemic?
3. What are the HR practices of the four-star hotel industry in Yunnan province during COVID-19 pandemic?
4. What does the model of HR practice for a four-star hotel in Yunnan province look like?

Literature Review

Human Resource Practices: Human resource management practices are a process of attracting, motivating, and retaining employees to ensure organizational survival (Schuler & Jackson, 1987). HRM practices include facilitating workforce participation, assessment, knowledge application and competency preparation, employee training, retention, and management issues (Singh et al., 2020). Training and development: training is a way of providing new or existing employees with the skills they need to do their jobs (Dessler, 2011). Through learning, planning and coaching, individuals are enabled to achieve the level of knowledge and skills required to work effectively (Armstrong, 2006), improve current or upcoming competencies (Jackson & Schuler, 1999) and thereby improve organizational performance (Coffey et al., 1994). Investing in training can lead to favorable outcomes for the organization (Bartel, 1994). **Recruitment:** the general purpose of recruitment is to provide the organization with potentially qualified applicants (Gamage, 2014) and to obtain the quantity and quality of employees needed to meet the organization's strategic objectives at the lowest possible cost (Ofori & Aryeetey, 2011). The efficiency of recruitment has a direct impact on the quality of the organization's human resources (Gamage, 2014). **Benefits and compensation:** compensation strategies play an important role in recruiting and retaining skilled employees (Frye, 2004). Effective human resource management strategy is the combination of performance and compensation system to increase the willingness and efficiency of employees to work (Wright & Gardner, 2002). Performance-based pay has a positive impact on employee performance (M. P. Brown et al., 2003). **Career planning:** Career planning is the process of planning one's life and work by setting career goals and identifying ways to achieve them (Wright & Snell, 1998). Career planning activities contribute to career satisfaction (Lee & Heard, 2000). Employees are more likely to join organizations where they have ample opportunities to pursue their career goals and reach their full potential (Gardner et al., 2011).

Human Resource Management and COVID-19 Pandemic: COVID-19 pandemic poses human resource challenges to the hotel industry (Jung et al., 2021). The fear of COVID-19 pandemic infection has become a concern that impairs the emotional and cognitive responses of hotel employees (Shehata & Selem, 2021). Various jobs in the tourism and hotel industries are particularly susceptible to the disease (Chinazzi et al., 2020). COVID-19 pandemic has introduced new workplace hazards (Hecker, 2020), as well as significant stress for employees (Shaw et al., 2020).

Job insecurity can cause organizations to move in a bad direction, and risky work behavior can lead to a decrease in employee job satisfaction. (Bajrami et al., 2021). COVID-19 pandemic aggravated will create negative work attitudes, job insecurity, burnout and other negative emotions among employees. (Agarwal, 2021).

COVID-19 pandemic forces the organization to take a series of proactive human resource management measures to curb the adverse effects of COVID-19 pandemic (Gigauri, 2021). Training plays an important role in times of crisis such as pandemics (Devyani et al., 2020). It helps to develop the skills needed by employees, raise awareness about COVID-19 pandemic, reduce the risk of virus transmission, and prevent mental health problems (Quaedackers et al., 2020). In addition to training, COVID-19 poses a significant challenge to career development in organizations, resulting in significant career impacts (Akkermans et al., 2020). In addition, in workplaces with a high risk of contamination, many employees may decide to leave the organization if they are not adequately compensated for the high risk of the workplace (Hecker, 2020).

Therefore, it can be concluded that COVID-19 pandemic has HR implications for the hotel industry, such as potentially exposing employees to health hazards, negative emotions, and stress, and affecting training and career development. Taking good HR measures can help hotels to cope with these impacts.

Research Methodology

In this study, a qualitative approach was chosen as the research design. Creswell (2007) suggests that grounded theory should be interviewed with 20-30 individuals to “saturate” the categories and elaborate on the theory. In order to obtain qualified candidates who can provide the most reliable information for the study, the researcher used a purposive sampling method to identify suitable participants and study sites, so data were collected by interviewing 20 participants, include human resource staffs and managers from four-star hotels in Yunnan Province using in-depth interviews, and conclusions were drawn by understanding and interpreting the results of the analysis of the interview data. The researcher developed an interview guide from the literature review and related studies, which was approved by the Ethics Committee of the Burapha University. Interview responses were recorded through audio recordings and short notes with the permission of each interviewee.

Data analysis and interpretation

This study used interview data and analyzed the data manually. The researcher compiled and analyzed the data and then wrote the research report. This study used qualitative research methodology to draw conclusions from understanding and interpreting the results of analyzing the interview data.

The research adopted by Charmaz (2006) consisted of the following four steps. Step 1: Initial coding: verbatim analysis to explore and identify any possibilities in the data. Step 2: Focused coding: synthesis more meaningful and directional data; Step 3: Axial coding: relate categories to subcategories. Axial coding specifies the attributes and dimensions of the categories. Step 4: Theoretical coding: Theoretical coding is conceptualized and specifies how all the categories relate to each other to generate a new theory or model.

Trustworthiness

In order to ensure the credibility of this qualitative study, the researcher adopted trust strategies including 1) The researcher sent the collected research data and results to the researcher's supervisor and co-supervisors for review, thus ensuring the accuracy of the findings and conclusions and preventing bias and factual errors; 2) Clear documentation including details and clear descriptions of data collection, recorded conversations, observations, and explanations of the data collection; 3) Reflective notes - each researcher's reflective summary of the data analysis process.

Research Results

To conduct the qualitative study, in-depth interviews were used to collect data. Specifically, 20 human resource practitioners from four-star hotels in Yunnan Province were selected as informants, which included hotel deputy general managers, human resource directors, human resource managers and deputy managers, and human resource staff. The researchers analyzed the role of HR practices in four-star hotels in Yunnan Province through the data collected from the interviews and proposed the following three themes based on the research objectives and questions of this study. As shown in Table 1.

Table 1: Themes

NO.	Theme
1	Human resource impact
2	Role of HR Practices
3	Effective HR Practices

Human resource impact: To answer the first question, the researchers analyzed the data and came up with the appropriate themes and categories. As shown in Table 2.

Table 2: Theme 1, Human resource impact

Theme 1	Category
Human resource impact	C1.1 Training issues
	C1.2 Recruitment pressure
	C1.3 Working pressure
	C1.4 Negative emotions
	C1.5 Human resources shortage
	C1.6 Employee Health

The results of the study found that COVID-19 pandemic faced various human resource impact brought about by COVID-19 pandemic on the four-star hotels in Yunnan Province selected in this study, including:

C1.1 Training issues: the study found that during COVID-19 pandemic, training methods were changed to online training and some training courses had to be suspended. It is difficult to assess the effect of training. " ... Most of the training was conducted online. The effectiveness of some specialized skills training is difficult to assess..." (P13)

C1.2 Recruitment pressure: This study found that in the face of COVID-19 pandemic improvement and tourism recovery, the hotel industry has experienced a sudden increase in hiring demand and an increase in recruitment workload. " ... Recruitment pressure was indeed high at that time because many people in the hotel industry had switched careers in the last three years, resulting in a relatively small talent pool in this industry..." (P1)

C1.3 Working Pressure: This study found that COVID-19 pandemic brought economic pressure and some hotel employees' livelihoods were not secured. The shortage of manpower during the resumption of work led to an increase in the workload of the remaining employees, resulting in work pressure. "... At that time, the workload of our entire hotel staff was relatively high, and the pressure increased..." (P5).

C1.4 Negative Emotions: COVID-19 pandemic has caused some negative emotions among the hotel employees, who are worried about their health and working environment, which leads to negative emotions such as nervousness, anxiety and panic. "... There is still some concern and anxiety about health, and we meet different customers every day. So there is still some risk..." (P19)

C1.5 Human Resource Shortage: this study found that some hotels lost some of their employees to control their human resource costs due to COVID-19 pandemic, and some of the hotel industry is losing its talent: "...COVID-19 pandemic brought probably the biggest problem to the industry... So during that period, it also led to a lot of personnel turnover...." (P3)

C1.6 Employee Health: COVID-19 pandemic brought some health issues to the hotel industry, and as and when the hotel industry began to recover and the number of tourists increased, so did the health risks to hotel employees. " ... It was still difficult for us at that time. Because of the sudden wave of peak times, a lot of staff got sick..." (P9)

Role of HR Practices: To answer the second question, the researchers analyzed the data and came up with the appropriate themes and categories. As shown in Table 3

Table 3: Theme 2, Role of HR Practices

Theme 2	Category
Role of HR Practices	C2.1 Enhance employee skills
	C2.2 Reduce Human resources shortages situation
	C2.3 Taking care of employee health

Table 3: Theme 2, Role of HR Practices(continue)

Theme 2	Category
Role of HR Practices	C2.4 Motivating employees
	C2.5 Alleviate negative emotions

The study found that HR practices in selected four-star hotels in Yunnan Province play a vital role in addressing and resolving HR impact caused by COVID-19 pandemic. This includes:

C2.1 Enhance Employee Skills: the study found that during COVID-19 pandemic, training could enhance employee skills, equip employees with skills related to health protection, and develop their potential with multiple job skills. " ... During the epidemic, our main goal was to expand the skills of our employees, leading to versatility and specialization..." (P10)

C2.2 Reduce human resources shortages situation: in the face of human resource shortages due to COVID-19 pandemic, participants compensated for staff shortages in certain areas by flexibly redeploying staff, while developing staff's multi-skills. "... We encourage employees in all departments to help each other and to develop and learn various skills..." (P14)

C2.3 Taking care of employee health: the participants provide some protective measures for the health of the hotel employees by providing the necessary protective equipment and disinfecting tools to provide a certain level of protection for the health of the employees. " ... At that time the hotel stored a lot of supplies. It was a focus of our work to ensure the safety and health of employees ..." (P6)

C2.4 Motivating employees: the study found that with increased workloads and understaffing, participants motivated employees to work better and improve their working passion through remuneration packages. "... There were a few overtime assignments when work resumed. At this time, we not only encouraged the employees, but also set up some incentives to give them some compensation..." (P3)

C2.5 Alleviating Negative Emotions: In the face of the negative emotions caused by COVID-19 pandemic to hotel employee, participants created a good working atmosphere, cared for employees, and actively communicated with them, thus alleviating their anxiety and stress. " ... I think we still do a very good job of caring, and there are some counseling sessions that don't make employees feel particularly panicked..." (P6)

Effective HR Practices: To answer question 3 the researchers analyzed the data and came up with the appropriate themes and categories. As shown in Table 4

Table4: Theme 3, Effective HR Practices

Theme 3	Category
Effective HR Practices	C3.1 Organize training
	C3.2 Career development
	C3.3 Employee retention
	C3.4 Employee care
	C3.5 Employee motivation

The researchers found that in the selected four-star hotels in Yunnan province, some HR practices were effective in dealing with the HR problems caused by COVID-19 pandemic, including:

C3.1 Organize training; the study found that through training, employees can acquire some knowledge about epidemic prevention, and it also enables them to acquire more skills in more types of work, and to cultivate composite skills. "... If something more important, it is training. We will train our staff on some anti-epidemic measures online..." (P4) "... We conduct some online training to help staff improve their job skills..." (P12)

C3.2 Career development; The study found that career development plans are developed for employees to motivate them and stimulate their potential. " ... We can provide more career development programs for our employees to encourage them to acquire more skills and knowledge for their positions..." (P4)

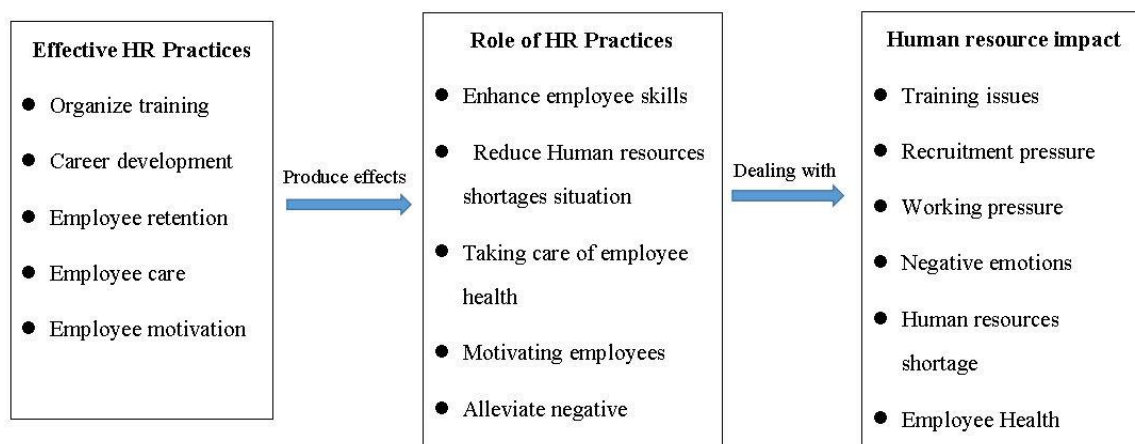
C3.3 Employee retention; the study found that retaining employees as much as possible reduces the loss of hotel manpower. "... Finding ways to retain them reduces our loss of manpower, which also facilitates the subsequent recovery work and resumption of work in our hotel..." (P5)

C3.4 Employee care; Caring for employees is important to make them feel warm, improve their welfare, and make them feel valued. " ... To improve employee welfare, prepare better food for employees, and prioritize caring for employees..." (P1)

C3.5 Employee Motivation; Material rewards are given to employees through some reward systems; besides material recognition, spiritual recognition is also necessary. Thus, increasing their motivation to work. " ... Prepare some incentive programs for your employees... Of course, besides material recognition, spiritual recognition is also necessary..." (P6)

4. HR practice model: To answer the fourth question, the researcher analyzed and identified some of the impacts of COVID-19 on human resources in the hotel industry and some of the effective human resource practices to deal with these impacts. As a result, the researcher created the following model utilizing all themes and categories. As shown in Figure 1

Figure 1: Model of HR practice for four-star hotel in Yunnan province



The model is based on the results of this research and consists of 3 themes and 16 categories. The model shows that during the COVID-19 pandemic period, four-star hotels in Yunnan Province took some practical human resource measures, including organize training to improve employee protection knowledge; providing career development opportunities for employees and encouraging them to develop skills for a variety of positions; employees retention in order to reduce the loss of manpower from the hotels; employee care so that employees feel valued; and employee motivation. Provide some human resource help for hotels to enhance employee skills, reduce human resource shortage situations, take care of employee health, motivate employees, and alleviate negative emotions. To address the training issues, recruitment pressure, working pressure, negative emotions, human resource shortage, and the effect of COVID-19 pandemic on employee health in human resources of four-star hotels in Yunnan Province. It is hoped that this model will be helpful for HR practitioners in the hotel industry. It also provides a reference for related research on human resource practices in the hotel industry.

Discussion

In response to the question "What are the impacts of COVID-19 pandemic on the human resource management for the four-star hotel in Yunnan province", it includes:

1. Human Resource Impacts:

1.1 Training issues: Due to the impact of COVID-19 pandemic, offline training has shifted towards online training, which poses difficulties in evaluating training effectiveness and ensuring student motivation, which is the same as the findings of Gicas et al. (2021).

1.2 Recruitment Pressures: Recruitment stress existed in the hotels during the recovery period is in line with the results of the study by Kaushal and Srivastava (2021). COVID-19 pandemic has brought a lot of stress to the hotel industry. The insecurity created by COVID-19 pandemic in the hotel industry can negatively affect the recruitment of hotel employees in the future (Mao et al., 2020).

1.3 Work Pressures: During the beginning of the outbreak and the resumption of work, the employees again faced stress due to understaffing and an increase in their workload. This is in line with Agarwal (2021) who stated in his study that COVID-19 pandemic exacerbated the problem of long working hours in the hotel industry.

1.4 Negative Emotions: hotel employees feel nervous, anxious, panicky and worried about their health and working environment. This is also confirmed by Shehata and Selem (2021) in their study. The fear of infection has become a worrying issue that not only damages the mood of hotel employees but also affects cognitive and behavioral responses.

1.5 Human Resource Shortage: COVID-19 pandemic has exacerbated staff turnover in the hotel industry. This was proved by Xue et al. (2022), whose study indicated that COVID-19 pandemic has further complicated the problem of shortage of staff in the hotel industry.

1.6 Employee Health: COVID-19 pandemic jeopardizes the health of employees, especially those who provide services to guests. This is supported by the study of Chinazzi et al. (2020) who stated that various jobs in the hotel industry were particularly susceptible to the disease during the COVID-19 pandemic.

In response to the question "How did the four-star hotel industry in Yunnan province respond to COVID-19 pandemic in the early and middle stages of the pandemic?" It includes:

2. Role of HR practices:

2.1 Enhance employee skills: hotels are upgrading the skills of their staff through training to equip them with some protective skills and knowledge about COVID-19 pandemic. This is supported by Agarwal's (2021) study, which showed that hotel staff were less fearful after training.

2.2 Reduce Human resources shortages: hotels are adopting a variety of

human resource measures such as multi-tasking and flexible employment to alleviate hotel staff shortages in a short period of time. Mousa et al. (2022) agreed with this view. Multi-tasking and other competencies of hotel staff are important in COVID-19 pandemic. **2.3 Taking care of employee health:** Providing hotel employees with some necessary protective equipment and disinfection tools can provide some protection for employees' health. This is in line with the findings of Salem et al. (2021). **2.4 Motivating employees:** motivating employees to work better through pay, benefits and recognition is supported by Jeha et al. (2022) who showed that appropriate financial incentives in the context of COVID-19 pandemic can keep employees engaged and motivated. **2.5 Alleviate negative emotions:** hotels alleviate negative emotions such as anxiety and stress through training, caring for employees and creating a positive atmosphere. This is supported by Ruiz-Palomino et al. (2022) who suggest that a leader's style may play an important role in helping to minimize negative emotions among employees.

In reply to the question " What are the HR practices of the four-star hotel industry in Yunnan province during COVID-19 pandemic?" Which includes:

3. Effective HR practices: **3.1 Organized training:** organized training is very effective, which coincides with the findings of Salem et al. (2021) that during the pandemic, training hotel employees by implementing cross-training, retraining employees to take on new roles or cover multiple roles, and providing them with training and educational sessions on infection prevention was is very important. **3.2 Career development:** providing career development opportunities to employees during COVID-19 pandemic can be effective in motivating employees, developing their potential and meeting the needs of the hotel. This result is consistent with the study of Japutra and Situmorang (2021), who recommended preparing employees for similar crises in the future. Employees may need to be trained to support future hotel operations. **3.3 Employee retention:** Retaining employees as much as possible during the COVID-19 pandemic period can be effective in helping hotels to minimize losses. This result is consistent with the findings of Ineson et al. (2013), Salem et al. (2021), Hu et al. (2021) and Xue et al. (2022). They stated that employee retention and employee training are important during health-related crises, and that the cost of retaining employees is lower than the cost of letting them go. **3.4 Employee care:** Taking care of employees, and making them feel warm is an important part of coping with COVID-19 pandemic. This is the same as the

findings of Xue et al. (2022) that employees should be provided with a safe and comfortable working environment that meets their needs in work and life. **3.5 Employee Motivation:** Providing employees with material rewards and spiritual recognition through some incentive systems during COVID-19 pandemic can increase employee motivation. Ann and Blum (2020), Japutra and Situmorang (2021) and Salem et al. (2021) also provide support for this view. They argued that giving recognition and incentives to employees can increase their job satisfaction. A combination of cash and non-cash incentives may be the best option during a crisis.

In reply to the question “What does the model of HR practice for a four-star hotel in Yunnan province look like?”

The researcher proposed a model based on the results of this study including the three themes and 16 categories of this study. The model argues that four-star hotels in Yunnan Province have taken effective HR practices during COVID-19 pandemic, including organizational training, career development, employee retention, employee care, employee motivation, etc. They provided some HR help to employees, including enhancing employee skills, reducing HR shortages, taking care of employee health, motivating employees, and alleviating negative emotions. To cope with the human resource impact of the COVID-19 pandemic on four-star hotels in Yunnan Province. Researcher hope that this model can be helpful to HR practitioners in the hotel industry. And provide reference for the research of HR practice in the hotel industry.

Recommendation from this research

1. The research objective of this study is the four-star hotel in Yunnan Province, which has certain limitations. It is suggested that future research can be conducted on other countries or regions, or other star-rated hotels.
2. In future studies, researchers can conduct more detailed studies on the role of various human resource practices in the hotel industry.
3. This study mainly investigates people who work in the HR department in the hotel industry and does not involve other departments of the hotel industry, so there are certain limitations. Future research can be carried out in other departments of the hotel industry.

4. Another limitation of this study is that it mainly considers the hotel industry, which leaves an obvious gap for future research. It is necessary to consider other participants in the leisure industry, such as travel agencies, airlines, restaurants, and restrictions, which can fill the potential gap and improve scholars' and practitioners' understanding of coping with the current crisis. And minimize future impacts.

5. Quantitative research methods can be used in future studies to obtain more research data and samples, to draw a conclusion that researchers can use quantitative or mixed methods to conduct more research and obtain more research data and samples, so as to understand the role of human resource practice in the hotel industry.

REFERENCE

- Agarwal, P. (2021). Shattered but smiling: Human resource management and the wellbeing of hotel employees during COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102765.
- Akkermans, J., Richardson, J., & Kraimer, M. L. (2020). The COVID-19 crisis as a career shock: Implications for careers and vocational behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 119, 103434.
- AMA. (2023). What doctors wish patients knew about COVID-19 reinfection. Retrieved from <https://www.ama-assn.org/delivering-care/public-health/what-doctors-wish-patients-knew-about-COVID-19-reinfection>
- Ann, S., & Blum, S. C. (2020). Motivating senior employees in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(1), 324-346.
- Armstrong, M. (2006). *A Handbook of Human Resource Management practice*. New York: Kogan Page Publishers.
- Atkeson, A. (2020). What Will Be the Economic Impact of COVID-19 in the US? Rough Estimates of Disease Scenarios. *National Bureau of Economic Research*, 26867. Retrieved from <https://www.nber.org/papers/w26867>
- Bajrami, D. D., Terzić, A., Petrović, M. D., Radovanović, M., Tretiakova, T. N., & Hadoud, A. (2021). Will we have the same employees in hospitality after all? The impact of COVID-19 on employees' work attitudes and turnover intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102754.
- Bartel, A. P. (1994). Productivity Gains from the Implementation of Employee Training Programs. *Industrial Relations*, 33(4), 411-425.
- Baum, T., Mooney, S., Robinson, R. N., & Solnet, D. (2020). COVID-19's impact on the hospitality workforce – new crisis or amplification of the norm?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(9), 2813-2829.
- Brown, M. P., Sturman, M. C., & Simmering, M. J. (2003). Compensation Policy and Organizational Performance: The Efficiency, Operational, and Financial Implications of Pay Levels and Pay Structure. *Academy of Management Journal*, 46(6), 752-762.

- Carnevale, J. B., & Hatak, I. (2020). Employee adjustment and well-being in the era of COVID-19: Implications for human resource management. *Journal of Business Research*, 116, 183-187.
- CCTV. (2023). *Ministry of Culture and Tourism: 52.7134 million Domestic trips during the New Year holiday reflect three major characteristics*. Retrieved from <https://news.cctv.com/2023/01/05/ARTIFhM797hDWZ66YASExgw230105.shtml>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London: SAGE.
- Chinazzi, M., Davis, J. T., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S., Piontti, A. P. Y., Mu, K., Rossi, L., Sun, K., Viboud, C., Xiong, X., Yu, H., Halloran, M. E., Longini, I. M., & Vespignani, A. (2020). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Science*, 368(6489), 395-400.
- Coffey, R. E., Cook, C. W., & Hunsaker, P. L. (1994). *Management and organizational behavior*. Homewood: Richard d Irwin.
- Cooke, F. L., Dickmann, M., & Parry, E. (2020). IJHRM after 30 years: taking stock in times of COVID-19 and looking towards the future of HR research. *International Journal of Human Resource Management*, 32(1), 1-23.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among five Approaches* (2nd Ed.). Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/2006-13099-000>
- Dessler, G. (2011). *Human resource management*. India: Pearson Education.
- Devyani, Delvallee, R., Jewan, S. Y., Bansal, U., & Deng, X. (2020). Strategic Impact of Artificial Intelligence on the Human Resource Management of the Chinese Healthcare Industry Induced due to COVID-19. *IETI Transactions on Economics and Management*, 1(1), 19-33.
- Frye, M. B. (2004). Equity-Based Compensation for Employees: firm performance and determinants. *Journal of Financial Research*, 27(1), 31-54.
- Gallego, I., & Font, X. (2020). Changes in air passenger demand as a result of the COVID-19 crisis: using Big Data to inform tourism policy. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(9), 1470-1489.
- Gamage, A. S. (2014). Recruitment and Selection Practices in Manufacturing SMEs in Japan: An analysis of the link with business performance. *Ruhuna Journal of Management and Finance*, 1, 37-52.

- Gardner, T. M., Wright, P. M., & Moynihan, L. M. (2011). The impact of motivation, empowerment, and skill-enhancing practices on aggregate voluntary turnover: The mediating effect of collective affective commitment. *Personnel Psychology*, 64(2), 315-350.
- Gicas, K. M., Paterson, T. S. E., Linares, N. F. N., & Thornton, W. J. L. (2021). Clinical psychological assessment training issues in the COVID-19 era: A survey of the state of the field and considerations for moving forward. *Canadian Psychology*, 62(1), 44-55.
- Gigauri, I. (2021). Organizational support to HRM in times of the COVID-19 pandemic crisis. *European Journal of Marketing and Economics*, 4(1), 16-30.
- Hecker, S. (2020). Hazard pay for COVID-19? Yes, but it's not a substitute for a living wage and enforceable worker protections. *A Journal of Environmental and Occupational Health Policy*, 30(2), 95-101.
- HNN. (2020). *Coronavirus Effects Color Hilton's 2020 Outlook*. CoStar. Retrieved from <https://www.costar.com/article/397346846/coronavirus-effects-color-hiltons-2020-outlook>
- Hu, X., Yan, H., Casey, T., & Wu, C. (2021). Creating a safe haven during the crisis: How organizations can achieve deep compliance with COVID-19 safety measures in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102662.
- Ineson, E. M., Benke, E., & László, J. (2013). Employee loyalty in Hungarian hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 31-39.
- Iqbal, M. J., Hekmat, R. K., & Ishaq, H. M. (2011). Impact of global financial crises on job security and job motivation of employees of banking sector in Iran. *Proceeding of 2nd International Conference on Business and Economic Research (2nd ICBER 2011)*, 2011-265.
- Jackson, S. E., & Schuler, R. S. (1999). *Managing human resources: A Partnership Perspective*. London: Cengage Learning.
- Japutra, A., & Situmorang, R. (2021). The repercussions and challenges of COVID-19 in the hotel industry: Potential strategies from a case study of Indonesia. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102890.
- Jeha, H., Knio, M., & Bellos, G. (2022). The impact of compensation practices on employees' engagement and motivation in times of COVID-19. *In Elsevier eBooks*, 131-149.

- Jung, H. S., Jung, Y. S., & Yoon, H. H. (2021). COVID-19: The effects of job insecurity on the job engagement and turnover intent of deluxe hotel employees and the moderating role of generational characteristics. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102703.
- Kaushal, V., & Srivastava, S. (2021). Hospitality and tourism industry amid COVID-19 pandemic: Perspectives on challenges and learnings from India. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102707.
- Lee, S. H., & Heard, A. (2000). A managerial perspective of the objectives of HRM practices in Singapore: A exploratory study. *Singapore Management Review*, 22(1), 65-82.
- Mao, Y., He, J., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Effects of tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: from the perspective of conservation of resources theory. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2716-2734.
- Meyer, J. P., Morin, A. J. S., & Wasti, S. A. (2017). Employee commitment before and after an economic crisis: A stringent test of profile similarity. *Human Relations*, 71(9), 1204-1233.
- Mousa, M., Arslan, A., & Szczepańska-Woszczyna, K. (2022). Talent management practices in the extreme context of hospitality sector: an exploratory study. *The International Journal of Organizational Analysis*, 31(7), 3502-3518.
- Ofori, D., & Aryeetey, M. (2011). Recruitment and Selection Practices in Small and Medium Enterprises: Perspectives from Ghana. *International Journal of Business Administration*, 2(3), 45-60
- Quaedackers, J., Stein, R., Bhatt, N., Doğan, H. S., Hoen, L., Nijman, R. J., Radmayr, C., Silay, M. S., Tekgul, S., & Bogaert, G. (2020). Clinical and surgical consequences of the COVID-19 pandemic for patients with pediatric urological problems. *Journal of Pediatric Urology (Print)*, 16(3), 284-287.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ และราคาหลักทรัพย์
บริษัทแสนสิริ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Factors Influencing the Stock Prices of Sena Development Public Company Limited
and Sansiri Public Company Limited in the Stock Exchange of Thailand

จักริน สิริกุลธร¹ นิธิภา อจฤทธิ²

Jakarin Sirikulthorn¹ Nithipa Arjrit²

^{1,2}วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี , คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

^{1,2}College of Digital Innovation Technology , Faculty of Science, Rangsit University, Thailand

Tel: 08-9499-4009 E-mail: jakarin.s@rsu.ac.th

(Received: June 29, 2024 ; Revised: August 3, 2024 ; Accepted: August 5, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) และบริษัทแสนสิริ (SIRI) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปัจจัยที่นำมาพิจารณาในครั้งนี้ได้แก่ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ดอกเบี้ยเงินโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI)ราคาน้ำมันดิบดูไบ (OIL_WTI) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU) โดยใช้ข้อมูลทศวรรษซึ่งเป็นข้อมูลรายวัน ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 รวมระยะเวลา 485 วัน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติพรรณนาและสถิติอนุมาน โดยสถิติพรรณนาได้คำนวณค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติอนุมานได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลในทิศทางเดียวกันได้แก่ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU) และมีผลในทิศทางตรงข้ามกันได้แก่ ดอกเบี้ยเงินโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ (SIRI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลในทิศทางเดียวกันได้แก่ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดอกเบี้ยเงินโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU) แต่ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) และราคาน้ำมันดิบดูไบ (OIL_WTI) ไม่มีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) และบริษัทแสนสิริ (SIRI)

คำสำคัญ: ราคาหลักทรัพย์; หุ้นบริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์; หุ้นบริษัทแสนสิริ; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

This research aims to study the factors affecting the stock prices of Sena Development Public Company Limited (SENA) and Sansiri Public Company Limited (SIRI) on the Stock Exchange of Thailand. The factors considered include the SET Index, Consumer Price Index (CPI), Policy Interest Rate (R), Dow Jones Industrial Average (DJI), Dubai Crude Oil Price (OIL_WTI), and Philadelphia Gold and Silver Index (GOLD_XAU). Using daily secondary data from February 1, 2022, to February 28, 2024, a period of 485 days, the analysis employs descriptive and inferential statistics, including Multiple Regression Analysis. The findings indicate significant positive effects of the SET Index and GOLD_XAU on SENA's stock prices, while the R and DJI have negative effects. For SIRI, the SET Index, R, DJI, and GOLD_XAU positively affect stock prices, while CPI and OIL_WTI have no significant effect.

Keywords: Stock Prices; Sena Development Public Company Limited Stocks; Sansiri Public Company Limited Stocks; Stock Exchange of Thailand

บทนำ

การลงทุนระยะยาวในหุ้นกลุ่มอสังหาริมทรัพย์เป็นทางเลือกในการออมเงินและลงทุนลำดับต้นๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะกลุ่มนักลงทุนระยะยาวหรือ Value Investor ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว หลังจากที่เริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวของสถานะเศรษฐกิจและมาตรการจากภาครัฐที่นำมาใช้เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภาคอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะ ส่งผลให้หุ้นกลุ่มอสังหาริมทรัพย์เป็นที่จับตามองเพราะได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการสนับสนุนจากภาครัฐในครั้งนี้

การศึกษานี้เน้นการวิเคราะห์ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ที่มีความสำคัญ ซึ่งพบว่าปริมาณหุ้นในกลุ่มนี้อยู่อันดับที่ 3 จาก 8 กลุ่มอุตสาหกรรม คิดเป็นมูลค่า 2,552,573.44 พันล้านบาท (สถิติตลาดหลักทรัพย์ฯ, 2562) ความสำคัญของกลุ่มนี้ชัดเจนในมุมมองเศรษฐกิจมหภาค เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศไทยและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น

การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการสนับสนุนจากภาครัฐถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ราคาหุ้นในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์มีแนวโน้มที่ดีขึ้น นักลงทุนมองเห็นโอกาสในการเติบโตและสร้างผลตอบแทนที่ดีจากการลงทุนในหุ้นกลุ่มนี้ นอกจากนี้ หุ้นในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ยังมีอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผลที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับนักลงทุนที่ต้องการรายได้จากการลงทุน

ในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่การศึกษา "ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์เสนาดีเวลลอปเม้นท์ และราคาหลักทรัพย์แสนสิริ" ซึ่งเป็นบริษัทอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในประเทศไทย ทั้งสองบริษัทนี้ได้รับความสนใจจากนักลงทุนเนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล (Dividend Yield) ที่สูง(สถิติตลาดหลักทรัพย์ฯ, 2567) มีการจ่ายเงินปันผลมากกว่า 5% อย่างต่อเนื่อง และมีประวัติการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงที่ส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน รวมทั้งทำให้นักลงทุนมีความมั่นใจในการตัดสินใจลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างผลกำไรและลดความเสี่ยงจากการสูญเสียเงินลงทุน อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานในการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการทำนายทิศทางราคาหลักทรัพย์ของหุ้นกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ด้วยระบบอัตโนมัติเช่น การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) ได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ

การทบทวนวรรณกรรม

Jegadeesh and Titman (1993, 1999) ศึกษากลยุทธ์การลงทุนโมเมนตัม โดยพบว่าราคาหลักทรัพย์ที่เคลื่อนไหวสูงในอดีตมีแนวโน้มจะขึ้นสูงต่อไปในช่วง 3-12 เดือน และสร้างผลตอบแทนมากกว่าหลักทรัพย์ที่เคลื่อนไหวต่ำในอดีต ประมาณร้อยละ 1 ต่อเดือน กลยุทธ์นี้ทำกำไรได้จากความไม่มีประสิทธิภาพของตลาด งานวิจัยหลายชิ้นสนับสนุนว่ากลยุทธ์โมเมนตัมสามารถทำกำไรมาเกินปกติในตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลก รวมถึงตลาดที่กำลังเติบโต

Fama (1970) ทำการศึกษาสมมติฐานตลาดมีประสิทธิภาพ (Efficient Market Hypothesis หรือ EMH) ซึ่งเป็นทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์การเงิน โดยมีใจความสำคัญว่าราคาหลักทรัพย์ในตลาดการเงินจะสะท้อนข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่ในตลาดอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ดังนั้น ไม่่าจะเป็นการวิเคราะห์ทางเทคนิคหรือการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน ก็ไม่สามารถสร้างผลตอบแทนส่วนเกินจากตลาดได้ หากตลาดมีประสิทธิภาพ เมื่อมีข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เกิดขึ้น ราคาหลักทรัพย์จะปรับเปลี่ยนทันทีเพื่อสะท้อนข้อมูลนั้น ทำให้นักลงทุนไม่สามารถสร้างผลตอบแทนส่วนเกินได้อย่างต่อเนื่อง

นัตรระการ อันใจเอก (2565) ศึกษาอัตราผลตอบแทนและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์จดทะเบียนของกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และกลุ่มวัสดุก่อสร้างในช่วงปี 2561 ถึง 2565 โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 ถึง ธันวาคม 2565 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผล

การศึกษาพบว่า ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (C) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร (I) และดัชนีค่าเงินบาท (B) มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ราคาน้ำมันดีเซล (O) และราคาทองคำ (G) ไม่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของทั้งสองกลุ่ม

ฐิชาดา เชียงเห็น (2566) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรมสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON) โดยใช้ตัวแปรต้น ได้แก่ ดัชนีราคาอสังหาริมทรัพย์, ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง, อัตราส่วนของเงินปันผลตอบแทน และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ข้อมูลเป็นประเภทอนุกรมเวลาย้อนหลังรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 ถึงเดือนธันวาคม 2563 รวม 60 เดือน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์พบว่าอัตราส่วนของเงินปันผลตอบแทนเป็นปัจจัยเดียวที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหุ้นกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (Propcon) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ทักษ์ดนัย วัชรสินธุ (2561) ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศนิยมแบบอนุกรมเวลารายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2552 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2561 รวมทั้งสิ้น 120 เดือน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างในระดับนัยสำคัญ 0.01 ขณะที่อัตราดอกเบี้ย ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง และดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับดัชนีดังกล่าว

นิธิภูมิ เตชะสาสวัตต์ (2559) ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยเศรษฐกิจที่มีผลต่อดัชนีกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ถึงปี พ.ศ. 2559 ผลการศึกษาพบว่าดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับดัชนีกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่ระดับนัยสำคัญ 0.1 ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราว่างงาน อัตราแลกเปลี่ยน และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างไม่มีความสัมพันธ์ที่นัยสำคัญ

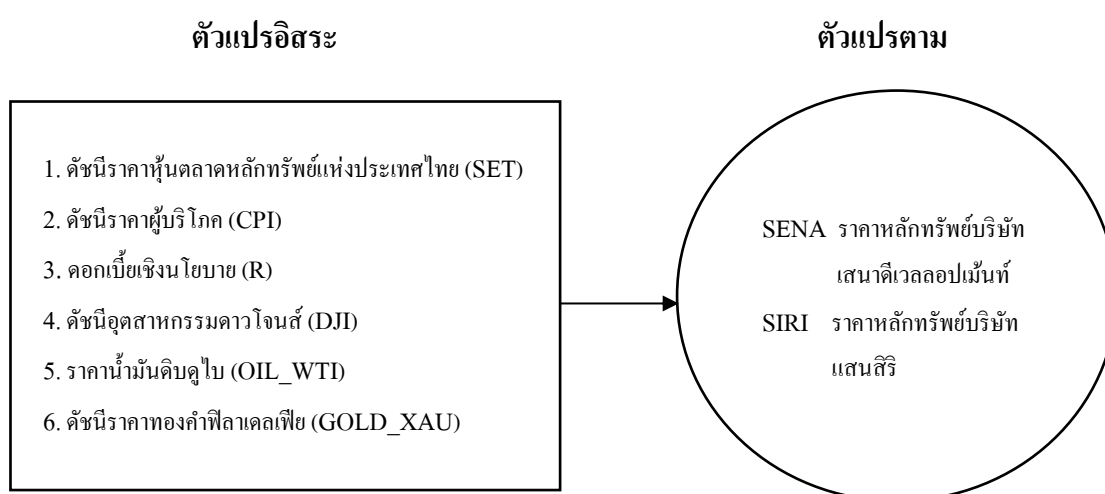
สาริรัตน์ ชื่นสมบัติ (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีราคาหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON) โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index), ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (BSI) ดัชนีดาวโจนส์ (DJIA) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (MLR) และอัตราเงินเฟ้อ (INF) ใช้ข้อมูลทศนิยมรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม 2551 ถึงเดือนธันวาคม 2555 รวมระยะเวลา 60 เดือน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดัชนีราคาหุ้นตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับดัชนีราคาหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า 3 ตัวแปรที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา ได้แก่ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดอกเบี้ยเงินโยบาย (R) มีความเกี่ยวข้องกันตามสถิติ และตามข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไปของ ทักษ์คนัย วัชรสินธุ (2561) ที่มีข้อเสนอแนะการเพิ่มเติมตัวชี้วัดเศรษฐกิจอื่นๆ มาเป็นตัวศึกษาพิจารณาด้วย ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปร ดัชนีผู้บริโภค (CPI) ราคาน้ำมันดิบดูไบ (OIL_WTI) และ ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU) เข้ามาเป็น 3 ตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษาเพิ่มเติม

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีตัวแปรอิสระคือ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ดอกเบี้ยเงินโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ราคาน้ำมันดิบดูไบ (OIL_WTI) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU) ตัวแปรต้นเหล่านี้เกิดจากการวิเคราะห์ทบทวนวรรณกรรม ร่วมกับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปจากผู้วิจัยในอดีต ซึ่งผู้วิจัยคาดการณ์ว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาเพิ่มเติม น่าจะมีความเกี่ยวเนื่องกันตามสถิติ ในงานวิจัยนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ (SIRI) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ (SIRI)

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือราคาปิดรายวันของราคาหลักทรัพย์เสนาดีเวลลอปเม้นท์ ราคาหลักทรัพย์แสนสิริ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดัชนีราคาผู้บริโภค ดอกเบี้ยเงินโยบาย ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ ราคาน้ำมันดิบดูไบ ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย ทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือราคาปิดรายวันของราคาหลักทรัพย์เสนาดีเวลลอปเม้นท์ ราคาหลักทรัพย์แสนสิริ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดัชนีราคาผู้บริโภค ดอกเบี้ยเงินโยบาย ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ ราคาน้ำมันดิบดูไบ ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 จำนวนทั้งสิ้น 485 วัน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้การวิจัย ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ (SPSS)

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้มีการสร้างแบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยแบบจำลองดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 SET + \beta_2 CPI + \beta_3 R + \beta_4 DJI + \beta_5 OIL_WTI + \beta_6 GOLD_XAU + \varepsilon$$

โดยที่ Y = ราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ (SIRI)

β_0 = ค่าคงที่

β_i = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่บ่งชี้อิทธิพลของตัวแปรตาม

SET = ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

CPI = ดัชนีราคาผู้บริโภค

R = อัตราดอกเบี้ยเงินโยบายของประเทศไทย

DJI = ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์

OIL_WTI = ราคาน้ำมันดิบดูไบ

GOLD_XAU = ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย

ε = ความคลาดเคลื่อน

และมีสมการดังนี้

$$\hat{y} = a + bx_i + e_i$$

โดยที่ $\hat{y}$ = ค่าประมาณของราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA)
และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ

A = ค่าคงที่

B = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่บ่งชี้อิทธิพลของตัวแปรตาม

x_i = ตัวแปรอิสระ

e_i = ค่าความคลาดเคลื่อน

ตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์

1. ราคาปิดรายวันของราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) กับดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) อัตราดอกเบี้ยเงินโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI)ราคาน้ำมันดิบดูไบ (OIL_WTI) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU)

2. ราคาปิดรายวันของราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ (SIRI) กับดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) อัตราดอกเบี้ยเงินโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ราคาน้ำมันดิบดูไบ (OIL_WTI) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติพรรณนา และสถิติอนุมาน โดยใช้สถิติพรรณนาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติอนุมานได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัว โดยที่ตัวแปรอิสระทุกตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองเกิน 0.7 ที่เรียกว่าเกิด Multicollinearity ซึ่งวิธีการหาความสัมพันธ์นี้ ให้ดูผลจากตาราง Correlation Matrix

โดยมีการทดสอบสมมติฐานว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 สมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบคือ

H_0 : ไม่มีตัวแปรอิสระใด ๆ ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

H_1 : มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

เมื่อผลการทดสอบพบว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จึงทำการทดสอบต่อไปว่า มีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

ผลการวิจัย (หุ้นSENA)

ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 จำนวนทั้งสิ้น 485 วัน ดังตารางนี้

ตารางที่ 1 Mean and Std.Deviation ของตัวแปร SENA

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SENA	485	3.50	5.50	4.1152	.31633
Valid N (listwise)	485				

จากตารางที่ 1 พบว่าค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร SENA เท่ากับ 4.12 บาท และ 0.32 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 2 Correlation Matrix ตัวแปร SENA

		Correlations						
		SENA	SET	CPI	R	DJI	OIL_WTI	GOLD_XA
Pearson Correlation	SENA	1.000	.488	.006	-.238	.227	.341	.398
	SET	.488	1.000	.455	.313	.381	.422	.046
	CPI	.006	.455	1.000	.671	-.426	.647	-.595
	R	-.238	.313	.671	1.000	-.230	-.037	-.433
	DJI	.227	.381	-.426	-.230	1.000	-.239	.484
	OIL_WTI	.341	.422	.647	-.037	-.239	1.000	-.155
	GOLD_XA	.398	.046	-.595	-.433	.484	-.155	1.000

จากตารางที่ 2 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร SENA และ SET อยู่ในระดับปานกลาง (0.488) ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่าง SENA กับ CPI, DJI, OIL_WTI และ GOLD_XAU อยู่ในระดับต่ำ (0.006, 0.227, 0.341 และ 0.398 ตามลำดับ) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่าง SENA กับ R อยู่ในระดับต่ำและทิศทางตรงข้ามกัน (-0.238) นอกจากนี้ ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระส่วนใหญ่มีค่าต่ำกว่า 0.7 ซึ่งแสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ที่สูงเกินไประหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง

ทดสอบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่อ SENA หรือไม่

ตารางที่ 3 Model Summary และ ANOVA ตัวแปร SENA

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.505	.498	.22406

a. Predictors: (Constant), GOLD_XA, SET, OIL_WTI, R, DJI, CPI

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.435	6	4.073	81.121	.000 ^b
	Residual	23.997	478	.050		
	Total	48.432	484			

a. Dependent Variable: SENA

b. Predictors: (Constant), GOLD_XA, SET, OIL_WTI, R, DJI, CPI

จากตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน $H_0: \beta_i = 0$ (ตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA)

$H_1: \beta_i \neq 0$ (มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อ SENA)

ผลการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีอิทธิพลต่อ SENA

ตารางที่ 4 coefficients ตัวแปร SENA

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-3.527	1.278		.006*
	SET	.004	.000	.659	.000*
	CPI	.019	.013	.209	.150
	R	-.451	.087	-.475	.000*
	DJI	-4.899E-005	.000	-.257	.000*
	OIL_WTI	-.002	.002	-.089	.350
	GOLD_XA	.007	.001	.397	.000*

a. Dependent Variable: SENA

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

สมมติฐาน 1. $H_0: \beta_1 = 0$ (SET ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA)

$H_1: \beta_1 \neq 0$ (SET มีอิทธิพลต่อ SENA)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร SET มีอิทธิพลต่อ SENA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05)

สมมติฐาน 2. $H_0 : \beta_2 = 0$ (CPI ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA)

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ (CPI มีอิทธิพลต่อ SENA)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร CPI ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05)

สมมติฐาน 3. $H_0 : \beta_3 = 0$ (R ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA)

$H_1 : \beta_3 \neq 0$ (R มีอิทธิพลต่อ SENA)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร R มีอิทธิพลต่อ SENA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05)

สมมติฐาน 4. $H_0 : \beta_4 = 0$ (DJI ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA)

$H_1 : \beta_4 \neq 0$ (DJI มีอิทธิพลต่อ SENA)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร DJI มีอิทธิพลต่อ SENA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05)

สมมติฐาน 5. $H_0 : \beta_5 = 0$ (OIL_WTI ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA)

$H_1 : \beta_5 \neq 0$ (OIL_WTI มีอิทธิพลต่อ SENA)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร OIL_WTI ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05)

สมมติฐาน 6. $H_0 : \beta_6 = 0$ (GOLD_XA ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA)

$H_1 : \beta_6 \neq 0$ (GOLD_XA มีอิทธิพลต่อ SENA)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร GOLD_XA มีอิทธิพลต่อ SENA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05)

สรุปผล ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อ SENA อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 คือ SET, R, DJI และ GOLD_XAU ในขณะที่ตัวแปร CPI และ OIL_WTI ไม่มีอิทธิพลต่อ SENA

ดังนั้นสมการที่ใช้พยากรณ์ราคาหุ้น SENA คือ

$$\hat{y} = -3.527 + 0.004SET - 0.451R - 0.000048DJI + 0.007GOLD_XAU$$

โดยที่ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีความสัมพันธ์ระดับสูงกับตัวแปร SENA (จากตารางที่ 3 ค่า R = 0.710) และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของ SENA ได้ประมาณ 49.8% (Adjusted R Square = 0.498) จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าตัวแปร SET, R, DJI และ GOLD_XA มีอิทธิพลต่อ SENA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งการค้นพบนี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแบบจำลองการทำนายค่า SENA ที่มีความแม่นยำสูงขึ้นได้

ผลการวิจัย (หุ่นSIRI)

ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 มีจำนวนข้อมูลทั้งสิ้น 485 วัน ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 5 Mean and Std.Deviation ของตัวแปร SIRI

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIRI	485	.84	1.95	1.2466	.24121
Valid N (listwise)	485				

จากตารางที่ 5 พบว่าค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร SIRI เท่ากับ 1.25 บาท และ 0.24 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 6 Correlation Matrix ตัวแปร SIRI

	SIRI	SET	CPI	R	DJI	OIL_WTI	GOLD_XAU
Pearson Correlation SIRI	1.000	.569	.396	.736	.306	-.057	-.046
SET	.569	1.000	.455	.313	.381	.422	.046
CPI	.396	.455	1.000	.671	-.426	.647	-.595
R	.736	.313	.671	1.000	-.230	-.037	-.433
DJI	.306	.381	-.426	-.230	1.000	-.239	.484
OIL_WTI	-.057	.422	.647	-.037	-.239	1.000	-.155
GOLD_XAU	-.046	.046	-.595	-.433	.484	-.155	1.000

จากตารางที่ 6 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร SIRI และ SET อยู่ในระดับปานกลาง (0.569) ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่าง SIRI กับ R อยู่ในระดับสูง (0.736) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่าง SIRI กับ CPI และ DJI อยู่ในระดับต่ำ (0.396 และ 0.306 ตามลำดับ) สำหรับ OIL_WTI และ GOLD_XAU มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับ SIRI ที่ระดับต่ำ (-0.057 และ -0.046 ตามลำดับ) นอกจากนี้ ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระส่วนใหญ่มีค่าต่ำกว่า 0.7 ซึ่งแสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือปัญหาความสัมพันธ์ที่สูงเกินไประหว่างตัวแปรอิสระด้วยตนเอง

ทดสอบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่อ SIRC หรือไม่

ตารางที่ 7 Model Summary และ ANOVA ตัวแปร SIRC

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.809	.806	.10614

a. Predictors: (Constant), GOLD_XA, SET, OIL_WTI, R, DJI, CPI

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.776	6	3.796	336.936	.000 ^b
	Residual	5.385	478	.011		
	Total	28.161	484			

a. Dependent Variable: SIRC

b. Predictors: (Constant), GOLD_XA, SET, OIL_WTI, R, DJI, CPI

จากตารางที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน $H_0: \beta_i = 0$ (ตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่มีอิทธิพล SIRC)

$H_1: \beta_i \neq 0$ (มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อ SIRC)

ผลการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีอิทธิพลต่อ SIRC

ตารางที่ 8 coefficients ตัวแปร SIRC

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1.543	.605		.011*
	SET	.001	.000	.153	.000*
	CPI	-.010	.006	-.141	.118
	R	.661	.041	.913	.000*
	DJI	5.497E-005	.000	.379	.000*
	OIL_WTI	.002	.001	.108	.069
	GOLD_XAU	.001	.000	.092	.005*

a. Dependent Variable: SIRC

จากตารางที่ 8 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

สมมติฐาน 1. $H_0: \beta_1 = 0$ (SET ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRC)

$H_1: \beta_1 \neq 0$ (SET มีอิทธิพลต่อ SIRC)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร SET มีอิทธิพลต่อ SIRC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05)

สมมติฐาน 2. $H_0 : \beta_2 = 0$ (CPI ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRI)

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ (CPI มีอิทธิพลต่อ SIRI)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร CPI ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRI อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05)

สมมติฐาน 3. $H_0 : \beta_3 = 0$ (R ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRI)

$H_1 : \beta_3 \neq 0$ (R มีอิทธิพลต่อ SIRI)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร R มีอิทธิพลต่อ SIRI อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05)

สมมติฐาน 4. $H_0 : \beta_4 = 0$ (DJI ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRI)

$H_1 : \beta_4 \neq 0$ (DJI มีอิทธิพลต่อ SIRI)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร DJI มีอิทธิพลต่อ SIRI อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05)

สมมติฐาน 5. $H_0 : \beta_5 = 0$ (OIL_WTI ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRI)

$H_1 : \beta_5 \neq 0$ (OIL_WTI มีอิทธิพลต่อ SIRI)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร OIL_WTI ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRI อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05)

สมมติฐาน 6. $H_0 : \beta_6 = 0$ (GOLD_XA ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRI)

$H_1 : \beta_6 \neq 0$ (GOLD_XA มีอิทธิพลต่อ SIRI)

ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปร GOLD_XA มีอิทธิพลต่อ SIRI อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05)

สรุปผล ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อ SIRI อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 คือ SET, R, DJI และ GOLD_XAU ในขณะที่ตัวแปร CPI และ OIL_WTI ไม่มีอิทธิพลต่อ SIRI

ดังนั้นสมการที่ใช้พยากรณ์ราคาหุ้น SIRI คือ

$$\hat{y} = -1.543 + 0.001SET + 0.661R + 0.000054DI + 0.001GOLD_XAU$$

โดยที่ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีความสัมพันธ์ระดับสูงกับตัวแปร SIRI (จากตารางที่ 5 ค่า R = 0.899) และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวน SIRI ได้ประมาณ 80.6% (Adjusted R Square = 0.806) จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าตัวแปร SET, R, DJI และ GOLD_XA มีอิทธิพลต่อ SIRI อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งการค้นพบนี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแบบจำลองการทำนายค่า SIRI ที่มีความแม่นยำสูงขึ้นได้

สรุปผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลในทิศทางเดียวกันคือ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU) และปัจจัยที่มีผลในทิศทางตรงข้ามกันคือ ดอกเบี้ยเงินนโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ (SIRI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดอกเบี้ยเงินนโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU) แต่ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) และราคาน้ำมันดิบดูไบ (OIL_WTI) ไม่มีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ (SENA) และบริษัทแสนสิริ (SIRI)

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์บริษัทเสนาดีเวลลอปเม้นท์ และราคาหลักทรัพย์บริษัทแสนสิริ ได้แก่ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดอกเบี้ยเงินนโยบาย (R) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ดัชนีราคาทองคำฟิลาเดลเฟีย (GOLD_XAU) ผลการวิจัยพบว่าดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ให้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทักษ์คนัย วัชรสินธุ (2561) และ สาธิรัตน์ ชื่นสมบัติ (2556) แต่ให้ผลขัดแย้งกับผลงานวิจัยของ ฐิชาดา เชิงเห็น (2566) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อมูลที่วิเคราะห์อยู่คนละช่วงเวลากัน

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการวิจัยในอนาคต ควรพิจารณาปัจจัยเพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อราคาหลักทรัพย์ เช่น ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคและปัจจัยเฉพาะบริษัท เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการทำนายผล นอกจากนี้ ควรใช้ข้อมูลที่ครอบคลุมระยะเวลาที่ยาวนานขึ้นเพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่เสถียรมากขึ้น การวิจัยควรพิจารณาการวิเคราะห์เชิงลึกของผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ และสถานการณ์เศรษฐกิจโลก สุดท้าย ควรพิจารณาใช้เทคนิคการวิเคราะห์ขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) เพื่อพัฒนาการทำนายราคาหลักทรัพย์ให้มีความแม่นยำ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

นักลงทุนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มราคาหลักทรัพย์ของบริษัทเซนาดีเวลอปเม้นท์ (SENA) และบริษัทแสนสิริ (SIRI) เพื่อปรับกลยุทธ์การลงทุนให้เหมาะสมและเพิ่มโอกาสในการทำกำไร โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ที่ระบุในงานวิจัยนี้ รวมทั้งผู้จัดการกองทุนและนักวิเคราะห์การเงินสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวในการปรับพอร์ตการลงทุนให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ ทั้งนี้ การนำข้อมูลเชิงลึกจากผลการวิจัยมาใช้อาจช่วยให้การตัดสินใจลงทุนมีความแม่นยำและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสามารถระบุแนวโน้มและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการลงทุน

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

สำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรพิจารณาปัจจัยเพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อราคาหลักทรัพย์ เช่น ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคและปัจจัยเฉพาะภายในบริษัท รวมถึงทำการขยายช่วงเวลาการศึกษาเพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่เสถียรและสามารถสะท้อนแนวโน้มในระยะยาวได้ดี และอาจใช้เทคนิคการวิเคราะห์ขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) การวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ เพื่อพัฒนาการทำนายราคาหลักทรัพย์ให้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้คุณค่าและประโยชน์ของผลการวิจัยในการนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และการตัดสินใจลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

REFERENCES

- Chuensombat, S., & Banchuenwichit, W. (2013). Factors affecting the stock price of property and construction group (PROPCON). *Journal of Finance, Banking and Investing*, 1(2), 148-162.
- Dechadasawat, N. (2016). *Economic Factor Affecting Property & Construction Index in Thailand* (Independent Study). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:90495
- Fama, E. F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *Journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- Jegadeesh, N., & Titman, S. (1993). Returns to buying winners and selling losers: Implications for stock market efficiency. *Journal of Finance*, 48(1), 65-91.
- Jegadeesh, N., & Titman, S. (1999). Profitability of momentum strategies: An evaluation of alternative explanations. *Journal of Finance*, 56(2), 699-720.
- Seanghen, T., & Thongjeen, C. (2023). Factors Affecting the Stock Price of Property and Construction Sector in the Stock Exchange of Thailand. *Academy Journal of Northern*, 10(1), 73-82.
- Stock Exchange of Thailand. (2024a). *Financial highlights: Sansiri Public Company Limited*. Retrieved from <https://www.set.or.th/th/market/product/stock/quote/SIRI/financial-statement/company-highlights>
- Stock Exchange of Thailand. (2024b). *Financial highlights: Sena Development Public Company Limited*. Retrieved from <https://www.set.or.th/th/market/product/stock/quote/SENA/financial-statement/company-highlights>
- Untjaieak, C. (2022). *The factors affecting the rate of return investment of market, property development and materials group in the securities exchange of Thailand 2018 – 2022* (Independent Study). Retrieved from http://www.mbaфин-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2565-1-2_1692598491.pdf
- Watcharasindhu, T. (2018). *Economic factors affecting the stock price index of the real estate and construction industry group in Thailand* (Independent Study). Retrieved from <https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/304458.pdf>

อิทธิพลของคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่มีต่อผลการดำเนินงาน
ทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE
DISCLOSURE SCORES ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF
COMPANIES LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

พนิดา คำภาเมือง¹ ภัทธัชชา โชติคุณากิตติ²

Panida Khampamuang¹ Phatnatcha Chotikunakitti²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Master Student in Accounting Program, Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 09-7232-8409 E-mail: panida.k61@rsu.ac.th

²อาจารย์ประจำ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

²Instructure in Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 08-6994-9154 E-mail: phatnatcha.c@rsu.ac.th

(Received: July 1, 2024 ; Revised: July 18, 2024 ; Accepted: July 18, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เก็บข้อมูลงบการเงินในช่วงปี พ.ศ. 2561 - 2565 จากฐานข้อมูล SETSMART และฐานข้อมูล BLOOMBERG โดยตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา คือ คะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) และตัวแปรควบคุม ได้แก่ 1. อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) 2. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) 3. อัตราการเติบโตของสินทรัพย์ 4. ขนาดของกิจการ (Size) ในขณะที่ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานทางการเงิน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) ตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (TBQ) โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา มีการทดสอบการประมาณค่าสมการถดถอยด้วยตัวแบบคงที่และตัวแบบสุ่ม โดยใช้ Hausman's Specification Test ในการเลือกตัวแบบที่เหมาะสม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแบบจำลองด้วยวิธี Random-Effects Regression พบว่าคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

รวม (ROA) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (TBQ) และผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแบบจำลองด้วยวิธี Fixed-Effects Regression พบว่าคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ไม่พบความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) ตามลำดับ

คำสำคัญ: คะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล, ผลการดำเนินงานทางการเงิน, อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม, อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น, ตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ

Abstract

The purpose of this research was to study the relationship between environmental, social, and governance disclosure scores and financial performance of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. Financial statement data was collected during the period 2018 - 2022 from the SETSMART database and the BLOOMBERG database. The independent variable used in the study was Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure score and the control variables were 1. current ratio (CR) 2. asset turnover rate (AT) 3. asset growth rate 4. Firm size (Size). Whereas, the dependent variable was financial performance, including 1. Return on Total Assets (ROA) 2. Return on Equity (ROE) and 3. Tobin's Q (TBQ). This research used multiple regression analysis to test the relationship between the variables

The results of the study were to test the estimation of the regression equation with a fixed model and a random model using Hausman's Specification Test to select the appropriate model. The results of the study indicate that the model using the method Random-Effects Regression found that Environmental, Social, and Governance (ESG) disclosure scores were negatively related to financial performance as measured by return on total assets (ROA), with statistical significance at the confidence level was 90%, but no relationship was found with financial performance measured by the TBQ indicator. The results of the study indicated that the model using the method Fixed-Effects Regression found that environmental, social, and governance (ESG) disclosure scores were not found to be related to financial performance as measured by return on equity (ROE), respectively.

Keywords: ESG Disclosure Score, Financial Performance, Return on Assets, Return on Equity, Tobin's Q

บทนำ

ปัจจัยด้าน ESG มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Clean Tech) การปล่อยก๊าซพิษและของเสีย (Toxic Emissions & Waste) ความต้องการน้ำจืดที่เพิ่มสูงขึ้น (Water Stress)
- 2) ปัจจัยด้านสังคม (Social) สุขภาวะและความปลอดภัย (Health & Safety) การบริหารจัดการแรงงาน (Labor Management) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Capital Development)
- 3) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Governance) การกำกับดูแลที่ดี (Codes of Business Conduct) การบริหารนวัตกรรมอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Innovation Management) การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบและตรวจสอบได้ (Supply Chain Management) ซึ่งนักลงทุนจะต้องหาข้อมูลผลการดำเนินงานด้านการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การดูแลความปลอดภัยของพนักงาน และการบริหารจัดการด้านนวัตกรรม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สุดท้ายแล้วจะมีผลกระทบต่อผลดำเนินงานด้านการเงินของกิจการ (Sornsongkram, 2017)

การดำเนินธุรกิจภายใต้การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ได้รับความสนใจที่เพิ่มมากขึ้นจากบริษัทจดทะเบียนและนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เช่น ลูกค้า พนักงาน ผู้ผลิต สิ่งแวดล้อม สังคมและชุมชน หากบริษัทมีการบริหารจัดการเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณภาพจะช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ ลงอีกทั้งยังสามารถลดความเสี่ยง และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ แทนที่จะมุ่งเน้นผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้ลงทุนเพียงอย่างเดียว ซึ่งที่ผ่านมานักลงทุนมองว่าบริษัทที่ไม่ได้มีคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลนั้น คือบริษัทที่มีความเสี่ยงต่ำ ในขณะที่บริษัทที่มีคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล คือบริษัทที่มีความเสี่ยงสูง โดยนักลงทุนมองว่าบริษัทอาจส่งผลให้การลงทุนไม่ดี อาจก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ซึ่งบริษัทที่สะท้อนให้เห็นถึงความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ในการดำเนินงาน อีกทั้งยังสามารถพัฒนาชุมชนและสังคม โดยใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญและทรัพยากรของบริษัทเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ดีขึ้น

ในปัจจุบันการรวม ESG เข้ากับการตัดสินใจลงทุนของบริษัทช่วยให้นักลงทุนตัดสินใจโดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานโดยรวม มากกว่าผลประกอบการทางการเงินหรือผลตอบแทนในรูปของผลกำไรเพียงอย่างเดียว โดยการประเมินมูลค่าของบริษัทอาจเป็นตัวชี้วัดการตัดสินใจของนักลงทุน ซึ่งบริษัทที่แสดงให้เห็นถึงการคำนึงถึง สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่นำไปสู่ผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้นความได้เปรียบที่ส่งผลแก่นักลงทุนที่ตัดสินใจลงทุนของบริษัทเพิ่มขึ้น พบว่าการเปิดเผยข้อมูล ESG ไม่เพียงแต่ใช้วัดแค่ในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล แต่ใช้วัดในส่วนที่ไม่ใช่ตัวเลข

ทางการเงินที่อาจส่งผลกระทบต่อที่เป็นตัวเงินต่อองค์กร ซึ่งในท้ายที่สุดจะไปสะท้อนถึงโอกาสและความเสี่ยงของบริษัทในด้านของผลการดำเนินงาน (Siriassakul, 2023) บริษัทที่มีคะแนน ESG สูง จะมีความสามารถในการทำกำไรสูงและจ่ายเงินปันผลสูงเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทที่มีคะแนน ESG ต่ำ (Giese et al., 2019) ในขณะเดียวกัน Koundouri et al. (2022) ยังให้ความเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่าง ESG และผลการดำเนินงานทางการเงินมีพื้นฐานจากความเชื่อที่ว่าจัดการองค์กรที่ดีเกี่ยวกับปัญหา ESG สามารถนำไปสู่การปรับปรุงผลการดำเนินงานทางการเงิน

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Score Disclosures) กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด

ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เห็นถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการมีความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นกัน จึงจัดให้มีการประกวดและให้รางวัลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมยอดเยี่ยม (Best Corporate Social Responsibility Awards: CSR Awards) และรางวัล CSR Recognition และให้บริษัทที่ได้รับรางวัลเป็นแบบอย่างเพื่อบูรณาการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการดำเนินงาน Malaipia & Phoprajak (2018) ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นส่งผลให้บริษัทมีชื่อเสียง มั่นคง สร้าง ความน่าเชื่อถือ และได้รับการไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ นอกจากนี้ยังสามารถดึงดูดความสนใจ ของนักลงทุนได้อีกด้วย

การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืน เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างความรับผิดชอบ และสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กร สำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ข้อมูลดังกล่าวในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นปัจจัยสู่การสร้างบรรทัดฐาน และความคาดหวังใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เกิดการพัฒนา นโยบายขององค์กร และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กรให้ไปในทิศทางที่มีความสอดคล้องกับข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนขององค์กรมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการกระบวนการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนภายในองค์กร การบริหารจัดการความเสี่ยง การวางกลยุทธ์องค์กรที่ส่งเสริมให้องค์กรเห็นภาพผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรชัดเจนขึ้น จะเห็นได้ว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนขององค์กร จึงเป็นข้อมูลที่มีความสนใจจากนักลงทุน งานวิจัยหลายชิ้นได้ชี้ให้เห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นบวกขององค์กรส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน (Holm & Rikhardsson, 2008)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ด้านการเปิดเผยและวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร เพื่อให้บริษัทต่าง ๆ แสดงถึงปัจจัยที่มีผลกระทบกับการดำเนินงานและสถานะทางการเงินของบริษัทที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นแล้ว เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถประเมินนโยบายการดำเนินงานและกำหนดแนวทางของบริษัทในอนาคตได้ (Malaipia & Phoprajak, 2018)

ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้ความสนใจที่เพิ่มขึ้นในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรเอกชน เนื่องจากผลกระทบของมลพิษที่ถูกสร้างขึ้น (Jasch, 2006) ผู้มีส่วนได้เสียภายใน เช่น พนักงาน อาจได้รับผลกระทบจากมลพิษในสภาพแวดล้อมการทำงานในขณะที่ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ได้แก่ ชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากมลพิษในท้องถิ่น ดังนั้นจึงจำเป็นที่บริษัทจะต้องใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดการที่ดีที่สุดเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สารทำลายโอโซน การปล่อยไดออกไซด์ ของเสียอันตราย การปล่อยน้ำ การรั่วไหล หรือผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ฝ่ายบริหารของบริษัทควรตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ การสนับสนุนเทคโนโลยีขั้นสูงและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมได้ เนื่องจากเผยให้เห็นความสามารถของบริษัทในการลดต้นทุนและภาวะด้านสิ่งแวดล้อมให้กับลูกค้า และด้วยเหตุนี้จึงสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ผ่านเทคโนโลยีและกระบวนการด้านสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ หรือผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเชิงนิเวศ และลดปริมาณวัตถุดิบ เพิ่มความคงทน (Warschauer, 2015)

จากผลการศึกษา Barnett (2012) พบว่าบริษัทที่มีแนวปฏิบัติเพื่อสังคม (Corporate Social Practices หรือ CSP) ต่ำ จะมีผลการดำเนินงานทางการเงินสูงกว่าบริษัทที่มี CSR ปานกลาง แต่บริษัทที่มี CSR สูงจะมีผลการดำเนินงานทางการเงินที่สูงตามไปด้วย จะเห็นได้ว่าทฤษฎีที่ว่าผู้มีส่วนได้เสียสามารถเปลี่ยนความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นผลกำไรได้ การดำเนินธุรกิจอยู่บนหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) เป็นเรื่องของการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมซึ่งองค์กรดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมก็จะมีปัญหาตามมาขัดขวางการเติบโตของธุรกิจในระยะยาวอีกทั้งยังได้รับความเชื่อถือจากผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทุกฝ่าย (Thailand Environment Institute, 2005)

ผลการดำเนินงานทางด้านเศรษฐกิจการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จทางเศรษฐกิจขององค์กรได้รับการถกเถียงกันอย่างแข็งขันมานานหลายปี ดัชนีทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงินสามารถสะท้อนถึงผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจได้โดยตรง ดัชนีทางการเงิน หมายถึง ยอดขาย ความสามารถในการทำกำไร การหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ในขณะที่ดัชนีที่ไม่ใช่ทางการเงิน หมายถึง ส่วนแบ่งการตลาด ภูมิภาคการขายและจำนวนลูกค้า (Earnhart & Lizal, 2007) โดยทั่วไปแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กรจะเกี่ยวข้องกับผล

การดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ด้วยการนำแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ มาใช้ เช่น การลดแหล่งกำเนิดมลพิษ วิธีการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

สำหรับแนวคิดเรื่องของ ESG มีทฤษฎีหลายๆ ทฤษฎีที่สามารถนำมาอธิบายถึงความเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์อย่างเป็นเหตุเป็นผลกัน เช่น ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) เป็นทฤษฎีที่สำคัญของ CSR ที่แสดงให้เห็นผลประโยชน์ต่อบริษัทจากความรับผิดชอบต่อสังคม โดยทฤษฎีมีพื้นฐานมาจากกรอบความคิดของ (Barnard, 1938-1968) ได้กล่าวถึงมุมมองและแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อสังคมในมุมมองของระดับผู้บริหาร แสดงให้เห็นว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียต่อบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร บุคคลในองค์กร เช่น พนักงาน คณะผู้บริหาร ผู้จัดการ เป็นต้น และอีกกลุ่มคือบุคคลภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย คู่ค้า คู่แข่ง รวมไปถึงผู้ถือหุ้น และนักลงทุน เป็นต้น บุคคลเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรและมีอิทธิพลที่ช่วยขับเคลื่อนให้เกิดผลลัพธ์ในแง่ต่าง ๆ ต่อองค์กร ซึ่งธุรกิจไม่ได้ดูแลผู้มีส่วนได้เสียเพียงอย่างเดียว แต่ต้องทำประโยชน์เพื่อสังคมและต้องการดำเนินกิจการที่ต่อเนื่อง ดังนั้นการดำเนินธุรกิจแบบมีจริยธรรม ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ (Saikon & Thitiyapramote, 2018) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรถูกนำมาใช้โดยทั่วไปเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทำให้เกิดความสนใจสำหรับบริษัทต่างๆ ที่จะตระหนักถึงภาระหน้าที่ของตนเพื่อดูแลประเด็นทางสังคมขึ้นพื้นฐาน การศึกษาแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมจะถูกวัดโดยพิจารณาจากความมุ่งมั่นและประสิทธิผลของฝ่ายบริหารของบริษัทในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ในกระบวนการการผลิตและการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของบริษัท ในการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีประสิทธิภาพเชิงนิเวศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทใช้แนวปฏิบัติด้านการจัดการที่ดีที่สุดเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและใช้ประโยชน์จากโอกาสด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (Phimonwong, 2017) นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการดำเนินงานระหว่างผู้เป็นเจ้าของและผู้บริหารองค์กร นั่นคือ ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายกลไกการกำกับดูแลกิจการซึ่งสะท้อนพฤติกรรมของคนและความเป็นไปในองค์กรโดยมองว่าเจ้าของกิจการไม่สามารถบริหารงานเพียงผู้เดียวได้ จึงทำให้มีบุคคลที่เข้ามาช่วยในการบริหารงานแทนเจ้าของกิจการ ในแง่ของธรรมชาติบาลนั้น Meckling et al. (1976) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ที่เกิดจากบุคคลสองฝ่าย โดยเปรียบเทียบจาก บุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ตัวการ และอีกฝ่ายเรียกว่า ตัวแทน ซึ่งฝ่ายตัวการจะเป็นผู้ยินยอมมอบทรัพยากรและสิทธิในการจัดการทรัพยากรที่ตนมีอยู่ให้กับฝ่ายตัวแทนทำการบริหารจัดการกิจการให้ตน เพื่อให้ตัวการได้รับผลตอบแทนที่สูงที่สุด และตัวแทนจะได้รับค่าตอบแทนจากการทำงานนั้น

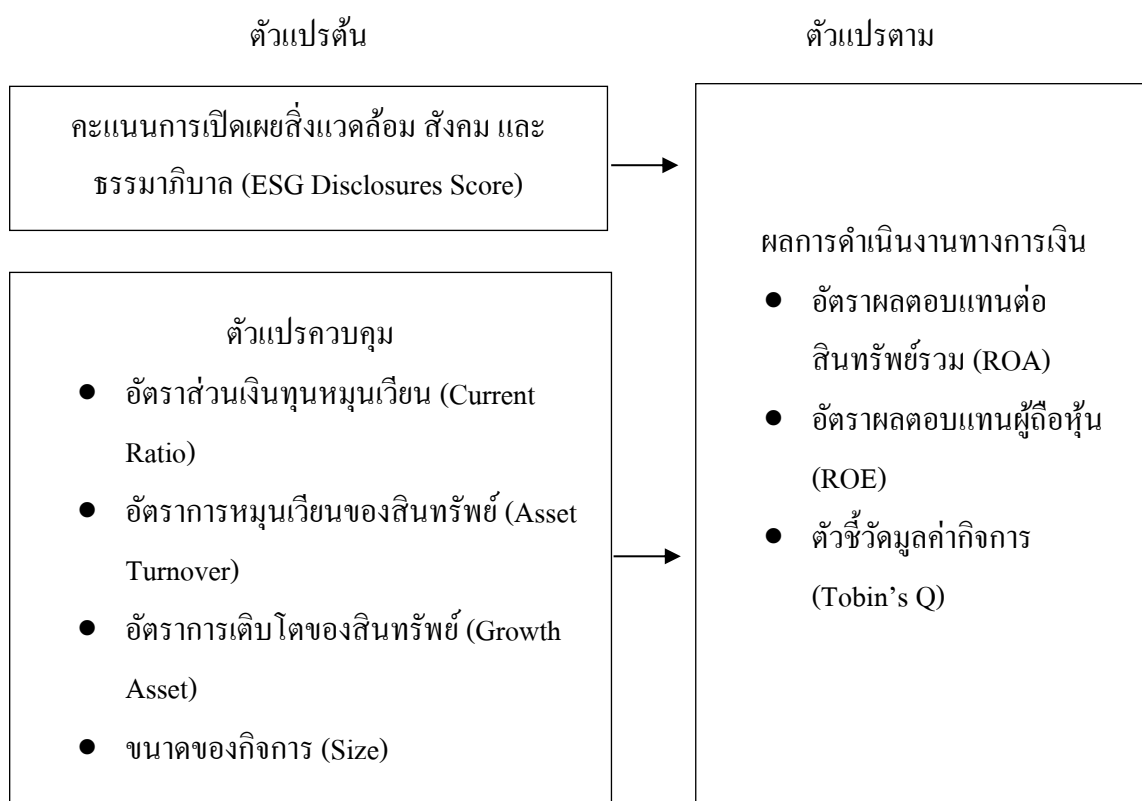
กล่าวคือ ผู้ถือหุ้นให้ฝ่ายบริหารดำเนินการแทนตน ซึ่งการที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถล่วงรู้ข้อมูลการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร ย่อมทำให้เกิดต้นทุนจากการมอบอำนาจในการดำเนินการขึ้น

สำหรับงานวิจัยในอดีต พบว่านักวิจัยจำนวนมากได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัท และ ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น Fried (2015) ทำการศึกษาผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) และผลการดำเนินงานของบริษัทในอินเดีย (ESG Scores and Firm Performance-Evidence from Emerging Market) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินและ ESG ผลผลการศึกษาในแนวทางเดียวกัน โดย Lubis & Rokhim (2021) ศึกษาบริษัทในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า การเปิดเผยข้อมูล ESG พบว่า มีผลในเชิงลบกับ Tobin Q ผลการวิจัยนี้สนับสนุนโดย Songwutti (2022) และ Sudcharean (2021) และนักวิจัยบางท่านไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง ESG กับผลกำไรของกิจการ วัดโดย ROA และ ROE เช่น Somsongkram, 2017 และ Phongphat (2015) อย่างไรก็ตามนักวิจัยอื่นได้ทำการวิเคราะห์ผลกระทบต่อส่วนวัดกรรมสิทธิ์ เช่น Zhang et al. (2020) ทำการศึกษาผลกระทบของ ESG และส่วนวัดกรรมสิทธิ์ที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการจากมุมมองของการเปิดเผยข้อมูล พบว่าส่วนวัดกรรมสิทธิ์มีบทบาทที่แข็งแกร่งขึ้นในการส่งเสริมบริษัทระดับกลางและระดับสูงกับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) นอกจากนี้ยังมีการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล ESG ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม (EES) ในกลุ่มบริษัทในเอเชีย Alsayegh et al. (2020) พบว่าการเปิดเผยข้อมูล ESG เป็นโครงสร้างที่เสริมความแข็งแกร่งให้กับองค์กรและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม (EES) ของบริษัทในเอเชียเห็นถึงความโปร่งใสและมีคุณภาพสูง นอกจากนี้ยังช่วยสร้างโอกาสที่ดีขึ้นใน เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

Matemane, Msomi & Ngundu (2024) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการดำเนินงาน ESG และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศแอฟริกาใต้ พบว่าคะแนน ESG มีความสัมพันธ์เชิงบวก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดด้วย ROA โดยได้ทำการวิเคราะห์แยกแยะระหว่างบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงินและไม่ใช่มูลนิธิการเงินแยกออกจากกัน นอกจากนี้ Promprasit (2022) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กร (ESG) กับโอกาสการเติบโตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ข้อสรุปว่าความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสเติบโตของบริษัท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีการดำเนินงานด้าน ESG มากขึ้น จะส่งผลต่อโอกาสการเติบโตของบริษัทมากขึ้นตามไปด้วย Siriassakul (2023) ทำการศึกษาลถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงิน (Corporate Financial Performance) กับผลคะแนนสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Scores) รวมไปถึงคะแนนแยกตามหมวดหมู่

ในแต่ละหมวด (Pillar Scores) ของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี NASDAQ100 ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้หลักของทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ในระหว่างปี 2015 – 2020 โดยใช้ตัวแปรตามคืออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ตัวแปรอิสระคือคะแนนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Scores) ตัวแปรควบคุมคือขนาด ความเสี่ยงทางการเงิน ทรัพยากรการศึกษาแสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) กับผลคะแนนสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Scores) และผลคะแนนทางด้านหมวดหมู่สังคม (SOC Scores) แต่ไม่พบความสัมพันธ์ในส่วนของคะแนนทางด้านหมวดหมู่สิ่งแวดล้อม (ENV Scores) และคะแนนด้านหมวดหมู่ธรรมาภิบาล (GOV Scores)

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งหมด 7 อุตสาหกรรม ยกเว้นกลุ่มธุรกิจการเงินกลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และ กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ด้วยการกรองข้อมูลบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลคะแนนสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ไม่สมบูรณ์ออกจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลประจำปี 2561 - 2565 มีจำนวนบริษัททั้งสิ้น 106 บริษัท 530 กลุ่มตัวอย่าง (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)

2. วิธีเก็บข้อมูล

เก็บจากข้อมูลงบการเงินในฐานะข้อมูล SETSMART แบบ 56-1 และฐานข้อมูล BLOOMBERG ปี 2561 - 2565 ทั้งหมด 7 กลุ่มอุตสาหกรรม จำนวน 106 บริษัท รวมทั้งราคาตลาดหลักทรัพย์จากสรุปข้อมูลราคาหลักทรัพย์

3. สมมติฐานของการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จึงกำหนดสมมติฐานของการวิจัย เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ดังนี้

H1: คะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานที่วัดโดยอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H2: คะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H3: คะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ

4. ตัวแบบความสัมพันธ์

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 ESG_{it} + \beta_2 CR_{it} + \beta_3 AT_{it} + \beta_4 AG_{it} + \beta_5 Size_{it} + \epsilon_{it} \quad (3-1)$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 ESG_{it} + \beta_2 CR_{it} + \beta_3 AT_{it} + \beta_4 AG_{it} + \beta_5 Size_{it} + \epsilon_{it} \quad (3-2)$$

$$TBQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 ESG_{it} + \beta_2 CR_{it} + \beta_3 AT_{it} + \beta_4 AG_{it} + \beta_5 Size_{it} + \epsilon_{it} \quad (3-3)$$

กำหนดให้

ROA	คือ	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์
ROE	คือ	อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น
TBQ	คือ	ตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ
ESG	คือ	คะแนนการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
CR	คือ	อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน
AT	คือ	อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม
AG	คือ	อัตราการเติบโตของสินทรัพย์
Size	คือ	ขนาดของกิจการ
it	คือ	บริษัท i ณ ปีที่ t
β_0	คือ	ค่าคงที่
β_j	คือ	สัมประสิทธิ์ความถดถอยโดยที่ j มีค่าเท่ากับ 1-5

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลลักษณะพื้นฐานของตัวแปร

ตัวแปร	Mean	Standard Deviation	Minimum	Maximum	Skewness	Kurtosis
คะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล	48.2691	14.3662	8.5605	81.6216	-0.1969	3.0653
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	1.7880	1.4254	0.0700	12.7400	3.1081	19.0698
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.7743	0.7389	0.0002	5.5069	2.3902	10.6310
อัตราการเติบโตของสินทรัพย์ (ร้อยละ)	19.2279	30.6336	0.0000	291.0932	3.7369	23.2690
ขนาดของกิจการ	4.5790	0.6530	2.9886	6.5335	-0.0044	3.0692
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ร้อยละ)	7.2265	6.9534	0.0218	63.3931	4.0932	27.9323
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	16.1749	13.5125	0.0561	116.0800	2.7938	14.9537
ตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (เท่า)	1.8928	1.3642	0.6636	11.7747	2.7508	13.7506

จากตารางที่ 1 พบว่าคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 48.2691 คะแนน และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 14.3662 คะแนน โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 81.6216 คะแนน และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 8.5605 คะแนน อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.7880 เท่า และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 1.4254 เท่า โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 12.7400 เท่า และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.0700 เท่า อัตราเงินลงทุนหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.7743 เท่า และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 0.7389 เท่า โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 5.5069 เท่า และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.0002 เท่า อัตราการเติบโตของสินทรัพย์ (AG) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 19.2279 และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 30.6336 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 291.0932 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.0000 ขนาดของกิจการ (Size) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5790 และมีการกระจาย

ของข้อมูลอยู่ที่ 0.6530 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 6.5335 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 2.9886 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 7.2265 และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ร้อยละ 6.9534 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 63.3931 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 0.0218 อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 16.1749 และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ร้อยละ 13.5125 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 116.0800 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 0.0561 ตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (TBQ) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.8928 เท่า และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 1.3642 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 11.7747 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.6636

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

COR	ESG	CR	AT	AG	Size	ROA	ROE
CR	-0.0720*	1*					
AT	-0.0835*	-0.0212*	1*				
AG	0.0846*	-0.0592*	0.0417*	1*			
Size	0.4888*	-0.2072*	-0.1846*	0.0979*	1*		
ROA	-0.1823*	0.0305*	0.2192*	0.1114*	-0.2203*	1	
ROE	-0.1432*	-0.1175*	0.2605*	0.1015*	-0.1194*	0.8133*	1*
TBQ	-0.0872*	-0.0189*	0.1910*	0.0327*	-0.2519*	0.3865*	0.3101*

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของ Size มีความสัมพันธ์กับ ESG และ AG ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเป็นบวกเท่ากับ 0.4888 และ 0.0979 ตามลำดับ และมีความสัมพันธ์กับ ESG กับ CR และ AT ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเป็นลบเท่ากับ เท่ากับ 0.0272 และ -0.1846 ตามลำดับ ROA มีความสัมพันธ์กับ ROE, TBQ, AT, AG ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเป็นบวกเท่ากับ 0.8133 0.3865 0.2192 และ 0.1114 ตามลำดับ และ ROA มีความสัมพันธ์กับ ESG และ Size ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเป็นลบเท่ากับ -0.1823 และ -0.2203 ตามลำดับ ROE มีความสัมพันธ์กับ TBQ, AT และ AG มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเป็นบวกเท่ากับ 0.3101 0.2605 และ 0.1015 ตามลำดับและมี

ความสัมพันธ์กับ ESG, Size และ CR มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเป็นลบเท่ากับ -0.1432 -0.1194 และ -0.1432 ตามลำดับ TBQ มีความสัมพันธ์กับ ROA, ROE และ AT ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเป็นบวกเท่ากับ 0.3865 0.3101 และ 0.1910 ตามลำดับ และมีความสัมพันธ์กับ ESG, Size) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเป็นลบเท่ากับ -0.2519 -0.0872 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์และแสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

Variables	Model 1 ROA			Model 2 ROE			Model 3 TBQ		
	Simple	Fixed-effect	Random-effects	Simple	Fixed-effect	Random-effects	Simple	Fixed-effect	Random-effects
	Coefficient	Coefficient	Coefficient	Coefficient	Coefficient	Coefficient	Coefficient	Coefficient	Coefficient
Constant	14.9975***	5.0392	12.9828***	24.6864***	-13.5886	14.9250	4.0943***	4.7015***	4.2989***
ESG	-0.0510**	-0.4981	-0.0512*	-0.1063**	-0.0459	-0.0854	0.0044	-0.0039	-0.0018
CR	-0.0149	0.4414	0.0295	-1.2052	0.7025	-0.1839	-0.0625	-0.0360	-0.4093
AT	1.6819***	2.8099***	1.9734***	4.2869***	7.4685***	5.3669***	0.2637***	0.4108***	0.3691***
AG	0.0274***	0.0254***	0.0281***	0.0409***	0.0142	0.0309*	0.0018	-0.0009	-0.0009
Size	-1.5659***	0.2472	-1.2428**	-1.1661***	5.3870*	0.2068	-0.5551***	-0.6228***	-0.5482***
R-square	0.1037	within = 0.0499	within = 0.0454	0.1077	Within = 0.0639	Within = 0.0469	0.0926	Within = 0.0928	Within = 0.0923
Adjusted R-square	0.0952	between = 0.1012	between = 0.1636	0.0992	Between = 0.0261	Between = 0.1295	0.0839	Between = 0.0835	Between = 0.0853
Prob > F-statistic	0	overall = 0.0728	overall = 0.1013	0	Overall = 0.0312	Overall = 0.0916	0	Overall = 0.0833	Overall = 0.0848
Hausman Test			4.1				6.18		
Hausman (Prob > chi2)			0.5357				0.2887		

จากตารางที่ 3 เนื่องจากข้อมูลเป็นลักษณะข้อมูลแบบพาแนล จึงมีการใช้สมการถดถอยสหสัมพันธ์แบบ Fixed-Effect Regression และ Random-Effects Regression จะพิจารณาจากการทดสอบ Hausman's Specification Test โดยหากค่า Probability > Chi-Square Statistics ที่น้อยกว่า 0.05 จะเลือกใช้ Fixed-Effect Regression แต่หากค่า Probability > Chi-Square Statistics ที่มากกว่า 0.05 จะเลือกใช้ Random-Effects Regression ซึ่งแสดงผลการศึกษา Model ROA ROE และ Tobin's Q ผลการทดสอบค่าสมการถดถอยด้วยวิธี Hausman Test's Specification Test พบว่าสมการถดถอยสหสัมพันธ์แบบจำลองด้วยวิธี Random-Effect Regression เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมสำหรับ Model ROA และ Tobin's Q โดยมีค่า Prob > chi2 เท่ากับ 0.5357, 0.2887 ตามลำดับ (Probability > Chi-square Statistics ที่มากกว่า 0.01) ขณะที่สมการถดถอยสหสัมพันธ์แบบจำลองด้วยวิธี Fixed-Effect Regression เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมสำหรับ Model ROE โดยมีค่า Prob > chi2 เท่ากับ 0.0036 (Probability > Chi-square Statistics ที่น้อยกว่า 0.01)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Random-Effect GLS (within) (1) regression ของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม (ROA) ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ ตัวแปรคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ค่าสัมประสิทธิ์ -0.0512 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0600 ซึ่งค่า P-Value < 0.10) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ตัวแปรอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) ค่าสัมประสิทธิ์ 1.9734 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.01) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ตัวแปรอัตราการเติบโตของสินทรัพย์ (AG) ค่าสัมประสิทธิ์ 0.0281 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0001 ซึ่งค่า P-Value < 0.01) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ตัวแปรขนาดของกิจการ (Size) ค่าสัมประสิทธิ์ -1.2428 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0080 ซึ่งค่า P-Value < 0.05) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Fixed-Effect (within) (2) regression ของอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ ตัวแปรอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) ค่าสัมประสิทธิ์ 7.4685 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.01) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99% และตัวแปรขนาดของกิจการ (Size) ค่าสัมประสิทธิ์ 5.3870 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0550 ซึ่งค่า P-Value < 0.10) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90%

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Random-Effect GLS (within) (3) Regression ของมูลค่าชี้อัดกิจการ (TBQ) ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ ตัวแปรอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) ค่าสัมประสิทธิ์ 0.3691 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.01) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99% และตัวแปรขนาดของกิจการ (Size) ค่าสัมประสิทธิ์ -0.5482 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.01) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาคะแนนการเปิดเผย ESG สำหรับปี 2561 ถึงปี 2565 พบว่าคะแนนการเปิดเผย ESG มีแนวโน้มสูงขึ้น (คะแนนการเปิดเผย ESG ปี 2561 เฉลี่ยเท่ากับ 47.4051 และเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 51.2884) แต่อย่างไรก็ดีจากผลการวิจัยพบว่าคะแนนการเปิดเผย ESG มีทิศทางที่ตรงข้ามกับการเพิ่มขึ้นของความสามารถในการทำกำไรของบริษัท หรือกล่าวอีกในหนึ่งมีทิศทางเป็นลบ เนื่องจากบริษัทมีการลงทุนในการปฏิบัติด้าน ESG เช่น การลงทุนในด้านเทคโนโลยีให้มีความทันสมัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้เข้าใจเกี่ยวกับข้อปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการปรับกระบวนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ESG การลงทุนเหล่านี้ อาจมีผลทำให้บริษัทมีผลประกอบการ (กำไร) ที่ลดลง

สำหรับการประมาณค่าสมการถดถอยพหุคูณตามแบบจำลองที่ 1 ซึ่งผลการดำเนินงานวัดค่าด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ด้วยวิธี Random -Effects Regression ผลการวิเคราะห์พบว่าคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ส่วนตัวแปรควบคุมประกอบด้วยอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) และอัตราการเติบโตของสินทรัพย์ (AG) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ขณะที่ขนาดของกิจการ (Size) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ ที่ 2 ด้วยวิธี Fixed-Effects Regression พบว่า คะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Disclosures) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรควบคุม ประกอบด้วยอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ขณะที่ขนาดของกิจการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10 กับอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองที่ 3 ผลการดำเนินงานวัดด้วยตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) จากการประมาณค่าสมการถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Random -Effects Regression พบว่าคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มีความสัมพันธ์เชิงลบแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (TBQ) ส่วนตัวแปรควบคุม อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (AT) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และขนาดของกิจการ (Size) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (TBQ) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Score Disclosures) กับผลการดำเนินงานของกิจการซึ่งวัดค่าด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (TBQ) พบว่าสำหรับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีสมการถดถอยสหสัมพันธ์ $ROA = 12.9828 - 0.0512ESG + 0.0295CR + 1.9734AT + 0.0281AG - 1.2428Size$ ซึ่งจะพบว่า ESG มีความสัมพันธ์เชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Fried (2015) ทำการศึกษาผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) และผลการดำเนินงานของบริษัทในอินเดีย

พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินและ ESG แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Siriassakul (2023) และ Yungyuen (2020) พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) กับผลคะแนนสิ่งแวดล้อมสังคมและธรรมาภิบาล (ESG Scores) และ Matemane, Msomi and Ngundu (2024) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการดำเนินงาน ESG และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศแอฟริกาใต้ พบว่าคะแนน ESG มีความสัมพันธ์เชิงบวก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดด้วย ROA ทั้งนี้ผลการศึกษาในประเทศอื่น เช่น ในประเทศอินเดีย ประเทศอเมริกาใต้ และประเทศไทย อาจมีความแตกต่างกันเนื่องจากบริบทด้านการส่งเสริม การกำกับดูแลจากภาครัฐ และกฎหมายควบคุมด้านสิ่งแวดล้อม อาจมีความแตกต่างกัน เป็นต้น และผลการศึกษาของ Phongphant (2015) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาลขององค์กร กับผลประกอบการทางการเงินของบริษัทหมวดธุรกิจพลังงานที่อยู่ในดัชนี SET 50 ผลการศึกษาได้สรุปว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ขององค์กร กับผลประกอบการทางการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

ในส่วนผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Score Disclosures) กับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) จากผลการวิจัยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยสหสัมพันธ์ ดังนี้ $ROE = -13.5886 - 0.0459ESG + 0.7025CR + 7.4685AT + 0.0142AG + 5.3870Size$ ซึ่ง ESG พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบ แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Alsayegh et al. (2020)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Score Disclosures) กับตัวชี้วัดมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) จากผลการวิจัยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยสหสัมพันธ์ ดังนี้ $TBQ = 4.2989 - 0.0008 ESG - 0.4093 CR + 0.3691 AT - 0.0009 AG - 0.5482Size$ ซึ่ง ESG พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบ แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งต่างกับ Songwutti (2022) พบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ ในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ในเชิงลบกับมูลค่าของกิจการ (Tobin's Q) และ Lubis and Rokhim (2021) พบว่า การเปิดเผยข้อมูล ESG มีผลในเชิงลบกับผลการดำเนินงานซึ่งวัดด้วย Tobin Q แต่เมื่อวิเคราะห์โดยเพิ่มตัวแปรความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ได้ผลสรุปว่า ESG มีความสัมพันธ์เชิงบวกแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่สอดคล้องกับ Sornsongkram (2017) ซึ่งพบความสัมพันธ์เชิงบวก

กล่าวโดยสรุปการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Score Disclosures) กับผลการดำเนินงานทางการเงินในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าคะแนนการเปิดเผยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Score Disclosures) มี

ความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงานที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เท่านั้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากการลงทุนในการดำเนินงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลส่งผลให้กิจการมีการลงทุนในสินทรัพย์จำนวนมาก รวมทั้งอาจทำให้มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงส่งผลให้กำไรจากการดำเนินงานลดลง ซึ่งเป็นสาเหตุให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ลดลง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1.1 ผลของงานวิจัยในครั้งนี้ คະแนน การเปิดเผย ESG มีผลในทางตรงข้ามกับการเพิ่มขึ้นของผลประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นวัดด้วย ROA, ROE และ TBQ ซึ่งฝ่ายบริหารและนักลงทุนอาจนำข้อมูลนี้ไปประกอบการตัดสินใจสำหรับการลงทุน หรือเลือกตัดสินใจที่จะลงทุน

1.2 จากคะแนนการเปิดเผย ESG ที่มีผลในทางตรงกันข้ามกับการเพิ่มขึ้นของผลประกอบการ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายเพื่อกระตุ้นให้บริษัทหันมาสนใจดำเนินงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาลให้มากขึ้น เช่น ภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนใน ESG โดยอาจพิจารณาลดภาษีให้กับบริษัทที่มีการเปิดเผย ESG หรือลดภาษีให้กับบริษัทที่มีคะแนน ESG เพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ หรือให้การสนับสนุนด้านอื่นๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการลงทุนด้าน ESG เป็นต้น

2. สำหรับข้อเสนอแนะ สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1.1 ควรมีการศึกษาแยกวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับแต่ละอุตสาหกรรมอาจทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น ผ่านสะท้อนแนวโน้มของแต่ละอุตสาหกรรมได้มากขึ้น

1.2 งานวิจัยนี้ศึกษาการดำเนินงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล โดยใช้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลเป็นตัวชี้วัด งานวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้ตัวชี้วัดประเภทอื่นหรือจำแนกตัวชี้วัดออกเป็นแต่ละด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาล

REFERENCES

- Alsayegh, M. F., Abdul R. R., & Homayoun, S. (2020). Corporate economic, environmental, and social sustainability performance transformation through ESG disclosure. *Sustainability*, 12(9), 3910.
- Barnard, C. I. (1938-1968). *The Executive Functions* (13th ed.). Cambridge Massachusetta and London, England: Harvard University Press.
- Barnett, M. L., & Salomon, R. M. (2012). Does it pay to be really good? addressing the shape of the relationship between social and financial performance. *Strategic Management Journal*, 33(11), 1304-1320. doi:10.1002/smj.1980
- Earnhart D., Lizal L. (2007). Effect of pollution control on corporate financial performance in a transition economy. *European Environment*, 17, 247-266.
- Fried, G. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies, *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 210-233
- Giese, G., Lee, L., Melas, D., Nagy, Z., & Nishikawa, L. (2019). Foundations of ESG investing: How ESG affects equity valuation, risk, and performance. *Journal of Portfolio Management*, 45(5), 69-83. <https://doi.org/10.3905/jpm.2019.45.5.069>
- Holm, C., & Rikhardsson, P. (2008). Experienced and Novice Investors: Does Environmental Information Influence Investment Allocation Decisions?. *European Accounting Review*, 17, 537-557.
- Husnah, N., Hamidah, R., & Sari, R. D. (2018). The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from Indonesian Public Listed Companies. *Journal of Accounting and Business Research*, 19(1), 1-10.
- Jasch, C. M. (2006). Environmental Management Accounting (EMA) as the Next Step in the Evolution of Management Accounting. *Journal of Cleaner Production*, 14(14), 1190-1193. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2005.08.006>
- Koundouri, P., Pittis, N., & Plataniotis, A. (2022). The Impact of ESG Performance on the Financial Performance of European Area Companies: An Empirical Examination. *Environmental Sciences Proceedings*, 15(1), 13. <https://doi.org/10.3390/environsciproc2022015013>

- Lubis, M. F. F., & Rokhim, R. (2021). The effect of environmental, social, and governance (ESG) disclosure and competitive advantage on companies' performance as an implementation of sustainable economic growth in Indonesia for period of 2015 - 2019. IOP Conference Series. *Earth and Environmental Science*, 940(1)
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/940/1/012059>
- Malaipia, S. & Phoprajak, D. (2018). The Correlation between CSR Disclosure and Sustainable Firm Value: A Case Study of the Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand. *Business Review Journal*, 10(2), 75-86. Retrieved from
<https://so01.tcithaijo.org/index.php/bahcujs/article/view/162247>
- Matemane, R., Msomi, T., & Ngundu, M. (2024). Environmental, social and governance and financial performance nexus in South African listed firms. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 27(1), 5387.
- Meckling, W. H., & Jensen, M. C. (1976). *Theory of the Firm. Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*. Retrieved from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-94-009-9257-3_8
- Phimonwong, P. (2017). *Communication of Corporate Social Responsibility (CSR) in Small and Medium Enterprises (SMEs). A Case Study of Dairy Home Co, Ltd.* (Master's thesis). Dhurakij Pundit University. Retrieved from <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Panchalee.Phi.pdf>
- Phongphant, T. (2015). *The Relationship between a Level of Environmental, Social and Governance Disclosure and Corporate Financial Performance in the Listed Energy Companies in the SET 50 index* (Independent Study). Dhurakij Pundit University.
https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14458/DPU.the.2015.49
- Promprasit, P. (2022). *The relationship between environment, social and governance (ESG) and growth opportunity of Listed Thai Companies* (Independent Study). Thammasat University.
 Retrieved from https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2022/TU_2022_6402030263_16245_22762.pdf
- Saikon, M., & Thitiyapramote, N. (2018). The Effect of Corporate Social Responsibility and Environmental Accounting Disclosure of Industrial Production has been certified ISO 14001 in Thailand. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 12(2), 78–101.
 Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmscrru/article/view/119811>

- Siriassakul, N. (2023). *Corporate Financial Performance which is measured by Return on Assets with the ESG Scores including each individual pillar scores in the listed companies in NASDAQ100 Index in the United States of America* (Independent Study). Mahidol University. Retrieved from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/5156/1/TP%20FM.006%202566.pdf>
- Songwutti, N. (2022). *The relationship between environment, social, and corporate governance (ESG) and firm value of the listed companies* (Independent Study). Thammasat University. Retrieved from https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2022/TU_2022_6402110487_16903_24611.pdf
- Sornsongkram, P. (2017). *Environment, social, governance (ESG) and firm performance (Tobin's Q) of listed Thai energy and resources companies* (Master's Thesis). Thammasat University. Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:138747
- Sudcharean, P. (2021). *The impact of environmental, social and governance (ESG) performance on financial performance through investment risks of listed companies in the Stock Exchange of Thailand (SET)* (Master's Thesis). Thammasat University. Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:271891
- Thailand Environment Institute (2005). *Thailand's State of Environmental Governance Report 2005* (2nd Assessment). (Independent Study). Retrieved from <https://www.tei.or.th/tai/tai1-thai.html>
- Warschauer, T. (2015). Types of Investment Risk. In *CFP Board Financial Planning Competency Handbook* (pp. 283-289). John Wiley & Sons, inc. <https://doi.org/10.1002/9781119642473.ch32>
- Yungyuen, W. (2020). *ESG Performance and Corporate Financial Performance in Sensitive Industries – an Empirical Study of EUROPEAN union* (Master's Thesis). Mahidol University. Retrieved from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3457>
- Zhang, N., Liang, Q., Li, H., & Wang, X. (2022). The organizational relationship-based political connection and debt financing: Evidence from Chinese private firms. *Bulletin of Economic Research*, 74(1), 69-105.

การเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินไทย

หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

The Changes of Operational Performance of Thai Financial

Institutions after the Coronavirus Disease 2019 Pandemic

ภาณุพงศ์ ธงแถว¹ คณิศร เทอดเผ่าพงศ์²Panupong Thongthaew¹ Kanitsorn Terdpaopong²¹นักศึกษานิเทศศาสตร์ หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต¹Master Students in Accountancy, Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 09-0995-4811 E-mail: panupong.t63@rsu.ac.th

²รองศาสตราจารย์ประจำคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต²Associate Professor in Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 02-997-2200 Ext 1036 E-mail: kanitsorn@rsu.ac.th

(Received: June 24, 2024 ; Revised: July 14, 2024 ; Accepted: July 31, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินไทย ในช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 2019 ทำการเก็บข้อมูลงบการเงินในช่วงปี พ.ศ. 2560 – 2565 จากฐานข้อมูลออนไลน์ SETSMART โดยแบ่งกลุ่มสถาบันการเงินออกเป็น 3 หมวดย่อยตามที่ตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด ได้แก่ 1) ธนาคาร 2) บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ 3) บริษัทประกันภัยและประกันชีวิต อัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 5 มิติ ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์สภาพคล่อง การวิเคราะห์โครงสร้างทางการเงิน การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ และการวิเคราะห์มูลค่าตลาดของหุ้น งานวิจัยฉบับนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรด้วยสถิติ T-Test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษามีเพียงอัตราส่วนเดียว คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม ที่แสดงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในช่วงก่อนและหลังสถานการณ์โควิด-19 และผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นตัวแปรตาม อัตราส่วนที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญของอัตราผลตอบแทน

จากสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้อื้อหุ้น คือ อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวม กำไรต่อหุ้น และราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิ

คำสำคัญ: อัตราส่วนทางการเงิน, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, สถาบันการเงิน, โควิด-19

Abstract

The purpose of this study was to study the changes in the operational performance of Thai financial institutions, before and after the outbreak of coronavirus disease 2019. The financial statements for the period 2017-2022 from the SETSMART online database were collected. The samples of financial institutions are classified into three (3) subcategories as specified by the Stock Exchange of Thailand, namely 1) banks, 2) finance and securities companies, and 3) insurance and life insurance companies. The financial ratios used in the analysis are categorized into five (5) dimensions including liquidity analysis, financial structure analysis, profitability analysis, asset management efficiency analysis, and stock market value analysis. This research employed descriptive statistical analysis by testing differences between variables using T-Test statistics and multiple regression analysis. The results of the study revealed that only return on asset ratio showed statistical significance according to the T-Test before and after the COVID-19. In addition, the results from multiple regression analysis where return on assets and return on equity ratios presented as dependent variables revealed that operating cashflow to total liabilities, earnings per share, price earnings ratio found to be statistically significant.

Keywords: Financial Ratios, Stock Exchange of Thailand, Financial Institution, COVID-19

บทนำ

ปัจจุบันสถาบันการเงินมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากสถาบันการเงินทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างผู้มีเงินออมกับผู้ที่ต้องการเงินทุน และหน้าที่ที่สำคัญคือระดมเงินออมจากหน่วยธุรกิจและประชาชนที่มีเงินออม เพื่อนำเงินออมที่ระดมได้มาจัดสรร กระจายเงินออมดังกล่าวไปสู่หน่วยธุรกิจที่ต้องการนำเงินไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และเพื่อที่จะนำเงินออมไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (อารีย์ เชื้อเมืองพาน, 2543) หากสถาบันการเงินมีความเข้มแข็ง ในการทำหน้าที่ด้านการระดมเงินออม การกระจายเงินออมไปสู่หน่วยธุรกิจต่างๆ ก็จะเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ หน่วยธุรกิจก็จะได้รับ

การสนับสนุนเงินทุนอย่างต่อเนื่อง หากสถาบันการเงินเกิดวิกฤตขึ้นหน่วยธุรกิจที่พึ่งพาเงินทุนจากสถาบันการเงินเหล่านี้ก็อาจได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

นอกจากนี้ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันในการดำเนินงานธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงและผันผวนตลอดเวลา ทำให้องค์กรธุรกิจต่างๆ ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งจากภายในและภายนอก จึงมีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงจากความไม่แน่นอน เช่น วิกฤตเศรษฐกิจ โรคระบาด และการแข่งขันที่สูงขึ้น ภัยพิบัติต่างๆ หรือการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างรวดเร็ว สถาบันการเงินจึงมีการพัฒนาประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา โดยมีกฎระเบียบที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงิน ทั้งด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สถาบันการเงิน การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประสิทธิภาพของสถาบันการเงิน ที่จะช่วยให้สถาบันการเงินสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้นและสามารถอยู่รอดได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Bank of Thailand, 2023) ประสิทธิภาพการดำเนินงานจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งมีอิทธิพลต่อแง่มุมต่างๆ ของการดำเนินธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพ ความสามารถในการปรับตัว ความพึงพอใจของลูกค้า และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องขององค์กรต่างๆ เพื่อที่จะสามารถจัดการกับความซับซ้อนของธุรกิจสมัยใหม่ วางแผนเพื่อการเติบโต และมีความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (วรเชษฐ วานิชสุขสมบัติ, 2548)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมามีผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อภาคธุรกิจ สังคม และการเมือง ที่เป็นผลกระทบในวงกว้าง จนมีการใช้มาตรการต่างๆ ในการป้องกันการแพร่กระจายของแต่ละประเทศรวมถึงประเทศไทยได้ส่งผลต่อเศรษฐกิจอย่างรุนแรงโดยศักยภาพทางเศรษฐกิจที่ปรับตัวลดลงอย่างมาก และในด้านของกิจการต่าง ๆ ก็ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจอันเป็นผลจากการชะลอการใช้จ่ายทั้งในส่วนของการและบุคคลทั่วไป ขณะที่การชะงักของเศรษฐกิจภายในประเทศ รวมถึงคนตกงานเพิ่มขึ้นจนเศรษฐกิจบอบช้ำยากที่จะฟื้นตัว ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวคำนึงถึงความอยู่รอดของบริษัท ธุรกิจมีการหยุดชะงักเนื่องจากโรคระบาด โดยผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปที่ได้รับผลกระทบมีรายได้ลดลงและไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามปกติ นอกจากนี้การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (Covid-19) สร้างความผันผวนให้กับตลาดการเงินทั่วโลก รวมถึงส่งผลให้สภาพคล่องตลาดการเงินไทยลดลง กระทั่งต่อกลไกการระดมทุนในตลาดการเงินไทย ซึ่งตลาดการเงินมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ โดยเป็นศูนย์กลางของการทำธุรกรรมเพื่อการกู้ยืมและการลงทุน (The Stock Exchange of Thailand, 2015)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มสถาบันการเงินไทย ในช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไร (วัดโดย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มสถาบันการเงินไทย

การทบทวนวรรณกรรม

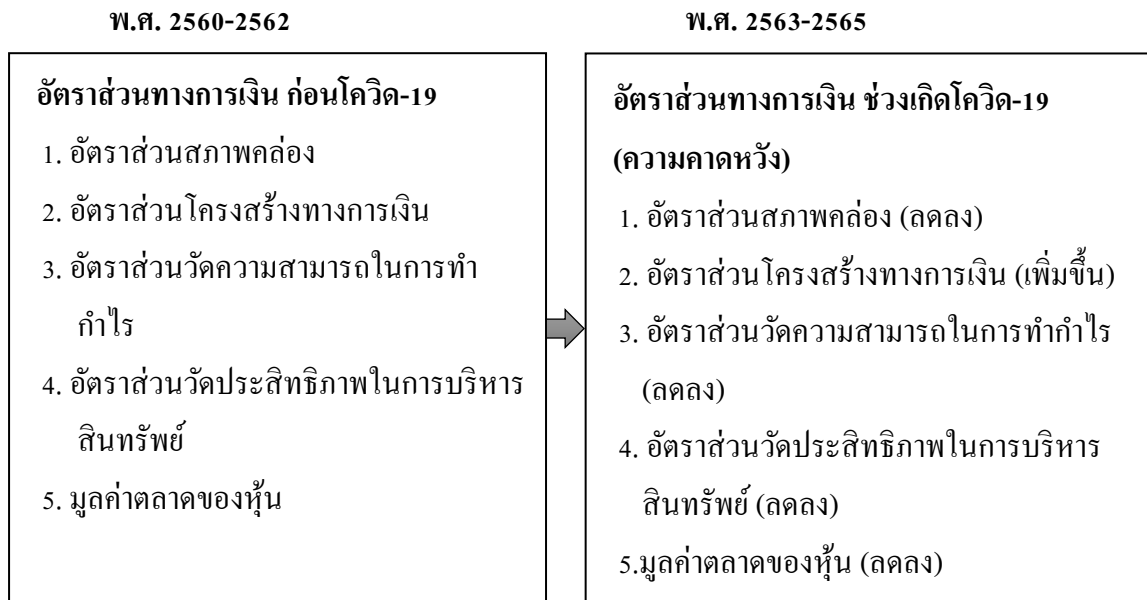
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท จะประกอบไปด้วยทฤษฎีตัวแทน และทฤษฎีการจัดหาเงินทุนตามลำดับชั้น โดยทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) โดย Jensen and Meckling (1976) เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ ที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญาระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นตัวการ (Principal) ในการแสวงหาประโยชน์ สูงสุดจากการลงทุน โดยการว่าจ้างตัวแทน (Agent) โดยเรียกแทน “ตัวการ” ว่าเป็นผู้ลงทุนหรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นเจ้าของบริษัท และ “ตัวแทน” เป็นคณะกรรมการของบริษัทหรือผู้บริหารบริษัทซึ่งได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนและโบนัสต่างๆ ทฤษฎีตัวแทน มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของฝ่ายบริหารของสถาบันการเงิน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยฝ่ายบริหารของสถาบันการเงินในฐานะเป็นตัวแทน (Agent) ทำหน้าที่แทนตัวการ ซึ่งคือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ถือหุ้นของสถาบัน (Principal) ในสถานการณ์ที่มีความท้าทายในช่วงการแพร่ระบาดฯ ฝ่ายบริหารควรต้องคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของสถาบันการเงินที่ตนเองบริหารอยู่เป็นหลัก มากกว่าผลตอบแทนที่ตนเองจะได้รับ ฝ่ายบริหารต้องสร้างรายได้ และผลตอบแทน ขณะเดียวกันต้องพยายามควบคุมค่าใช้จ่าย เพื่อยังประโยชน์สูงสุดให้กับสถาบันฯ ปัญหาอาจจะเกิดขึ้นได้ในกรณีที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นอกจากนี้ ในส่วนของโครงสร้างเงินทุนของบริษัท ยังเกี่ยวข้อง กับ ทฤษฎีการจัดหาเงินทุนตามลำดับชั้น (Pecking Order Theory) โดย Myer (1984) ได้เสนอแนวคิดในเรื่องโครงสร้างเงินทุน โดยให้ความสำคัญในการจัดลำดับการจัดหาแหล่งเงินทุน โดยคำนึงถึงความไม่สมมาตรของข้อมูล หรือการกระจายของข้อมูลอย่างไม่เท่าเทียมกัน (Information Asymmetry) ฝ่ายบริหารหรือเจ้าของธุรกิจควรระมัดระวังความไม่เท่าเทียมของการเข้าถึงแหล่งข้อมูล การที่กิจการจะจัดหาเงินทุนหลักทรัพ์จากภายนอก กิจการต้องเผชิญปัญหาต้นทุนการเงินที่เกินกว่าแหล่งเงินทุนภายในจึงจะจัดหาเงินทุนหลักทรัพ์จากภายนอก ในกรณีที่เงินทุนภายในกิจการไม่เพียงพอผู้บริหารควรมีการเลือกแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมในการจัดหาเงินทุนจากภายนอกที่มีความปลอดภัยมากที่สุดก่อนการก่อหนี้ที่มีความเสี่ยง

การวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานของทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็นบริษัททั่วไป หรือสถาบันการเงิน มักนิยมใช้อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratios) เป็นเครื่องมือที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์ห้บการเงิน เพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินงานและประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ ในการประเมินสภาพคล่อง ฐานะทางการเงิน อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน และความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ นอกจากจะมีการวิเคราะห์ที่เทียบกับผลประกอบการของกิจการในอดีต ยังอาจเปรียบเทียบกับธุรกิจคู่แข่งในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน หรือเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมนั้นๆ ซึ่งการเปรียบเทียบอัตราส่วนทางการเงินของกิจการ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้ม ประสิทธิภาพหรือทิศทางของผลการดำเนินงานของกิจการที่เปลี่ยนแปลงไป (กฤษฎา เสกตระกูล, 2556)

จากงานวิจัยในอดีตที่ได้ศึกษาผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในช่วงระยะเวลาที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 2019 โดย ริญญภัทร์ กองพล, ศิลประภา ศรีวิโรจน์ และ นิมนวล วิเศษสรรพ (2566) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงระยะเวลาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 2019 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2564 รวม 3 ปี ผลการวิจัยพบว่า บริษัทส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงในผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไร ลดลงในปี 2563 และเพิ่มขึ้นในปี 2564 แต่ขนาดการเปลี่ยนแปลงจะแตกต่างกันทุกกลุ่มอุตสาหกรรม และพบว่าในอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี และมูลค่าของหลักทรัพย์ตามราคาตลาด มีการเพิ่มขึ้นจากปี 2563 อย่างชัดเจนในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สลธิยา ภมรสถิต และ ประจิต หาว์ตร (2566) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการแพร่ระบาดของ Covid-19 ต่อผลประกอบการทางการเงินของธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยได้วิเคราะห์และเปรียบเทียบผลประกอบการทางการเงินของธุรกิจโรงแรม ในช่วงก่อนและหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (Covid 19) ในปี พ.ศ. 2561 – 2564 (4 ปี) ใช้อัตราส่วนทางการเงินในการวิเคราะห์ข้อมูลผลประกอบการทางการเงิน ได้แก่ สภาพคล่อง ความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ ความสามารถในการทำกำไร และความสามารถในการชำระหนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ T-Test เพื่อเปรียบเทียบอัตราส่วนเฉลี่ยช่วงก่อนและหลังสถานการณ์การแพร่ระบาด พบว่า อัตราส่วนสภาพคล่อง ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ แต่ อัตราส่วนความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ อัตราความสามารถในการทำกำไร และอัตราความสามารถในการชำระหนี้ พบว่าค่าเฉลี่ยอัตราส่วนดังกล่าวช่วงปกติสูงกว่าช่วงการเกิดโรคระบาดอย่างมีนัยสำคัญทุกอัตราส่วน แสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยอัตราส่วนระหว่าง 2 ช่วง ในทุกด้านยกเว้นอัตราส่วนสภาพคล่อง

จิตสุภา อ่านเปรื่อง (2563) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรกับผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี โดยตัวแปรอิสระ คืออัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร ผลการวิจัยพบว่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ และอัตรากำไรสุทธิ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นชิวัน วิมล และ ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล (2566) ได้ศึกษาผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ อัตรากำไรสุทธิ อัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น อัตรากระแสเงินสดสุทธิ อัตรากระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานต่อหนี้สินรวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เก็บรวบรวมข้อมูลรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2555 ถึงไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2565 รวมระยะเวลา 43 ไตรมาส จำนวน 21 หลักทรัพย์ ใช้แบบจำลองสมการเศรษฐกิจค่ากำลังสองน้อยที่สุด ผลการวิจัยพบว่า อัตรากระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานต่อหนี้สินรวม อัตรากำไรสุทธิ อัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตรากระแสเงินสดสุทธิ อัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น สามารถอธิบายราคาหลักทรัพย์ได้ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูษณิศ ส่องเจริญ (2564) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดัชนี SET50 ในช่วงปี พ.ศ. 2560 – 2562 รวม 3 ปี ใช้อัตราส่วนทางการเงินประกอบด้วย 1) อัตรากำไรขั้นต้น 2) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน 3) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 4) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตรากำไรขั้นต้น 2) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน 3) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญ และ 4) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 หลังการเกิดเหตุการณ์โรคระบาดโคโรนาไวรัส 2019 (Covid-19) สภาพคล่องทางการเงิน, ความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ และมูลค่าตลาดของหุ้นของกลุ่มสถาบันการเงินไทยมีความแตกต่างจากก่อนเกิดเหตุการณ์โรคระบาดโคโรนาไวรัส 2019 (Covid-19) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน ประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ และมูลค่าตลาดของหุ้น มีอิทธิพลต่ออัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร วัดจากอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) ของกลุ่มสถาบันการเงินไทย

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน ประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ และมูลค่าตลาดของหุ้น มีอิทธิพลต่ออัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร วัดจากอัตราส่วนผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ของกลุ่มสถาบันการเงินไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินหลังการแพร่ระบาดโคโรนาไวรัส 2019 จึงได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย บทความ เอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ และรวบรวมข้อมูลแบบทฤษฎี โดยเลือกสถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand : SET) ที่มีข้อมูลรายปีในช่วงปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2565 รวมเป็นระยะเวลา 6 ปี จำนวน 68 บริษัท (373 ข้อมูลรายปี) มีรอบระยะเวลาการรายงานสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี และจะต้องเป็นหลักทรัพย์ที่มีข้อมูลทางการเงินครบถ้วน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลอัตราส่วนทางการเงินและข้อมูลทางการเงินจากฐานข้อมูล SETSMART

ตารางที่ 1 จำนวนรายชื่อสถาบันการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ลำดับ	กลุ่มธุรกิจการเงิน	จำนวนบริษัท	จำนวนปีบริษัท	ร้อยละ
1	ธนาคาร	11	66	18
2	เงินทุนและหลักทรัพย์	40	205 ^(a)	55
3	ประกันภัยและประกันชีวิต	17	102	27
	รวม	68	373	100

^(a) จำนวนบริษัทขาดไป 35 จำนวนปีบริษัท เนื่องจากบางบริษัทไม่ได้ถูกเปิดเผยในระบบ Set Smart

ที่มา : รวบรวมโดยนักวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อหาการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนาที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ T-Test การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ตามตัวแบบการศึกษา ดังนี้

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFOTL_{it} + \beta_2 CFOTA_{it} + \beta_3 CFOTI_{it} + \beta_4 DE_{it} + \beta_5 LA_{it} + \beta_6 TAT_{it} + \beta_7 EPS_{it} + \beta_8 PE_{it} + \beta_9 CV19 + \beta_{10} IND1 + \epsilon_{it} \dots \dots \dots [1]$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFOTL_{it} + \beta_2 CFOTA_{it} + \beta_3 CFOTI_{it} + \beta_4 DE_{it} + \beta_5 LA_{it} + \beta_6 TAT_{it} + \beta_7 EPS_{it} + \beta_8 PE_{it} + \beta_9 CV19 + \beta_{10} IND1 + \epsilon_{it} \dots \dots \dots [2]$$

โดยที่

$CFOTL_{it}$ คือ อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวม
ของบริษัท i ณ เวลา t

$CFOTA_{it}$ คือ อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม
ของบริษัท i ณ เวลา t

$CFOTI_{it}$ คือ อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อรายได้รวม
 บริษัท i ณ เวลา t

DE_{it} คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ณ เวลา t

LA_{it} คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท i ณ เวลา t

GPM_{it} คือ อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัท i ณ เวลา t

NPM_{it} คือ อัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิของบริษัท i ณ เวลา t

TAT_{it} คือ อัตราส่วนหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมของบริษัท i ณ เวลา t

EPS_{it} คือ กำไรต่อหุ้นของบริษัท i ณ เวลา t

PE_{it} คือ ราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิของบริษัท i ณ เวลา t

ROA_{it} คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมของบริษัท i ณ เวลา t

ROE_{it} คือ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ณ เวลา t

$CV19$ คือ สถานการณ์โควิด-19 โดยปีก่อนสถานการณ์โควิด-19 ปี 2560-2562 มีค่า = 0
 และหลังสถานการณ์โควิด-19 ปี 2563-2565 มีค่า = 1

$IND1$ คือ หมวดธุรกิจสถาบันการเงิน โดยแทนค่า 1 คือ บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ 2 คือ
 บริษัทประกันภัยและประกันชีวิต และ 3 คือ ธนาคาร

$\mathcal{E}_{it}$ คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Means) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของสถาบันการเงิน จำนวน 68 บริษัท จากการวิเคราะห์ ข้อมูลพบว่า สภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งพิจารณาจากอัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน ต่อหนี้สินรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.022% แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีกระแสเงินสดจาก กิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวมติดลบสูงถึง 11.960% อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรม

ดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.009% แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นสูงถึง 0.620% และอัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อรายได้รวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.114% แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อรายได้รวมติดลบสูงถึง 40.670% การวิเคราะห์อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน ซึ่งพิจารณาจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.119 เท่า แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นสูงถึง 17.510 เท่า และอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.641 เท่า แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นสูงถึง 0.970 เท่า การวิเคราะห์อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร ซึ่งพิจารณาจากอัตรากำไรขั้นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19.758% แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นสูงถึง 30.370% อัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.151% แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีผลตอบแทนจากกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นสูงถึง 37.390% อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.735% แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นสูงถึง 27.140% และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.048% แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นสูงถึง 31.990% การวิเคราะห์อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ ซึ่งพิจารณาจากอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.487 เท่า แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นสูงถึง 30.560 เท่า และการวิเคราะห์อัตราส่วนมูลค่าทางการตลาด ซึ่งพิจารณาจาก กำไรสุทธิต่อหุ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.664 บาทต่อหุ้น แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีกำไรสุทธิต่อหุ้นเพิ่มขึ้นสูงถึง 70.440 บาทต่อหุ้น และอัตราส่วนราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.467 เท่า แสดงให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มตัวอย่างมีราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นสูงถึง 41.467 เท่า (ดูตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev.
อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวม (%)	-11.960	2.230	-0.022	0.710
อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม (%)	-0.560	0.620	0.009	0.116
อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อรายได้รวม (%)	-40.670	10.930	-0.114	2.334
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.020	17.510	3.119	2.714

ตัวแปร	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev.
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (เท่า)	0.010	0.970	0.641	0.212
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	-12.270	30.370	19.758	9.181
อัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ (%)	-7.020	37.390	16.151	9.604
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (%)	-40.040	27.140	4.735	5.948
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	-27.170	31.990	9.048	9.194
อัตราส่วนหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (เท่า)	0.010	30.560	0.487	2.302
กำไรต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	-23.770	70.440	2.664	5.915
ราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิ (เท่า)	-8.260	41.820	14.467	8.865

ที่มา: ประมวลและรวบรวมโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ T-Test ระหว่างกลุ่มสถาบันการเงินในช่วงก่อนและหลังสถานการณ์โควิด-19 ในอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) พบว่า ค่า Mean ก่อนสถานการณ์ (5.291) มีความแตกต่างจากช่วงหลังสถานการณ์ (4.233) จากการวิเคราะห์ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ($T > t = 0.0861$) เพียงอัตราส่วนเดียว นอกจากนั้นพบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ดูตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ T-Test ของอัตราส่วน ในช่วงก่อนและหลัง Covid-19

สถาบันการเงิน		Mean (Std. Dev.)											
		CFO TL	CFO TA	CFO TI	DE	LA	GPM	NPM	ROA	ROE	TAT	EPS	PE
ก่อน Covid-19	177	-0.06	0.01	-0.21	3.00	0.63	20.06	16.59	5.29	8.99	0.35	2.93	14.92
		(0.95)	(0.13)	(3.30)	(2.78)	(0.21)	(9.36)	(9.70)	(5.57)	(9.96)	(1.37)	(6.86)	(9.37)
หลัง Covid-19	196	0.01	0.01	-0.03	3.22	0.65	19.48	15.75	4.23	9.10	0.61	2.42	14.06
		(0.37)	(0.11)	(0.76)	(2.66)	(0.21)	(9.03)	(9.52)	(6.24)	(8.47)	(2.89)	(4.91)	(8.39)
รวม	373	-0.02	0.01	-0.11	3.12	0.64	19.76	16.15	4.74	9.05	0.49	2.66	14.47
		(0.71)	(0.12)	(2.33)	(2.71)	(0.21)	(9.18)	(9.60)	(5.95)	(9.19)	(2.30)	(5.92)	(8.87)
(T > t)		0.37	0.53	0.45	0.44	0.35	0.54	0.40	0.09*	0.91	0.27	0.40	0.35

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ * 0.10

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาพบว่าตัวแปรทั้งหมด 12 ตัว เมื่อพิจารณาเป็นคู่ คู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดคือ CFOTL กับ CFOTI โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ 0.911 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ CFOTA กับ NPM โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ -0.240 และมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับคู่อัตราส่วนที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากกว่า 0.8 คือ CFOTL กับ CFOTI (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.911) และ DE กับ LA (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.842) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันสูง อาจมีปัญหา Multicollinearity อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ Variance Inflation Factors (VIF) แล้วพบว่าไม่มีอัตราส่วนใดที่มีค่า Variance Inflation Factors (VIF) สูงกว่า 10.00 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรทุกตัวที่ใช้ในการศึกษานี้ ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และเป็นอิสระต่อกันทุกตัวแปร (ดูตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตัวแปร	CFOTL	CFOTA	CFOTI	DE	LA	GPM	NPM	TAT	EPS	PE	ROA	VIF
CFOTA	0.595*	1.000										1.74
CFOTI	0.911*	0.516*	1.000									6.17
DE	0.061	0.035	0.081	1.000								3.78
LA	0.155*	0.008	0.155*	0.842*	1.000							3.74
GPM	-0.035	-0.138*	-0.028	0.036	-0.017	1.000						
NPM	-0.057	-0.240*	-0.063	-0.023	-0.015	0.527*	1.000					
TAT	0.024	0.029	0.011	-0.108*	-0.093	-0.132*	-0.204*	1.000				1.04
EPS	0.022	-0.031	0.039	0.255*	0.216*	-0.021	0.114*	-0.053	1.000			1.08
PE	-0.044	-0.216*	-0.111*	-0.205*	-0.122*	-0.045	0.002	0.145*	-0.111*	1.000		1.18
ROA	0.126*	0.031	0.011	-0.205*	-0.150*	0.202*	0.313*	-0.038	0.149*	0.296*	1.000	
ROE	0.048	-0.087	-0.001	0.067	0.150*	0.264*	0.454	-0.082	0.184*	0.191*	0.609*	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ * 0.05

การวิเคราะห์การถดถอยแบบพาดแนล (Panel Data Regression)

ในการวิเคราะห์การถดถอยแบบพาดแนล เป็นการประมาณสมการโดยวิธี Hausman's Specification Test เพื่อเปรียบเทียบว่าควรเลือกใช้การประมาณค่าแบบ Fixed Effect Model (FEM) หรือ Random Effect Model (REM)

สำหรับตัวแปรอิสระ GPM กับ NPM ไม่ได้อยู่ในสมการถดถอยเนื่องจาก ตัวแปรดังกล่าว อยู่ในหมวดเดียวกันกับตัวแปรตาม ROA กับ ROE ที่เป็นอัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร

ตารางที่ 5 สรุปผลการพิจารณาเลือกใช้สมการถดถอย

Variables	ROA			ROE		
	OLS	FEM	REM	OLS	FEM	REM
CFOTL	5.149***	5.030***	5.135***	3.482**	3.331*	3.482**
CFOTA	0.080	-1.781	-0.093	-6.773	-9.669*	-6.773
CFOTI	-1.287***	-1.172***	-1.276***	-0.831*	-0.634	-0.831*
DE	-0.402**	-0.270	-0.385**	-0.524	-0.375	-0.524
LA	-1.019	-3.770	-1.310	10.662**	6.314	10.662***
TAT	-0.239**	-0.138	-0.230*	-0.377*	-0.081	-0.377*
EPS	0.233***	0.243***	0.234***	0.296***	0.309***	0.296***
PE	0.176***	0.173***	0.176***	0.201***	0.212***	0.201***
CV19	-0.714	-0.493	-0.698	0.454	0.846	0.454
IND1	0.181		0.172	1.277**		1.277**
R2	0.237			0.138		
Adjusted R2	0.216			0.114		
R-squared Within		0.250	0.245		0.116	0.105
R-squared Between		0.136	0.171		0.066	0.229
R-squared Overall		0.231	0.237		0.114	0.138
Hausman	Prob > chi2 = 0.170 REM is optimal			Prob > chi2 = 0.017 FEM is optimal		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ * 0.10 ** 0.05 *** 0.01

จากตารางที่ 5 การพิจารณาเลือกใช้สมการถดถอยสำหรับ Model อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) เมื่อพิจารณาจาก Hausman Test แล้ว พบว่า มีค่า Probability > Chi-Square Statistics ที่ 0.170 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงเลือกใช้ Random Effect Model โดยตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติคือ CFOTL (ค่าสัมประสิทธิ์ 5.135 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01), CFOTI (ค่าสัมประสิทธิ์ -1.276 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01), DE (ค่าสัมประสิทธิ์ -0.385 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05), TAT (ค่าสัมประสิทธิ์ -0.230 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10), EPS (ค่าสัมประสิทธิ์ 0.234 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01), และ PE (ค่าสัมประสิทธิ์ 0.176 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01) มีค่า R-squared Within เท่ากับ 24.5% R-squared Between เท่ากับ 17.1% และ R-squared Overall เท่ากับ 23.7%

สำหรับ Model อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เมื่อพิจารณาจาก Hausman Test แล้ว พบว่า มีค่า Probability > Chi-Square Statistics ที่ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงเลือกใช้ Fixed Effect Model โดยตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ CFOTL (ค่าสัมประสิทธิ์ 3.331 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10), CFOTA (ค่าสัมประสิทธิ์ -9.669 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10), EPS (ค่าสัมประสิทธิ์ 0.309 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01) และ PE (ค่าสัมประสิทธิ์ 0.212 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01) มีค่า R-squared Within เท่ากับ 11.6% R-squared Between เท่ากับ 6.6% และ R-squared Overall เท่ากับ 11.4%

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ในช่วงก่อนและหลังของการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 มีการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินไทย ในอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศลิษา ภมรสติ และ ประจิต หาวัตร (2566) พบว่า อัตราส่วนความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ อัตราความสามารถในการทำกำไร และอัตราความสามารถในการชำระหนี้ พบว่าค่าเฉลี่ยอัตราส่วนช่วงปกติสูงกว่าช่วงโรคระบาด Covid-19 แสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ริญญภัทร์ กองพล, ศิลประภา ศรีวิโรจน์ และ นันทพล วิเศษสรรพ (2566) ที่บริษัทส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงในผลการดำเนินงานด้านความสามารถในการทำกำไร ลดลงในปี 2563 และเพิ่มขึ้นในปี 2564 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวม กำไรต่อหุ้น ราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิ และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อรายได้รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม ส่วนตัวแปรตาม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวม กำไรต่อหุ้น ราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิ และมีความสัมพันธ์เชิงลบ คือ อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อสินทรัพย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตสุภา อานปรื่อง (2563) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูษณิศา ส่งเจริญ (2564) พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญ และ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยศึกษาการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินไทย หลังการแพร่ระบาดโคโรนาไวรัส 2019 เปรียบเทียบระหว่างก่อน และหลังการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560-2565 ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดย T-Test พบว่าในสถาบันการเงินไทย มีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม ก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 มากกว่าช่วงหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ 1 โดยพบว่า การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร ในอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นตัวแปรตาม อัตราส่วนที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญของอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น คือ อัตราส่วนกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อหนี้สินรวม กำไรต่อหุ้น และราคาหุ้นต่อกำไรสุทธิ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ 2 และสมมติฐานการวิจัยที่ 3 โดยพบว่า อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน ประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ และ มูลค่าตลาดของหุ้น เป็นอัตราส่วนที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มสถาบันการเงินไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยที่ได้ทราบถึงผลกระทบการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานของอัตราส่วนทางการเงินในช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดโคโรนาไวรัส 2019 เป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนสามารถนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ไปใช้ในการพยากรณ์ความเป็นไปได้ที่จะเกิดความล้มเหลวทางการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจการลงทุนภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่ปกติในอนาคตที่อาจเกิดขึ้น

นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารจัดการกิจการ ในการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับวิกฤติเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้น มีการวางแผน และการตัดสินใจอย่างเหมาะสมในการดำเนินของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มสถาบันการเงิน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกอุตสาหกรรมที่ใช้ในการศึกษาเพียงหนึ่งกลุ่มเท่านั้น คือ กลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน ซึ่งไม่พบการเปลี่ยนแปลงในช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 ทำให้เห็นว่า ตัวแปรอัตราส่วนทางการเงินที่เลือกใช้อาจยังไม่ครอบคลุม จึงควรศึกษาเลือกใช้อัตราส่วนทางการเงินเพิ่มเติม รวมทั้งระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งต่อไปอาจขยายขอบเขตการศึกษาออกไป เช่น ทำการศึกษาเป็นรายไตรมาส ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนยิ่งขึ้น และควรมีการขยายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาถึงอัตราส่วนทางการเงินด้านอื่นๆ เพิ่มเติม

REFERENCES

- Anpruang, J. (2020). *The Relationship Between Profitability Ratios and Stock Returns of the Listed Companies in Stock Exchange of the Listed Companies in Stock Exchange of Thailand: Technology Group* (Master's thesis). Sripatum University, Chonburi. Retrieved from <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/8016>
- Bank of Thailand. (2023). *Covid 19 crisis*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/th/our-roles/special-measures/covid-19.html>
- Bhamornsathit, S., & Prachit, H. (2023). The Impact of COVID-19 Pandemic on Financial Performance of the Hotel Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand. *Kasam Bundit Journal*, 24(1), 65-78. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkb/article/view/264703>.
- Cheamuangphan, A. (2000). Crisis of Thai Financial Institutions from Past to Present. *Journal of Economics, Chiang Mai University*, 4(1), 23-35. Retrieved from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CMJE/article/view/99998>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *American Journal of Industrial and Business Management*, 5(5), 163-231.
- Kongpon, R., Sriviroj, S., & Visedsun, N. (2023). The Performance of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand Various Industry Groups during the Period of the COVID 2019 Pandemic. *Business Administration and Economics Review*, 19(2), 87-109. Retrieved from <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/bae/article/view/368>

- Myers, S. C. (1984). The Capital Structure Puzzle. *Journal of finance*, 39(3), 575-592.
- Sektrakul, K. (2013). *Financial Statement Analysis*. Retrieved from https://weblink.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1472551305959.pdf
- Songjarean, P. (2021). The Relationship between financial ratios and return on assets of listed companies in the Stock Exchange of Thailand. *Rajapark Journal*, 15(38), 30-41. Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/248084>
- The Stock Exchange of Thailand. (2015). *Fundamental Analysis*. Retrieved from https://portal.set.or.th/education/th/begin/stock_content04.pdf
- Vimol, C., & Jaroenwariyakul, S. (2023). *The Impacts of Financial Ratio on The Stock Prices in Communication Technology Sector in Stock Exchange of Thailand* (Master's thesis). Sripatum University, Chonburi. Retrieved from <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/2703>
- Wanitsooksombut, W. (2005). *Efficiency measurement of commercial banks listed on the Stock Exchange of Thailand under mergers and acquisitions* (Master's thesis). Chulalongkorn University, Bangkok. Retrieved from https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CU.the.2005.1411

ผลกระทบของเงินทุนหมุนเวียนต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงิน ก่อนและระหว่างการ
แพร่ระบาดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ของบริษัทจดทะเบียน

Impact of Working Capital Management to Financial Failure Index before and
during Coronavirus Disease 2019 Pandemic of Listed Companies

วรรณสินี ภริตตา¹ และคณิตสร เทอดเผ่าพงศ์²

Wansinee Paritta¹ Kanitsorn Terdpaopong²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Master of Accountancy, Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 06-4591-6226 E-mail: wana.k@rsu.ac.th

²รองศาสตราจารย์ประจำคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

²Associate Professor in Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 02-997-2200 Ext 1036 E-mail: kanitsorn@rsu.ac.th

(Received: June 24, 2024 ; Revised: July 14, 2024 ; Accepted: July 31, 2024)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อ 1) ศึกษาความแตกต่างของการจัดการเงินทุนหมุนเวียนและตัวแปรควบคุมที่เกี่ยวข้องต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงิน (Altman's Z Scores) ก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 และ 2) ศึกษาผลกระทบของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงินก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ไม่รวมกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน โดยเก็บข้อมูล 5 ปี เริ่มจากปี 2560 ถึง 2565 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 433 บริษัท รวมข้อมูลทั้งหมด 2,598 ปีบริษัท โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความแตกต่างของการจัดการเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งวัดด้วยระยะเวลาการเก็บเงินจากลูกหนี้การค้า และระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ เพิ่มขึ้นช่วงระหว่างการแพร่ระบาดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ส่งผลให้กิจการสามารถใช้เงินทุนหมุนเวียนจากแหล่งเงินทุนภายในกิจการชำระหนี้ได้เพิ่มมากขึ้น 2) ความแตกต่างของตัวแปรควบคุมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งวัดด้วยอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนสินค้านคงเหลือต่อสินทรัพย์ ลดลงช่วงระหว่างการแพร่ระบาดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ส่งผลให้กิจการอาศัยแหล่งเงินทุนจากหนีน้อย โครงสร้างเงินทุน และขนาดของกิจการ เพิ่มขึ้นมาจากประเภท

ของอุตสาหกรรมที่บริษัทนั้นดำเนินงานอยู่ 3) การจัดการเงินทุนหมุนเวียนไม่ส่งผลกระทบต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงิน งานวิจัยนี้มีการทดสอบการประมาณค่าสมการถดถอยด้วยตัวแบบคงที่และตัวแบบสุ่ม โดยใช้ Hausman's Specification Test ในการเลือกตัวแบบที่เหมาะสม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแบบจำลองด้วยวิธี Fixed-Effects Regression มีความเหมาะสมในการพยากรณ์ ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่สุดคือ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

คำสำคัญ: การแพร่ระบาดเชื้อโคโรนา 2019, ดัชนีความล้มเหลวทางการเงิน, เงินทุนหมุนเวียน

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the differences of working capital management and related control variables on the financial failure index (Altman's Z Scores), before and during the coronavirus disease 2019 outbreak, and 2) to study the impact of working capital management on the financial failure index, before and during the coronavirus disease 2019 outbreak of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. The industrial groups used in this study is seven (7) industrial groups, excluding the financial industry group. The data collected for this study span five (5) years, from 2017 to 2022. The sample of this study comprises a total of 433 companies, 2,598 firm-year observations. The study employed descriptive statistics and inferential statistics with the Pearson Correlation and multiple regression analysis.

The results of the research found as follows: 1) The study revealed the differences in working capital management as measured by trade receivables turnover and account payable turnover increased during the coronavirus disease 2019 outbreak, resulting in enabling businesses to use more working capital from internal funding sources to repay debts. 2) The differences in related control variables measured by the debt-to-equity ratio were found. The inventory to assets ratio decreased during the coronavirus disease 2019 outbreak, resulting in enabling businesses to rely less on debt for funding sources. 3) Working capital management does not affect the financial failure index. This study employed multiple regression modelling with fixed-effect and analyzed random effects. Hausman's Specification Test is used for model selection. The results indicated that Fixed-Effects Regression was suitable for estimation. The most statistically significant variable is Debt-to-equity ratio, with 99 percent confident interval.

Keywords: COVID-19, Financial Failure Index, Working capital

บทนำ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นวิกฤติที่ไม่เหมือนวิกฤติใดในอดีต ภาครัฐในหลายประเทศต้องเข้ามาแทรกแซงครั้งใหญ่ เพื่อจำกัดการแพร่ระบาด ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้คน และทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ทั่วโลกหยุดชะงักพร้อมกัน กิจกรรมการผลิตที่หยุดชะงักพร้อมกับรายได้ และกำลังซื้อที่ลดลงรุนแรง ทำให้ลุกลามเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งในครั้งนี้อถือเป็นวิกฤติทั้งด้านอุปทาน และอุปสงค์พร้อมกัน โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) ประเมินว่าเศรษฐกิจโลกจะเลวร้ายที่สุดนับแต่ Great Depression ในคริสต์ทศวรรษ 1930 และถือเป็นครั้งแรกที่ทั้งประเทศเศรษฐกิจหลัก และประเทศกำลังพัฒนาเข้าสู่ภาวะถดถอยพร้อมกันซึ่งเป็นผลกระทบอย่างมากต่อการอยู่รอดของกิจการ ดังนั้น การบริหารเงินทุนหมุนเวียนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้จัดการด้านการเงินต้องตัดสินใจ (Kitrungrojcharoen, 2015)

นักวิชาการยังกังวลว่า หากสถานการณ์ยืดเยื้อทำให้ภาคธุรกิจและภาคครัวเรือนขาดสภาพคล่องรุนแรง จนถึงขั้นเกิดปัญหาผิคนัดชำระหนี้ในวงกว้าง อาจมีความเสี่ยงที่จะกลายเป็นวิกฤติการเงินร่วมด้วย ซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์โลก (Chuaprapaisilp, 2020) ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบปัญหาด้านความเสี่ยงในการดำเนินงานสูง ซึ่งภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ ทำให้กิจการประสบปัญหาด้านการเงินนำไปสู่โอกาสความล้มเหลวทางการเงิน และยังส่งผลกระทบในวงกว้างต่อผู้มีส่วนได้เสียในกิจการ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีข้อมูล และเครื่องมือช่วยในการบริหารจัดการปัญหาในหลายด้านที่มีความสำคัญต่อกิจการ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤติเช่นนี้การจัดการเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital Management) เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการบริหารทางการเงินของกิจการ โดยเฉพาะในช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพในการจัดการเงินทุนหมุนเวียนเป็นหัวข้อที่มีความสำคัญในวงกว้างต่องานวิจัยทางการบัญชี พบว่างานวิจัยจำนวนมากมุ่งศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการจัดการเงินทุนหมุนเวียนต่อผลการดำเนินงาน (Chiou, Cheng, and Wu, 2006) ผลลัพธ์ของงานวิจัยต่างสะท้อนให้เห็นว่า กิจการควรใช้กลยุทธ์เชิงรุกในการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียน เพื่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตพบว่า ตัวแปรด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียนยังไม่สามารถสรุปผลลัพธ์ได้ดีที่สุด (Marttione et al., 2013 อ้างถึงใน Ratanacharoenchai, 2019)

การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาผลกระทบของเงินทุนหมุนเวียนต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงินก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยชิ้นนี้จะมีส่วนช่วยเติมเต็มความรู้ถึงประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในบริบทของประเทศไทยในสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และเป็นการสะท้อนประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียนซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าของกิจการในอนาคต (Ratanacharoenchai, 2019)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของการจัดการเงินทุนหมุนเวียนและตัวแปรควบคุมที่เกี่ยวข้องต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงินก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงินก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ของบริษัทจดทะเบียน

ทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด

เงินทุนหมุนเวียน (Net Working Capital) หมายถึง เงินทุนที่กิจการจัดหามาเพื่อใช้ในการจัดหาสินทรัพย์หมุนเวียน (Current Assets) สำหรับการดำเนินงานก่อนที่จะกิจการจะได้รับเงินสดจากการขายสินค้าและบริการ หรือการชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า หรือเงินทุนที่กิจการต้องมีสำรองไว้ใช้หมุนเวียน ซึ่งสอดคล้องกับ Ratanacharoenchai (2019) ซึ่งได้สรุปว่า เงินทุนหมุนเวียน หมายถึง สินทรัพย์หมุนเวียน (Current Assets) ที่เป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง ประกอบด้วย เงินสด เงินลงทุนชั่วคราว ลูกหนี้ และสินค้าคงเหลือ ในส่วนที่เกินกว่าหนี้สินหมุนเวียน (Current Liability) และสินทรัพย์อื่นๆ ที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว (Wongweerawut & Riwin, 2013) การบริหารเงินทุนหมุนเวียน คือ การบริหารเงินสด การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้าคงคลัง และเจ้าหนี้การค้า โดยพยายามให้รายการดังกล่าวอยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อให้ธุรกิจธุรกิจมีความสามารถในการชำระหนี้สิน และชำระรายการต่างๆ เช่น เงินเดือน การชำระเงินตามสัญญา เป็นต้น เพื่อให้ธุรกิจมีสภาพคล่อง และมีต้นทุนค่าเสียโอกาสต่ำที่สุด ลดความเสี่ยงที่กิจการไม่สามารถชำระหนี้ระยะสั้นได้ตามกำหนด และหลีกเลี่ยงการนำเงินทุนหมุนเวียนไปลงทุนในส่วนที่ไม่จำเป็น และเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของกิจการ (Suwannapak et al. 2018) ผู้บริหารจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาสถิตของเงินทุนหมุนเวียนให้อยู่ในภาวะที่เหมาะสม หากกิจการมีการบริหารเงินทุนหมุนเวียนไม่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่จะลดความสามารถในการทำกำไร แต่อาจจะก่อให้เกิดภาวะวิกฤตทางการเงินของกิจการได้ในที่สุด ซึ่งเป็นผลกระทบอย่างมากต่อการอยู่รอดของกิจการ ดังนั้น การบริหารเงินทุนหมุนเวียนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้จัดการด้านการเงินต้องตัดสินใจ (Kitrungrrojcharoen, 2015)

Brigham and Gapenski (1997) ได้สรุปความล้มเหลวทางการเงินออกเป็น 2 ประเภท คือ ความล้มเหลวทางเศรษฐกิจ (Economic Failure) หมายถึง สถานการณ์ที่เศรษฐกิจเกิดการชะลอตัว อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และ ความล้มเหลวทางการเงิน (Financial Failure) หมายถึง สถานการณ์ที่กิจการประสบกับความยากลำบาก หรือไม่สามารถจ่ายชำระภาระผูกพันทางการเงินได้ กระแสเงินสดไม่เพียงพอต่อการจ่ายชำระหนี้สินที่มีอยู่ได้ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญต่อ

การดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง Yenseranee (2008) กล่าวว่า เหตุการณ์เกี่ยวกับความล้มเหลวทางการเงินของธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดแนวคิดพัฒนาการสร้างรูปแบบในการพยากรณ์ความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทไว้ล่วงหน้า เทคนิคทางสถิติที่ได้รับความนิยมและนำไปประยุกต์ใช้เพื่อค้นหาสัญญาณเตือนภัยความล้มเหลวทางการเงิน คือ Altman's Z score Model เป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

การพยากรณ์ความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า จากการศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาถึงความแม่นยำของการใช้แบบจำลองในการพยากรณ์โอกาสที่ธุรกิจจะเกิดความล้มเหลวทางการเงิน หรือเข้าสู่ภาวะล้มละลาย (Ratanacharoenchai, 2019) กล่าวว่า จากการวิจัยของ Altman (1968) ได้วิเคราะห์ถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดความล้มเหลวทางการเงิน เนื่องจากกิจการมีปัญหาในเรื่องของการดำเนินงาน ทำให้กิจการเกิดการขาดทุนสะสมเกินส่วนของเจ้าของ และมีหนี้สินมากกว่าที่จะชำระหนี้ด้วยสินทรัพย์ที่กิจการมี ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ความล้มเหลวทางการเงิน คืออัตราส่วนทางการเงินที่มีศักยภาพซึ่งนำมาใช้ในการคาดการณ์ทั้งสิ้น 22 รายการ แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ Liquidity Ratio ใช้ในการวัดสภาพคล่อง Profitability Ratio ใช้วัดความสามารถในการทำกำไร Leverage Ratio ใช้วัดในเรื่องของโครงสร้างหนี้สิน Solvency Ratio ใช้วัดความเพียงพอของเงินทุน และ Activity Ratio ใช้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผลจากการศึกษา Altman พบว่า มีเพียง 5 ตัวแปร ที่สามารถวิเคราะห์โอกาสการเกิดความล้มเหลวทางการเงินและความเสี่ยงต่อการล้มละลาย เรียกว่า Z-Score ที่คำนวณได้จากสมการดังต่อไปนี้

$$Z\text{-Score} = 1.2 X_1 + 1.4 X_2 + 3.3 X_3 + 0.6 X_4 + 0.999 X_5$$

$$Z\text{-Score} = \text{ค่าดัชนีวัดการล้มละลายของธุรกิจ}$$

$$X_1 = \text{อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม}$$

$$X_2 = \text{อัตราส่วนกำไรสะสมต่อสินทรัพย์รวม}$$

$$X_3 = \text{อัตราส่วนกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม}$$

$$X_4 = \text{อัตราส่วนมูลค่าหุ้นตามราคาตลาดต่อหนี้สินรวม}$$

$$X_5 = \text{อัตราส่วนยอดขายรวมต่อสินทรัพย์รวม}$$

Ratanacharoenchai (2019) ศึกษาเรื่อง การจัดการเงินทุนหมุนเวียนที่ส่งผลต่อความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมวัตถุดิบเพื่อศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการเงินทุนเวียนที่ส่งผลต่อความล้มเหลวทางการเงิน และความเสี่ยงในการล้มละลาย โดยใช้แบบจำลอง Z-score ของ Altman ผลการศึกษาพบว่า วงจรเงินสดมีระยะเวลายาวนานส่งผลให้ธุรกิจมีโอกาสเกิดภาวะความล้มเหลวทางการเงินสูงขึ้น

ระยะเวลาในการเก็บหนี้จากลูกค้าเพิ่มขึ้นส่งผลให้ธุรกิจมีความเสี่ยงที่จะเกิดความล้มเหลวทางการเงินเพิ่มขึ้น ระยะเวลาในการขายสินค้าเพิ่มขึ้นส่งผลให้ธุรกิจมีความเสี่ยงที่จะเกิดความล้มเหลวทางการเงินเพิ่มขึ้น และระยะเวลาในการชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้การค่าเพิ่มขึ้นส่งผลให้ธุรกิจมีความเสี่ยงที่จะเกิดความล้มเหลวทางการเงินเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีนักวิจัยท่านอื่น ที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนหมุนเวียนกับผลการดำเนินงานของกิจการ เช่น Hathaicharoenlarp (2010) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการในอุตสาหกรรมการผลิตแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการเงินทุนหมุนเวียนซึ่งวัดในรูปของวงจรเงินสด วงจรการค้า ระยะเวลาในการเก็บหนี้จากลูกหนี้การค้า ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาในการชำระหนี้ กับความสามารถในการทำกำไรของกิจการซึ่งวัดในรูปของสัดส่วนกำไรก่อนหักค่าใช้จ่ายทางการเงิน และภาษีต่อสินทรัพย์รวม ผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่า ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงเหลือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญกับความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ระยะเวลาในการชำระหนี้ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับทิศทางความสัมพันธ์ที่คาดการณ์ไว้ วงจรเงินสด และวงจรการค้ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถในการดำเนินงาน

Suwannapak et al. (2018) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไร กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในอุตสาหกรรมเกษตร และอาหารของไทย วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร และอาหารของไทย ซึ่งความสามารถในการทำกำไรวัดโดยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ผลการศึกษาพบว่า วงจรเงินสด อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว และอัตราส่วนหนี้สินหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับความสามารถในการทำกำไร และอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการทำกำไร ถ้าธุรกิจมีวงจรเงินสดสั้น จะทำให้ได้รับเงินจากการขายเข้ามาเร็ว ธุรกิจจะสามารถหมุนเวียนเองได้โดยไม่ต้องอาศัยเงินทุนจากภายนอก จะสามารถลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนได้เพิ่มมากขึ้น มียอดขายและลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้นส่งผลต่อสภาพคล่องการใช้จ่ายเงินทุนหมุนเวียน การชำระหนี้สิน และส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น

ความสามารถในการทำกำไร ถูกมองว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด งานวิจัยของ Pratchayasakon (2014) ได้สนับสนุนถึงประเด็นนี้ โดยงานวิจัยได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง

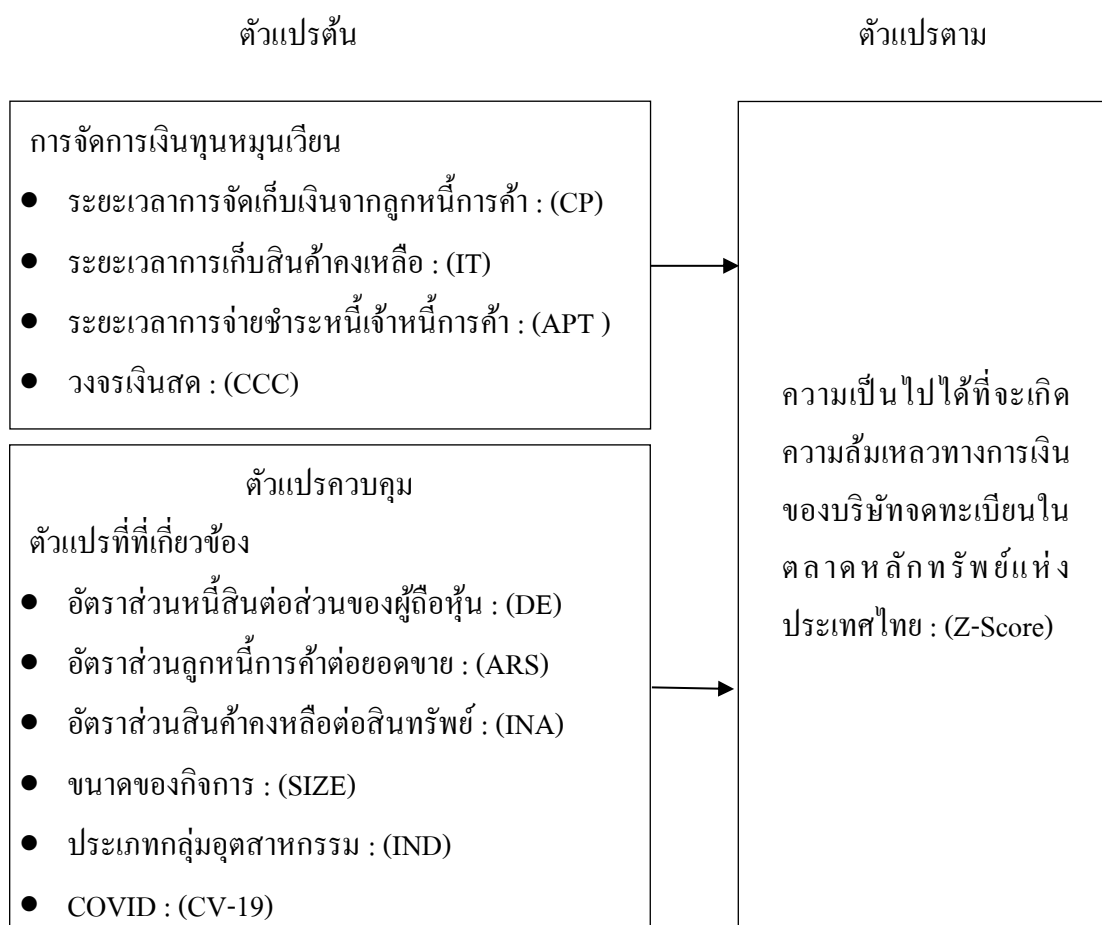
ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการเก็บหนี้จากลูกหนี้ และระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงเหลือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการทำกำไร และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ และวงจรเงินสดมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถในการทำกำไรการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ประเด็นการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยของ Pestonji & Wichitsatian (2019) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร กลุ่มอุตสาหกรรมกรรมการเกษตร และอุตสาหกรรมอาหารในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า อัตราส่วนทุนหมุนเวียนมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร วงจรเงินสดมีผลกระทบเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงคลังมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร

นอกจากนี้ ในส่วนของความสัมพันธ์ของการบริการเงินทุนหมุนเวียนยังถูกศึกษาเกี่ยวพันไปถึงมูลค่าของกิจการ โดย Katananon (2012) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนต่อความสามารถในการทำกำไร และมูลค่าของกิจการ ทั้งนี้การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งวัดในรูปของวงจรเงินสด อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราสินทรัพย์หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม อัตราหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวมกับความสามารถในการทำกำไร ซึ่งวัดในรูปของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ และมูลค่าของกิจการ ซึ่งวัดจากค่า Tobin's Q ผลการศึกษาพบว่า วงจรเงินสดมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถในการทำกำไรและมูลค่าของกิจการ อัตราส่วนทุนหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการทำกำไร และมูลค่าของกิจการ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถในการทำกำไร และมูลค่าของกิจการ

Gill and Biger (2013) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตของสหรัฐอเมริกา (The Impact of Corporate Governance on Working Capital Management Efficiency of American Manufacturing Firms) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการซึ่งวัดจากระยะเวลาที่ผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งในองค์กร (CEO Tenure) และผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งควบคู่กับประธานกรรมการบริษัท (CEO Duality) ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งวัดในรูปของลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ เจ้าหนี้การค้า วงจรเงินสด การถือครองเงินสด อัตราเงินทุนหมุนเวียน และประสิทธิภาพการบริหารเงินสด ผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาที่ผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งในกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ เจ้าหนี้การค้า วงจรเงินสด และ

ประสิทธิภาพการบริหารเงินสด ในขณะที่ระยะเวลาที่ผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งในองค์กรมีความสัมพันธ์กับการถือครองเงินสด และอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนในทิศทางบวก ผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งควบคู่กับประธานกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์กับลูกหนี้การค้า และเจ้าหนี้การค้าในทิศทางบวก ในขณะที่ผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งควบคู่กับประธานกรรมการบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กับสินค้าคงเหลือ วงจรเงินสด การถือครองเงินสด อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และเป็นประสิทธิภาพการบริหารเงินสด ขนาดของคณะกรรมการไม่มีความสัมพันธ์กับลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ เจ้าหนี้การค้า วงจรเงินสด การถือครองเงินสด และประสิทธิภาพการบริหารเงินสด ในขณะที่ขนาดของคณะกรรมการมีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนในทิศทางลบ และคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความสัมพันธ์กับลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ เจ้าหนี้การค้า วงจรเงินสด การถือครองเงินสด อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและประสิทธิภาพการบริหารเงินสด

จากผลงานวิจัยในอดีต ทำให้ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ ดังนี้



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งหมด 7 กลุ่ม อุตสาหกรรมกลุ่มตัวอย่าง 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มที่ 2 กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มที่ 3 กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มที่ 4 กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มที่ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มที่ 6 กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และกลุ่มที่ 7 กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ข้อมูลประจำปี 2560-2565 (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บจากข้อมูลงบการเงิน ในฐานะข้อมูล SETSMART แบบ 56-1 และฐานข้อมูล BLOOMBERG ปี 2560-2565 ทั้งหมด 7 กลุ่มอุตสาหกรรม จำนวน 433 บริษัท รวมข้อมูลทั้งหมด 2,598 ปีบริษัท รวมทั้งราคาตลาดหลักทรัพย์จากสรุปข้อมูลราคาหลักทรัพย์

3. ตัวแบบจำลองความสัมพันธ์

$$Z\text{-Score}_{it} = \beta_0 + \beta_1 CP_{it} + \beta_2 IT_{it} + \beta_3 APT_{it} + \beta_4 CCC_{it} + \beta_5 DE_{it} + \beta_6 ARS + \beta_7 INA_{it} + \beta_8 SIZE_i + \beta_9 IND_{it} + \beta_{10} CV19_{it} + \epsilon_{it} \quad (1)$$

กำหนดให้

Z-Score	คือ ค่าดัชนีวัดการล้มละลายของธุรกิจ
CP	คือ ระยะเวลาการเก็บเงินจากลูกค้าการค้า
IT	คือ ระยะเวลาการเก็บสินค้าคงเหลือ
APT	คือ ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า
CCC	คือ วงจรเงินสด
DE	คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น
ARS	คือ อัตราส่วนลูกหนี้การค้าต่อยอดขาย
INA	คือ อัตราส่วนสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์
SIZE	คือ ขนาดของกิจการ
IND	คือ ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม

กำหนดให้

CV-19 คือ ตัวแปรหุ่นการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีค่าเท่ากับ 0 ช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และมีค่าเท่ากับ 1 ช่วงเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

$\beta_1 - \beta_{10}$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ ความถดถอย มีค่าเท่ากับ 1-10

ϵ คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาใช้โปรแกรมสำเร็จรูป STATA เพื่อช่วยอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานซึ่งประกอบด้วย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณตามแบบจำลองด้วยวิธี Pooled OLS Regression

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์การกระจายและแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางของข้อมูลตัวแปรทั้งหมด

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลลักษณะพื้นฐานของตัวแปร

ตัวแปร	Mean	Standard Deviation	Minimum	Maximum
ระยะเวลาการเก็บเงินจากลูกค้าหนี้การค้า (เท่า)	31.4229	9.4981	0.1608	60.7882
ระยะเวลาการเก็บสินค้าคงเหลือ (เท่า)	23.9256	9.7738	0.1684	35.9498
ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า (วัน)	38.2314	4.8523	15.7385	61.6362
วงจรเงินสด (วัน)	21.4697	6.038	0.38	29.3086
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	19.1948	9.9841	0.111	74.2362
อัตราส่วนลูกหนี้การค้าต่อยอดขาย (ร้อยละ)	13.0469	9.2914	0.0971	39.9884
อัตราส่วนสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์ (ร้อยละ)	20.0452	8.394	0.0798	42.9854
ขนาดของกิจการ	8.2028	1.8826	2.0757	15.0439
ดัชนีโอกาสความล้มเหลวทางการเงิน	3.78	5.7564	-6.9379	195.9639
Firm (2,598 obs)				

ตารางที่ 1 พบว่าระยะเวลาการเก็บเงินจากลูกหนี้ (CP) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 31.4229 เท่า และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 9.4981 เท่า โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 60.7882 เท่า และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.1608 เท่า ระยะเวลาการเก็บสินค้าคงเหลือ (IT) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 23.9256 เท่า และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 23.9256 เท่า โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 35.9498 เท่า และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.1684 เท่า ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ เจ้าหนี้การค้า (APT) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 38.2314 วัน และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 4.8523 วัน โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 61.6362 วัน และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 15.7385 วัน วงจรเงินสด (CCC) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 38.2314 วัน และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 4.8523 วัน โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 61.6362 วัน และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 15.7385 วัน อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 19.1948 เท่า และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 9.9841 เท่า โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 74.2362 เท่า และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.1110 เท่า อัตราส่วนลูกหนี้การค้าต่อยอดขาย (ARS) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 13.0469 และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ร้อยละ 9.2914 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 39.9884 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 0.0971 อัตราส่วนสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์ (INA) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 20.0452 และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ร้อยละ 8.3940 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 42.9854 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 0.0798 ขนาดของกิจการ (SIZE) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.2028 และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 1.8826 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 15.0439 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ 2.0757 ดัชนีความเสี่ยงต่อความล้มเหลวทางการเงิน (Z-Score) ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7800 และมีการกระจายของข้อมูลอยู่ที่ 5.7564 โดยมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 195.9639 และค่าต่ำสุดอยู่ที่ -6.9379

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

Variables	Z-Score	CP	IT	APT	CCC	DE	ARS	INA	SIZE	IND	CV19
Z-Score	1.0000										
CP	0.0313	1.0000									
IT	0.0051	0.0315	1.0000								
APT	-0.0222	0.0702*	0.0875*	1.0000							
CCC	0.0099	0.1000*	0.2147*	0.0019	1.0000						
DE	-0.1864	-0.0643*	-0.0258	0.0920*	-0.0171	1.0000					
ARS	0.0318	0.3738*	0.0218	-0.0023	0.0023	-0.0927*	1.0000				
INA	0.0065	0.1439*	0.2095*	-0.0608*	0.1826*	-0.0867*	0.0287	1.0000			
SIZE	-0.1210	-0.0271	-0.0315	0.1163*	0.0051	0.1792*	0.1115*	-0.1850*	1.0000		
IND	-0.0675*	-0.0551*	-0.1818	0.0317	-0.1120*	0.0883*	0.0313	-0.1345*	0.1216*	1.0000	
CV19	0.0081	0.0358	0.0289	0.0938*	0.0048	-0.0835*	-0.0278	-0.0643*	0.1052*	0.0000	1.0000

*p-value < 0.05 (two-tailed)

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมด 11 ตัว หาสาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมมีโอกาสที่จะเกิดโอกาสความล้มเหลวทางการเงินหรือมีภาวะเสี่ยงในการล้มละลาย ผู้วิจัยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ในทางบวกของตัวแปรแต่ละคู่มีค่าระหว่าง 0.0051 ถึง 0.3738 พบว่าตัวแปรอิสระระยะเวลาการเก็บเงินจากลูกหนี้การค้า (CP) เกิดความสัมพันธ์กับตัวแปรควบคุมอัตราส่วนลูกหนี้การค้าต่อยอดขาย (ARS) มีค่า r สูงถึง 0.3738 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ในทางลบของตัวแปรแต่ละคู่มีค่าระหว่าง -0.0023 ถึง -0.1850 พบว่าตัวแปรควบคุมอัตราส่วนสินค้างคงเหลือต่อสินทรัพย์ (INA) เกิดความสัมพันธ์กับตัวแปรควบคุมด้วยกันคือขนาดของกิจการ (SIZE) มีค่า r สูงถึง -0.1850 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ T-Test เปรียบเทียบตัวแปรก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 พบว่าระยะเวลาการเก็บเงินจากลูกหนี้การค้า (CP) มีความแตกต่างในค่าเฉลี่ย (Mean) มีค่า t -value เท่ากับ -1.8248 และค่า p -value ที่เกี่ยวข้องเท่ากับ 0.0681 เนื่องจากค่า p -value (0.0681) น้อยกว่านัยสำคัญที่ระดับ 0.10 แสดงให้เห็นความแตกต่างที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า (APT) มีความแตกต่างในค่าเฉลี่ย (Mean) มีค่า t -value เท่ากับ -4.8004 และค่า p -value ที่เกี่ยวข้องเท่ากับ 0.0000 เนื่องจากค่า p -value (0.0000) น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นความแตกต่างที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99% อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีความแตกต่างในค่าเฉลี่ย (Mean) มีค่า t -value เท่ากับ 4.2711 และค่า p -value ที่เกี่ยวข้องเท่ากับ 0.0000 เนื่องจากค่า p -value (0.0000) น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นความแตกต่างที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99% อัตราส่วนสินค้างคงเหลือต่อสินทรัพย์ (INA) มีความแตกต่างในค่าเฉลี่ย (Mean) มีค่า t -value เท่ากับ 3.2826 และค่า p -value ที่เกี่ยวข้องเท่ากับ 0.0010 เนื่องจากค่า p -value (0.0010) น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นความแตกต่างที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของอัตราส่วนสินค้างคงเหลือต่อสินทรัพย์ (INA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ขนาดของกิจการ (SIZE) มีความแตกต่างในค่าเฉลี่ย (Mean) มีค่า t -value เท่ากับ -5.3885 และค่า p -value ที่เกี่ยวข้องเท่ากับ 0.0000 เนื่องจากค่า p -value (0.0000) น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นความแตกต่างที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของขนาดของกิจการ (SIZE) ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% และตัวแปรที่เหลือพบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ T-Test เปรียบเทียบตัวแปรก่อนและระหว่างการแพร่ระบาด

Group	Mean								
	CP	IT	APT	CCC	DE	ARS	INA	SIZE	Z-Score
Before CV-19 = 1,299	31.0830	23.6428	37.7763	21.4405	20.0287	13.3048	20.5847	8.0049	3.7334
During CV-19 = 1,299	31.7628	24.2084	38.6864	21.4989	18.3610	12.7890	19.5056	8.4008	3.8265
Combined = 2,598	31.4229	23.9256	38.2314	21.4697	19.1948	13.0469	20.0452	8.2028	3.7800
diff	-0.6798	-0.5656	-0.9101	0.2370	1.6677	0.5158	0.3287	0.0735	-0.0930
t-value	-1.8248	-1.4752	-4.8004	-0.2462	4.2711	1.4151	3.2826	-5.3885	-0.4119
(T > t)	0.0681 *	0.1403	0.0000 ***	0.8056	0.0000 ***	0.1571	0.0010 ***	0.0000 ***	0.6805

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *** 0.01 **0.05 * 0.10

4 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพานเนล (Panel Data Regression)

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ การทดสอบความสัมพันธ์ Simple regression (1) Ordinary Least Square (OLS) ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ Constant มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 8.4387 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.0100 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ***) ตัวแปร SIZE มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.2801 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.0100 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ***) ตัวแปร DE มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.0967 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.0100 (มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ***) ตัวแปร INA มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.0233 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0980 ซึ่งค่า P-Value < 0.1000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ *) ตามลำดับ โดยมีค่า R-square เท่ากับ 0.0458 และค่า Adjusted R-square เท่ากับ 0.0422 การทดสอบความสัมพันธ์ Fixed-effect (within) (2) regression ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ Constant มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 4.0397 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.0100 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ***) และตัวแปร DE มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.0504 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.0100 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ***) ตามลำดับ โดยมีค่า Within เท่ากับ 0.0091 ค่า Between เท่ากับ 0.0588 และค่า Overall เท่ากับ 0.0268 การทดสอบความสัมพันธ์ Random-effects GLS (3) regression ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ Constant มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 5.4139 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.0100 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ***) ตัวแปร DE มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.0683 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่า P-Value < 0.0100 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ***) และตัวแปร SIZE มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ -0.1359 ($P > |t|$ เท่ากับ 0.0410 ซึ่งค่า P-Value < 0.0500 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

หรือ **) ตามลำดับ โดยมีค่า Within เท่ากับ 0.0077 ค่า Between เท่ากับ 0.1022 และค่า Overall เท่ากับ 0.0413 ผลการทดสอบเพื่อสนับสนุนการเลือกสมการถดถอย จะใช้วิธี Hausman's Specification Test พบว่าสมการถดถอยสหสัมพันธ์แบบจำลองด้วยวิธี Fixed-Effects Regression เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมสำหรับ Model Z-score โดยมีค่า Prob > chi2 เท่ากับ 0.0001 (Probability > Chi-square Statistics ที่น้อยกว่า 0.0500)

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

Variables	Model Z-score								
	Simple regression (1) OLS			Fixed-effect (within) (2) regression			Random-effects GLS (3) regression		
	Coefficient	Standard Error	P> t	Coefficient	Standard Error	P> t	Coefficient	Standard Error	P> z
Constant	8.4387***	1.1575	0	4.0397***	1.1454	0	5.4139***	1.078	0
CP	0.0115	0.0128	0.369	-0.0058	0.0134	0.665	0.0021	0.1245	0.865
IT	-0.0034	0.012	0.775	-0.0095	0.0121	0.432	-0.0049	0.0113	0.664
APT	0.0028	0.0233	0.903	0.0289	0.0211	0.17	0.0237	0.0205	0.247
CCC	0.0076	0.0191	0.69	0.0124	0.0193	0.522	0.0125	0.0181	0.489
DE	-0.0967***	0.0114	0	-0.0504***	0.0123	0	-0.0683***	0.0113	0
ARS	0.0009	0.013	0.943	-0.0119	0.0126	0.347	-0.0073	0.012	0.545
INA	-0.0233*	0.0141	0.098	-0.0047	0.0145	0.748	-0.0119	0.0135	0.379
SIZE	-0.2801***	0.0618	0	0.0006	0.0765	0.994	-0.1359**	0.0664	0.041
CV-19	0.0091	0.2252	0.968	-0.0201	0.1814	0.912	-0.0046	0.1814	0.98
R-square		0.0458		Within = 0.0091			Within = 0.0077		
Adjusted R-square		0.0422		Between = 0.0588			Between = 0.1022		
Prob > F-statistic		0		Overall = 0.0268			Overall = 0.0413		
Hausman (Prob > chi2)				Prob > chi2 = 0.0001 Fixed effect is optimal					

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่าข้อมูลความถี่และร้อยละของดัชนีโอกาสความล้มเหลวทางการเงินของกลุ่มอุตสาหกรรมมีค่าดัชนีโอกาสความล้มเหลวทางการเงินหรือมีภาวะเสี่ยงในการล้มละลาย 33.76 % และมีค่าดัชนีโอกาสความล้มเหลวทางการเงินที่ไม่ได้อยู่ในภาวะที่กำลังประสบปัญหาทางการเงิน ไม่มีความน่าจะเป็นที่จะเกิดภาวะล้มละลายในระยะเวลาอันใกล้นี้ 66.24 % สามารถอภิปรายได้ว่า บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ไม่ได้รับผลกระทบทางการเงิน และไม่ได้อยู่ในภาวะที่กำลังประสบปัญหาทางการเงิน ไม่ส่งผลให้บริษัทอาจเกิดความล้มเหลวทางการเงินในระยะอันใกล้นี้ จากการวิเคราะห์ความถดถอยด้วยวิธี Fixed Effect Model สามารถสรุปได้ว่า แนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นของเงินทุนหมุนเวียนช่วงก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 ไม่ส่งผลต่อดัชนีความล้มเหลวทางการเงิน แต่การศึกษากลับพบความสัมพันธ์ในทิศทางลบระหว่างหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ซึ่งผู้บริหารอาจต้องพิจารณาสัดส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการเกิดภาวะความล้มเหลวทางการเงินและมีความเสี่ยงในการล้มละลาย โดยผู้บริหารสามารถใช้ตัวแปรเหล่านี้เป็นเสมือนสัญญาณเตือนภัย ให้แก่กิจการหากเห็นว่ากิจการมีค่าตัวแปรดังกล่าวสูงกว่าคู่แข่งหรือสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกอุตสาหกรรมที่ใช้ในการศึกษา 7 กลุ่ม ซึ่งไม่พบการเปลี่ยนแปลงก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 ทำให้เห็นว่า ตัวแปรอัตราส่วนทางการเงินที่เลือกใช้อาจยังไม่ครอบคลุม จึงควรศึกษาเลือกใช้อัตราส่วนทางการเงินเพิ่มเติม รวมทั้งระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่อาจจะแคบลงเพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่แม่นยำมากขึ้น

การศึกษารุ่นต่อไปอาจขยายขอบเขตการศึกษาออกไป เช่น ทำการศึกษาเป็นรายไตรมาส ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนยิ่งขึ้น และควรมีการขยายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาถึงอัตราส่วนทางการเงินด้านอื่นๆ เพิ่มเติม

REFERENCES

- Altman, E. I. (1968). Financial Ratios: Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. *The Journal of Finance*, 23(4), 589-609.
- Altman, E. I. (1983). *Corporate financial distress: A complete guide to predicting, avoiding, & dealing with bankruptcy*. New York: Wiley-Interscience.
- Brigham, E. F., & Gapenski, L. C. (1997). *Financial Management: Theory and Practice* (8th ed.). Chicago: IL, Dryden Press.
- Chiou, J. R., Cheng, L., & Wu, H. W. (2006). The determinants of working capital management. *Journal of American Academy of Business*, 10(1), 149-155.
- Chuaprapaisilp, T. (2020). *COVID-19: The trigger for the global financial market's CLO explosion?*. Retrieved from <https://content.botlc.or.th/mm-info/BOTCollection/BOTFAQ/FAQ179.pdf>
- Deloof, M. (2003). Does Working Capital Management Affect Profitability of Belgian Firms?. *Journal of business finance and Accounting*, 30(3&4), 573-587.
- Gill, A. S., & Biger, N. (2013). The impact of corporate governance on working capital management efficiency of American manufacturing firms. *Managerial Finance*, 39(2), 116-131.
- Hathaicharoenlarp, T. (2010). *Working capital management and corporate performance of manufacturing sector in Thailand* (Independent Study). Thammasat University. Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:121935
- Katananon, K. (2012). *The impact of working capital management on the profitability and value of the business: the case of companies listed on the Stock Exchange of Thailand* (Master's thesis). Thammasat University. Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:97873#
- Kitrungrrojcharoen, P. (2015). Working Capital Management. *Information Journal*, 14(2), 7-18. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/oarit/article/view/54824>
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment. *Journal Article*, 3(48), 261-297.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate Income Taxes and the Cost of Capital: A Correction. *Jornal Article*, 3(53), 433-443.

- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(13), 187-221.
- Pestonji, C., & Wichitsatian, S. (2019). Determinants of Working Capital Management Impacting on Profitability : Evidence from Agro and Food Industry in Stock Exchange of Thailand. *Accounting Journal*, 13(1), 89-104. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/361144436_paccaykhxngkarbriharngenthunhmunweiyinthimiphltxkhwamsamarthnikarthakari_klumuutsahkrmmkestrlaeaxutsahkrmmxaharnibrisathcdthabeiny_nitladhlakthraphyhaengprathesthiy
- Prachayasakon, S. (2014). *Relationship between working capital management and firm profitability of listed companies in the stock exchange of Thailand* (Independent Study). Chiang Mai University. Retrieved from <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:121219>
- Ratanacharoenchai, C. (2019). Working Capital Management Affecting on the Corporate Financial Distress in Industrials Companies: Evidence from Stock Exchange of Thailand. *Journal of Accounting Profession*, 15(45), 26-43. Retrieved from https://searchlib.utcc.ac.th/bib/304346?fbclid=IwAR1qavTYJd9OHGVfOP_CytE_NLXvqqhgyDuXhXlohOOSmNzm2UrpU0kb9kk
- Suwannapak, S., Thewongsa, A., Chancharat, S., & Chancharat, N. (2018). The relationship between working capital management and profitability: The case of listed companies in agro and food industry in Thailand. *NIDA Business Administration Journal*, 2018(23), 92-113. Retrieved from <https://opacdb02.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=188835>
- Wöhrmann, A., Knauer, T., & Gefken, J. (2012). Kostenmanagement in Krisenzeiten: Rentabilitätssteigerung durch Working Capital Management?. *Journal of Management Control*, 56(3), 83-88.
- Wongweerawut, S., & Riwin, A. (2013). Revolving capital: Choices and survival of SMEs. *Management Journal*, 33(1), 9-14. Retrieved from <https://searchlib.utcc.ac.th/bib/244346>
- Yenseranee, P. (2008). *The relationship between financial ratios and risk in considering trade credit: A case study of the agricultural and food industry group listed on the Stock Exchange of Thailand* (Unpublished Independent Study). Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Nakhon Pathom

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Guidelines for Adding Value to Tai Lue Woven Fabric Products from Ban Sri Don Chai based on the Concept of a Creative Economy.

สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ¹ สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ²

Sutthiporn Piamsuwannakit¹ Supattanee Piamsuwannakit²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ (เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

¹Assistant Professor in Business Administration (Entrepreneurial Economics) Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: sutthiporn96@gmail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

²Assistant Professor in Business Administration (Business Economics) Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: ms_supattanee@crju.ac.th

(Received: July 14, 2024 ; Revised: July 18, 2024 ; Accepted: July 31, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัยตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายแกมไหม รวมทั้งวิเคราะห์และประเมินโครงการจากการลงทุนในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม จาก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงได้ทั้งสิ้น 39 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัยใช้กลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ได้แก่ 1) กลยุทธ์เชิงรุก มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของตลาดโดยกลุ่มร่วมกันออกแบบลวดลายใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน คือ ลายดอกแก้ว 2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน ลดต้นทุนโดยการลดลวดลายที่ซับซ้อนแต่ยังคงรักษาคุณค่าและคุณภาพ 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข อบรมการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน รวมทั้งการตั้งราคา และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ อบรมการออกแบบและถ่ายทอดภูมิปัญญาโดยจัดบันทึกลวดลายด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อให้ง่ายต่อการออกแบบและถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลังต่อไป เมื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน พบว่าผ้าชิ้นมีต้นทุน 5,061.18 บาท/ผืน มีกำไร 2,838.82 บาท/ผืน ส่วนผ้าคลุมไหล่มีต้นทุน 3,278.89 บาท/ผืน มีกำไร 1,221.11 บาท/ผืน ส่วนการประเมินโครงการ พบว่า โครงการนี้มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

คำสำคัญ: การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ต้นทุนและผลตอบแทน, เส้นไหมยฝ้าย, ไทลื้อ

Abstract

This research aims to study the methods for adding value to Tai Lue woven products from Ban Sri Don Chai based on the concept of the creative economy and to analyze the costs and returns of cotton-silk blended fabric products, including Analyze and evaluate projects based on investment in Ban Sri Don Chai Tai Lue woven fabric products. Data was collected through interviews and group discussions with 39 purposively selected stakeholders. Quantitative data was analyzed using descriptive statistics, and qualitative data was analyzed using content analysis.

The research results indicate that the weaving group uses several strategies to add value to their products: 1) Proactive strategy, where new and modern designs are created to meet market demands, with the group collaboratively designing a unique pattern for the community called "Dok Kaew" pattern; 2) Defensive strategy, where costs are reduced by simplifying patterns while maintaining their value and quality; 3) Corrective strategy, which includes training on cost and return calculations and pricing; and 4) Reactive strategy, which involves training on design and transferring knowledge by recording patterns using computer software to facilitate design and transmission to future generations. The cost and return analysis revealed that the cost of a cotton-silk blend skirt is 5,061.18 baht/piece, with a profit of 2,838.82 baht/piece, while the cost of a cotton-silk blend shawl is 3,278.89 baht/piece, with a profit of 1,221.11 baht /piece. The project evaluation found that this project is worth investing in.

Keywords: *Product Value Addition, Creative Economy Concept, Cost and Return, Cotton Fiber Silk, Tai Lue*

บทนำ

ผ้าทอเป็นภูมิปัญญาที่เกิดจากการสร้างสรรค์ ประดิษฐ์คิดค้น สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น โดย ลวดลายบนผืนผ้าที่สร้างขึ้นมีรูปแบบแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมและความเชื่อ ลวดลายบนผืนผ้ามัก ถูกตั้งชื่อตามที่มาของลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อย่างเหนียวแน่น โดยเฉพาะการทอผ้าในกลุ่มชาติพันธุ์นับว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มและยังคงสืบสานงานผ้าทอโดยคนรุ่นหลัง ปัจจุบันมีการ รวมเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมในครัวเรือนและวิสาหกิจชุมชนซึ่งสามารถทำให้ชุมชนมีรายได้และอาชีพ (ปีตันณ์ ปุณฺณประภา และคณะ, 2561)

กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ บ้านศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วย 4 หมู่บ้านคือบ้านศรีดอนชัย หมู่ 7 บ้านศรีดอนชัย หมู่ 15 บ้านศรีมงคล หมู่ 12 และ

บ้านศรีมงคล หมู่ 14 คนทั่วไปมักเรียก 4 หมู่บ้านนี้ว่า บ้านไทลื้อศรีดอนชัย เนื่องจากประชาน้อยละ 95 เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ (เทศบาลตำบลศรีดอนชัย, 2567) ไทลื้อเป็นชุมชนไทลื้อสืบสานงานศิลปะผ้าทอ คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมาอย่างยาวนานและรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างรายได้เป็นเศรษฐกิจชุมชน แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ แต่ชุมชนแห่งนี้ยังมีการถ่ายทอดและสืบสานภูมิปัญญางานผ้าทอที่ถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนจากรุ่นสู่รุ่นได้ และผลิตผ้าทอออกสู่ตลาดที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ลวดลายเฉพาะตนได้เป็นอย่างดีเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านการทอผ้าและผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากใยฝ้ายจำหน่ายซึ่งเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่ผ่านมา (ฐานข้อมูลท้องถิ่นจังหวัดเชียงราย, 2564) แต่ปัจจุบันสินค้าและผลิตภัณฑ์ไทลื้อในชุมชนบ้านศรีดอนชัยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมือนเดิม ขาดการพัฒนาและสร้างสรรค์ออกแบบให้เกิดความแปลกใหม่ น่าสนใจ ขาดการพัฒนาตามความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งการแข่งขันทางการตลาดนับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น อันเนื่องมาจากผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าทั้งในรูปแบบที่พึงพอใจและมีคุณภาพได้มาตรฐาน (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2559) และข้อจำกัดอีกประการหนึ่ง คือผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายไม่ได้ผ่านการตกแต่ง จะมีความยืดหยุ่นน้อยและยับง่าย ไม่ทนต่อเชื้อราและแสงแดด เสื่อมคุณภาพเมื่อถูกความร้อนจากเตารีดหรือแสงแดด ทำให้สีจางลงมีผลต่อการใช้งาน ในขณะที่ผ้าไหมทำจากเส้นใยธรรมชาติ เมื่อนำมาทอเป็นผืนผ้าจะได้ผ้าที่อ่อนนุ่ม เนื่มน่านาวสวยงามและมีความยืดหยุ่นเหนียว ย้อมง่าย คุณภาพทนกว่าเส้นใยฝ้าย จึงมักนำมาสร้างสรรค์ลวดลายจิตรพิศดาร สีสันสดสวยเพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ เช่น งานบุญประเพณี และผ้าไหมยังเป็นสิ่งที่บ่งชี้เพื่อแสดงสถานภาพทางสังคมของผู้ใช้อีกด้วย (วัฒนะ จูทะวิภาค, 2555) ผ้าไหมจึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ส่งผลให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อลดลง

ชุมชนไทลื้อศรีดอนชัยมีช่างทอผ้าที่มีฝีมือการทอผ้าในระดับช่างครูที่สามารถประยุกต์ปรับปรุงลวดลายและการใช้วัตถุดิบได้ จึงเป็นชุมชนที่มีความพร้อมในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นที่ต้องการของตลาด หากชุมชนไทลื้อบ้านศรีดอนชัยนำเส้นใยไหมมาประยุกต์ใช้กับเส้นใยฝ้าย ในกระบวนการผลิตแบบเส้นฝ้ายผสมกับเส้นไหม จะทำให้มีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แบบใหม่ๆ โดยยังคงเอกลักษณ์สร้างความแปลกใหม่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค สามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเพิ่มมูลค่าของผ้าทอไทลื้อโดยการใช้ผลิตผ้าทอจากการใช้เส้นใยไหมมาประยุกต์ร่วมกับการใช้ใยฝ้ายในกระบวนการทอผ้า การออกแบบลวดลายใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อพัฒนาการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ตอบสนองความต้องการของตลาดโดยคงคำนึงถึงคุณค่าของเอกลักษณ์ของผืนผ้าทอประจำถิ่น และสืบสานงานเศรษฐกิจชุมชนอันเป็นแหล่งรายได้ของชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อวิเคราะห์และประเมินโครงการจากการลงทุนในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การเพิ่มมูลค่า (Added Value) เป็นการนำวิธีการต่าง ๆ มาใช้เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิม สามารถสร้างได้หลายทาง เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ในกระบวนการผลิต บางกรณีอาจทำขั้นตอนเดียว บางกรณีอาจทำพร้อมกันเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าเพิ่มสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีหลักพิจารณา ดังนี้ 1) การเพิ่มคุณค่า พิจารณาจากความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคโดยศึกษาว่าผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคทั้งด้านกายภาพ อารมณ์และความรู้สึก ปัจจัยใดที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกหรือไม่เลือกสิ่งใดเพื่อการดำรงชีวิต เมื่อศึกษาข้อมูลแล้วจึงสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 2) ผลิตภัณฑ์หรือบริการ แนวคิดนี้เป็นเรื่องสำคัญในการบริหารธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ต้องมีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์และบริบทของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ใช้ความคิด เชิงสร้างสรรค์และเชิงกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ที่แตกต่างและโดดเด่น 3) วัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบที่มีเรื่องราวที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่น มีเรื่องราวที่โดดเด่น และมีคุณค่า 4) วิธีกระบวนการผลิตเพื่อคัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น 5) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก อาจจะสร้างมูลค่าเพิ่มในเรื่องของความสะอาด การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือความสวยงาม 6) การสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับบริการ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง การให้ข้อมูลเพิ่มเติม หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ เป็นต้น 7) การสร้างแบรนด์ เป็นประเด็นที่สำคัญในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นในภาพรวม เป็นการนำมูลค่าเพิ่มมาแปลงเป็นคุณค่าเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ 8) การนำ

ผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภคในด้านความสะดวก (วารุณี สุนทรเจริญนท์, 2557)

การสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยสร้างคุณค่าที่ดีขึ้นให้กับลูกค้า โดยมีขั้นตอนการผลิตหรือบริการที่ดีกว่าเพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่านำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป ซึ่งมีความสำคัญต่อธุรกิจ คือตอบสนองความต้องการทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากขึ้น สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอมือจึงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตผ้าทอพยายามหาโอกาสในการพัฒนา และยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นการสร้างคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเน้นประโยชน์หลักและรูปลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย คุณภาพและสมรรถนะที่เหนือกว่าผู้ผลิตรายอื่น มีอัตลักษณ์เฉพาะ มีตราสินค้าเฉพาะ ความมีชื่อเสียงยาวนานและเป็นที่ยอมรับ เป็นต้น (สุจินดา เจริญศรีพงษ์ และ ปิยวัน เพชรหมี, 2560)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สร้าง “มูลค่าทางเศรษฐกิจ” และ “คุณค่าทางสังคม” ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกได้ คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ผ้าทอกับการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การผลิตผ้าทอในท้องถิ่นของไทยหลายแห่ง เช่น ผ้าทอน้ำไหลของจังหวัดน่านและเชียงราย มักจะสอดคล้องอัตลักษณ์ของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิธีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมลงไปในพื้นที่ผ้าโดยใช้หลักแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้สินค้าและบริการมีลักษณะเฉพาะและโดดเด่น เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และขายได้ราคา การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการมีลักษณะเด่นร่วมกัน ประกอบด้วย (สุชาติ จรประดิษฐ์ และคณะ, 2557)

1. ความเป็นเอกลักษณ์ ธุรกิจที่ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่นเฉพาะ และถ้าสามารถทำให้ผู้บริโภคมองเห็นความเป็นเอกลักษณ์ ความใหม่ และความเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว มีโอกาสทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ ก่อให้เกิดผลดีแก่ธุรกิจในการเพิ่มยอดขาย

2. ความยากต่อการลอกเลียนแบบ การสนับสนุนให้ธุรกิจใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถแปรรูปไปสู่สินค้าหรือธุรกิจใหม่เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งที่มาของความคิดสร้างสรรค์นั้นมิได้มาจากความคิดที่ใหม่ไม่เคยปรากฏมาก่อนอย่างเดียว หรือเป็นงานที่มีพื้นฐานการวิจัย แต่ความคิดสร้างสรรค์ คือการพยายามดัดแปลงหรือปรับแต่งสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดความแปลกใหม่ ยากต่อการลอกเลียนแบบและมีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ยาวขึ้น

3. การขายได้ราคา เช่น ลูกค้ายี่ห้อที่ชื่นชอบสินค้านวัตกรรม โดยเฉพาะสินค้าที่เพิ่งออกสู่ตลาดใหม่ ลูกค้ายี่ห้อนี้ยินดีพอใจที่จะซื้อสินค้าและยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น

4. การใช้วัฒนธรรม การสร้างแรงบันดาลใจจากศิลปวัฒนธรรมของชุมชนที่มีเอกลักษณ์มาต่อยอดเป็นวิธีการที่เร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการสร้างยอดขายให้เกิดขึ้นจริงและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันและ ฟังก์ชัน สินค้าหัตถกรรมของไทยให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ตรงตามคุณสมบัติของวัสดุด้วยการพัฒนารูปแบบและการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

1. ต้นทุนการผลิตสินค้าชุมชน

ต้นทุนการผลิต คือทรัพยากรหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการนำปัจจัยการผลิตเข้าสู่กระบวนการผลิตโดยอาศัยวัตถุดิบที่หลากหลายชนิดเพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการ ส่วนประกอบของต้นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดประกอบด้วย (มนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2562)

1.1 วัตถุดิบ (Materials) วัตถุดิบเป็นส่วนประกอบสำคัญของการผลิตสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่

1) วัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) หมายถึง วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตและสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้านั้นในปริมาณและต้นทุนเท่าใด รวมทั้งจัดเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตสินค้านั้น ๆ เช่น การทอผ้าชิ้น วัตถุดิบหลักคือ เส้นฝ้าย เส้นไหม ที่ใช้ในการทอผ้า เป็นต้น

2) วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials) หมายถึง วัตถุดิบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทางอ้อมในการผลิตสินค้านั้น โดยไม่ได้เป็นวัตถุดิบหลัก เช่น ในการทอผ้าชิ้น วัตถุดิบทางอ้อม คือ ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

1.2 ค่าแรงงาน (Labor) หมายถึงค่าจ้าง หรือผลตอบแทนที่จ่ายให้แก่ลูกจ้างหรือคนงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิต โดยปกติค่าแรงงานจะแบ่งออกเป็น ค่าแรงงานทางตรง และค่าแรงงานทางอ้อม

1) ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าแรงงานที่จ่ายให้แก่คนงานหรือลูกจ้างที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าโดยตรง รวมทั้งเป็นค่าแรงงานที่มีจำนวนมากเมื่อเทียบกับค่าแรงงานทางอ้อมในการผลิตสินค้า จัดเป็นค่าแรงงานสำคัญในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น การทอผ้าชิ้น ค่าแรงงานในการทอผ้า เป็นต้น

2) ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor) หมายถึงค่าแรงงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าที่ใช้ในการผลิตสินค้า เช่น ค่าจ้างแรงงานในการซ่อมบำรุง เงินเดือนของพนักงานทำความสะอาด เป็นต้น

1.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าที่นอกเหนือจาก วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง

นอกจากต้นทุนในการผลิตแล้ว ยังมีต้นทุนในส่วนของการขายและการบริการที่เป็นต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินงาน ที่กิจการจะต้องนำมาคำนวณในการวัดผลการดำเนินงานเพื่อให้ทราบกำไรและผลตอบแทนของกิจการ เพื่อให้กิจกรรมบรรลุเป้าหมายตามที่กิจการได้กำหนดไว้

2. การคำนวณอัตราผลตอบแทน

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เป็นการคำนวณหาค่ากระแสเงินสดที่จ่ายในวันนี้ ซึ่งถือว่าเป็นการลงทุนรวมทั้งกระแสเงินสดที่ออกในปีต่อ ๆ มา ซึ่งคิดลดมาเป็นกระแสเงินสดออกในปัจจุบันให้หมดคิดเทียบกับกระแสเงินสดที่ไหลเข้าในปีต่อ ๆ มา คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันให้หมดแล้วเปรียบเทียบกันว่ากระแสเงินสดที่ไหลเข้ากับกระแสเงินสดที่ไหลออกนั้น ไครมากกว่ากัน การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ จะใช้ข้อมูล รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิ มาคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยกำหนดต้นทุนค่าเสียโอกาสหรืออัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ในที่นี้กำหนดให้ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มาตรฐานขั้นต่ำ สำหรับลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate : MRR) ของหลายธนาคารมาเฉลี่ยใช้ในการคำนวณ (มนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2562)

ค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดไหลเข้า = ค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดไหลออก - กระแสเงินสดสุทธิ

2.2 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เป็นการวัดอัตราส่วนทางการเงินระหว่างผลกำไรสุทธิต่อหน่วยขาย ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่บอกถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการ บอกถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการและความสามารถของผู้บริหาร

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ (\%)} = (\text{กำไรสุทธิ} \times 100) / \text{ขายสุทธิ}$$

2.3 ดัชนีกำไร (Profitability Index : PI) การคำนวณหาค่าดัชนีกำไร หรือดัชนีความสามารถในการทำกำไรของโครงการ เป็นการวัดอัตราส่วนเปรียบเทียบผลกำไรสุทธิกับยอดขาย ทำให้ทราบถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการภายหลังจากการหักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้ว

2.4 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period) ระยะเวลาการดำเนินงานที่ผลตอบแทนสุทธิจากโครงการสามารถชดเชยเงินลงทุนตอนเริ่มต้นของโครงการ เป็นเกณฑ์การตัดสินใจที่ไม่มีการปรับค่าของเวลา โดยสามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนที่ทำให้ได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินที่ลงทุน ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}$$

วิธีการดำเนินงาน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ช่างทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัยซึ่งมีอยู่ 4 กลุ่มใหญ่ ประกอบด้วย กลุ่มสตรีทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัย 30 คน ช่างทอผ้ากลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย 60 คน ช่างทอผ้ากลุ่มเอือนคำแพง 20 คน และช่างทอผ้ากลุ่มลือลายคำ 16 คน รวมทั้งสิ้น 126 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) โดยการให้โควตาแต่ละกลุ่มในอัตรา 10:1 จึงได้จำนวนของช่างทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัย 13 คน

2) ตัวแทนจากหน่วยงานหรือองค์กรในชุมชนที่เกี่ยวข้อง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ที่ถูกเลือกต้องมีการทำงานร่วมกับกลุ่มช่างทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัยทั้ง 4 กลุ่มใหญ่ จึงได้กลุ่มตัวอย่างได้แก่ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลศรีดอนชัย 1 คน ผู้นำชุมชน 1 คน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเชียงของ 2 คน เจ้าอาวาสวัดศรีดอนชัย 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

3) นักวิชาการ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนักวิชาการทั้ง 3 ด้าน ที่ทำงานร่วมกับกลุ่มช่างทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัย ทั้ง 4 กลุ่มใหญ่ จึงได้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักวิชาการด้านการออกแบบ 1 คน นักวิชาการด้านการตลาด 1 คน และนักวิจัยด้านศิลปวัฒนธรรม 1 คน รวมทั้งสิ้น 3 คน

4) ผู้ประกอบการและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ประกอบการและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ที่มีความสัมพันธ์ทางการค้าร่วมกับกลุ่มเป็นเวลา มากกว่า 3 ปี ขึ้นไป จึงได้กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ทั้งสิ้น 18 คน

ดังนั้นจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 4 กลุ่ม ทำให้การศึกษาในครั้งนี้มีจำนวนตัวอย่างในการศึกษารวมทั้งสิ้น 39 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสองรูปแบบ ได้แก่ (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าข้อมูลเอกสาร ตำรา บทความ สื่อสิ่งพิมพ์ งานวิจัย และสื่อสังคมออนไลน์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ในการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (In-depth interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลใน 3 กิจกรรม คือ 1) ประวัติชุมชน วัฒนธรมและความหมายของผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การถ่ายทอดภูมิปัญญาและความต้องการพัฒนาผ้าทอของชุมชน 2) ต้นทุนและผลตอบแทนการทอผ้าผลิตภัณฑ์ใหม่ 3) การสำรวจความคิดเห็นและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ใหม่

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านและช่างทอผ้าในชุมชน จำนวน 5 ท่าน โดยค่าความเที่ยงตรงความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) มีค่าเท่ากับ 0.8 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการศึกษา (Rovinelli & Hambleton, 1977)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะแยกตามวัตถุประสงค์ โดยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ทำการศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ซึ่งเป็นข้อมูล เชิงคุณภาพจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบอภิปรายผลเชิงพรรณนา วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต้นทุน ผลตอบแทน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย ส่วน วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การวิเคราะห์และประเมินโครงการ ทำการวิเคราะห์กระแสเงินสดรับสุทธิ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM) ดัชนีกำไร (PI) และระยะเวลาคืนทุน (PB) จากนั้นนำค่าที่ได้มาประเมินความคุ้มค่าต่อไป

ผลการวิจัย

1. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อของชุมชนไทลื้อบ้านศรีดอนชัยตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลุ่มผ้าทอไทลื้อศรีดอนชัยประสบปัญหายอดขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอลดลง เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีลักษณะรูปแบบเดิม ขาดการสร้างสรรค์พัฒนาและออกแบบให้มีความแปลกใหม่น่าสนใจ

อีกทั้งในปัจจุบันมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอผ่านช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นทำให้ตลาดมีการแข่งขันสูง ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่ายกว่าเดิม ดังนั้นกลุ่มผ้าทอไทลื้อศรีคอนชัย จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือให้มีความทันสมัยตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค คณะผู้วิจัยจึงจัดประชุมวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มและกำหนดกลยุทธ์โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (SWOT) และ TOWS Analysis เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาของกลุ่มดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อศรีคอนชัย

จุดแข็ง (Strengths) S1. ผ้าทอมือของชุมชนไทลื้อมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว S2. ช่างทอมีความสามัคคีร่วมมือในการทำกิจกรรมกลุ่ม S3. มีช่างทอที่มีความเชี่ยวชาญในการทอผ้าและสามารถปรับเปลี่ยนลวดลายและทอผ้าลวดลายยากได้	จุดอ่อน (Weaknesses) W1. ผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ๆ ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ W2. ขาดความรู้ในการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน อีกทั้งไม่มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน W3. ขาดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์
โอกาส (Opportunities) O1. ภาครัฐให้การสนับสนุนการผลิตและการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ O2. สถาบันการศึกษา เช่นมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีนักวิจัยที่สามารถให้การสนับสนุน	อุปสรรค (Threats) T1. วิถีชีวิตในยุคปัจจุบันทำให้คนและเยาวชนในชุมชนต้องไปทำงานในเมืองและต่างอำเภอเพื่อหารายได้ T2. เยาวชนในชุมชนมีแนวคิดว่า การทำงานใน
โอกาส (Opportunities) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือและสามารถให้ความรู้ด้านการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน O3. ผ้าทอมือเป็นที่นิยมของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ O4. ค่านิยมการแต่งกายและการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	อุปสรรค (Threats) โรงงานหรือการไปรับจ้างได้ที่แน่นอนกว่าการทอผ้า T3. ขาดเยาวชนและคนรุ่นใหม่ที่จะมาเรียนรู้การทอผ้าและสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาวไทลื้อ T4. เยาวชนกล่าวว่า ลวดลายผ้าทออยากต่อการจดจำ T5. ผ้าทอจากโรงงานมีราคาถูก

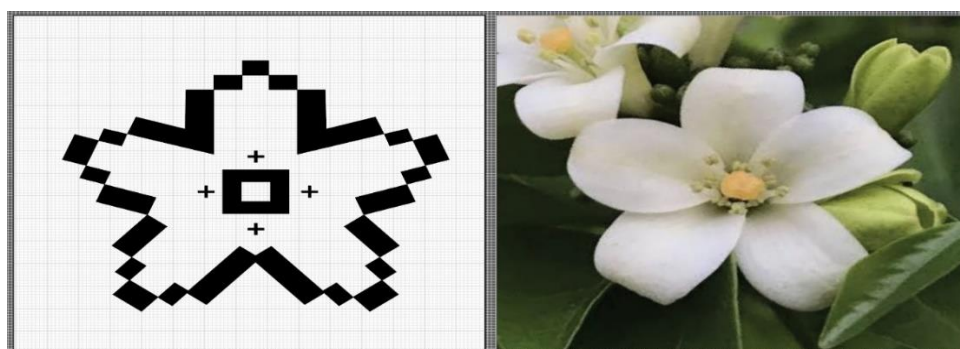
จากการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่ม (ชุมชนตำบลศรีคอนชัย) คณะผู้วิจัยได้นำมาจัดทำเป็น TOWS Matrix เพื่อวิเคราะห์และหาแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 TOWS Analysis ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อศรีดอนชัย

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
โอกาส (O)	SO (กลยุทธ์เชิงรุก) S3 + O2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ทันสมัยให้ตรงกับความต้องการของตลาดเนื่องจากช่างทอมีความเชี่ยวชาญในการทอ เมื่อรวมกับโอกาสที่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐจะเป็นประโยชน์แก่กลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) W2 + O3 อบรมการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน นักวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายอบรมให้ความรู้การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน
อุปสรรค (T)	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) S3+T5 ลดต้นทุนโดยการลดลดตายแต่คงคุณค่าและคุณภาพ ชุมชนไทลื้อศรีดอนชัยใช้วิธีลดต้นทุนผลิตภัณฑ์ผ้าทอโดยลดลดตายลงเพื่อลดระยะเวลาในการทอแต่ยังคงเอกลักษณ์ลดตายและมีคุณภาพ	WT (กลยุทธ์เชิงรับ) W2 + T3 อบรมการออกแบบโดยจดบันทึกลดตายด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อให้ง่ายต่อการออกแบบและการถ่ายทอดให้กับเยาวชน

จากตารางที่ 2 กลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ควรดำเนินการตาม TOWS Matrix ดังนี้

1.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ออกแบบลดตายและผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของตลาด โดยการผสมผสานข้อได้เปรียบจากโอกาสและจุดแข็งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เนื่องจากชุมชนไทลื้อศรีดอนชัยมีช่างทอที่มีความเชี่ยวชาญในการทอผ้า เมื่อรวมกับโอกาสที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ จะเป็นประโยชน์แก่กลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสมาชิกกลุ่มร่วมกันออกแบบลดตายใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน คือ ลายดอกแก้ว (ภาพที่ 1) ซึ่งมีความสำคัญในกิจกรรมงานประเพณีทางศาสนาของชาวไทลื้อ โดยชาวบ้านจะนำดอกแก้วใส่กรวยไปถวายพระและสตรีชาวไทลื้อนิยมนำดอกแก้วมาประดับที่มวยผม



ภาพที่ 1 การออกแบบลวดลาย “ดอกแก้ว” ด้วยการใช้คอมพิวเตอร์

1.2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) การออกแบบและบันทึกลวดลายด้วยการใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อให้
ง่ายต่อการออกแบบและการถ่ายทอดความรู้ กล่าวคือ ช่างทอสามารถทดลองทอลวดลายตามแบบที่
บันทึกไว้ ปรับลดหรือเพิ่มขนาดลวดลาย รูปทรง และเปลี่ยนสีได้ตามต้องการ คณะผู้วิจัยได้จัดการ
อบรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยคอมพิวเตอร์ให้กับสมาชิกกลุ่ม จากนั้นสมาชิกกลุ่มได้ทดลองทอผ้า
โดยใช้เทคนิคเฉพาะ เช่น การเกาะ/ล้วง เก็บมุก จก และยกดอก พร้อมกับการเปลี่ยนวัสดุที่ใช้ในการทอ
เป็นเส้นฝ้ายทอสลับกับเส้นไหม ทำให้เกิดผ้าทอชนิดใหม่ที่เรียกว่า “ผ้าฝ้ายเกมไหม” ที่มีสีสันสดใส
สวยงาม และเนื้อมันวาว

1.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) การลดต้นทุนโดยการลดความซับซ้อนของลวดลายแต่ยังคงรักษา
คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับสมาชิกกลุ่มทอผ้า เพื่อ
ร่วมกันพัฒนาผ้าฝ้ายเกมไหมให้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 ชนิด ได้แก่ 1) ผ้าชิ้นลายฝ้ายเกมไหม (ภาพ
ที่ 2ข) ซึ่งเพิ่มมูลค่าด้วยการทอด้วยเส้นฝ้ายและเส้นไหม และนำลวดลายดอกแก้วมาผสมผสานใน
ผ้าชิ้น 2) ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายเกมไหม (ภาพที่ 3ข) ซึ่งเกิดจากการทอลวดลายดอกแก้วมาขยายและเพิ่มเส้น
ลายลายเส้นให้มีความสวยงามอ่อนช้อย พร้อมทั้งการลดต้นทุนด้วยการลดความซับซ้อนของลวดลาย
แต่ยังคงรักษาคุณค่าและคุณภาพ



ภาพที่ 2 (ก) ผ้าชิ้นลายลือนมสาวทอด้วยเส้นฝ้าย
เพียงชนิดเดียว



ภาพที่ 2 (ข) ผ้าชิ้นลายลือนมสาวผสมลายดอกแก้ว
ทอด้วยเส้นฝ้ายสลับกับเส้นไหม



ภาพที่ 3 (ก) ผ้าคลุมไหล่ลายดั้งเดิมทอด้วยเส้นฝ้าย
เพียงชนิดเดียว



ภาพที่ 3 (ข) ผ้าคลุมไหล่ลายใหม่ “ลายแก้วกัลยา”
ทอด้วยเส้นฝ้ายสลับกับเส้นไหม

1.4 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน โดยคณะผู้วิจัยได้จัดอบรมการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนให้กับสมาชิกกลุ่มทอผ้า พร้อมทั้งนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบของกลุ่ม 2 ชนิด ได้แก่ ผ้าชิ้นลายฝ้ายเกมไหมและผ้าคลุมไหล่ฝ้ายเกมไหม มาคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนอย่างละเอียด เพื่อให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนบ้านศรีดอนชัย

จากการวิเคราะห์ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่า ผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหมมีต้นทุนการผลิตรวม 5,061.18 บาท/ผืน ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหมมีต้นทุนการผลิตรวม 3,278.89 บาท/ผืน ซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 2 ชนิดนี้มีต้นทุนส่วนใหญ่มาจากค่าแรงงาน รองลงมาคือค่าวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในการผลิต และค่าบริหารการขาย ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

การวิเคราะห์ผลตอบแทน พบว่า ผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหมสามารถผลิตและจำหน่ายได้ในราคา 7,900.00 บาท/ผืน ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหมผลิตและจำหน่ายได้ในราคา 4,500.00 บาท/ผืน เมื่อนำมาคำนวณหาผลตอบแทนสุทธิของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 2 ชนิด พบว่าผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหมมีผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 2,838.82 บาท/ผืน ส่วนผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหมมีผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 1,221.11 บาท/ผืน (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ใหม่ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

รายการ	ผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหม		ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหม	
	ขนาด 1 x 1.6 ม.		ขนาด 0.35 x 1.5 ม.	
	จำนวนเงิน (บาท/ผืน)	ร้อยละ (%)	จำนวนเงิน (บาท/ผืน)	ร้อยละ (%)
ต้นทุนผันแปร				
ค่าวัตถุดิบ	1,860.00	36.75	1,140.00	34.77
ค่าแรงงาน	2,700.00	53.35	1,800.00	54.90
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	401.18	7.93	238.89	7.28
ต้นทุนคงที่				
ค่าบริหารการขาย	100.00	1.97	100.00	3.05
ต้นทุนรวม	5,061.18	100.00	3,278.89	100.00
ผลตอบแทน (ราคาขาย)	7,900.00		4,500.00	
กำไร	2,838.82		1,221.11	

3. การวิเคราะห์และประเมินโครงการ

ผลตอบแทนหรือรายได้จากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ นำมาวิเคราะห์และประเมินโครงการ ได้กำหนดอายุโครงการที่ 5 ปี เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าแฟชั่นซึ่งมักจะมีอายุ 5 ปี โดยการประเมินในครั้งนี้ทำการประเมินกระแสเงินสดรับสุทธิรวมกับการใช้เครื่องมือในการ

วิเคราะห์และประเมินโครงการ 4 วิธี คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

3.1 การประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิ

จากการประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดระยะเวลา 5 ปี พบว่า กระแสเงินสดรับเท่ากับ 1,207,903.00 บาท กระแสเงินสดจ่ายในการลงทุนเท่ากับ 789,055.02 บาท กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับ 418,847.98 บาท กระแสเงินสดรับสุทธิตดลดเท่ากับ 399,026.55 บาท และกระแสเงินสดสุทธิตดลดสะสมเท่ากับ 637,763.06 บาท (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 กระแสเงินสดสุทธิและกระแสเงินสดรับสุทธิสะสม

หน่วย: บาท						
ปีที่	กระแสเงินสดรับ	กระแสเงินสดจ่าย	กระแสเงินสดรับสุทธิ	อัตราคิดลดร้อยละ 7.00	กระแสเงินสดรับสุทธิคิดลด	กระแสเงินสดสุทธิคิดลดสะสม
0	-	72,000.00	-72,000.00	1.0000	-72,000.00	- 72,000.00
1	218,600.00	149,550.00	69,050.00	0.9346	64,534.13	- 7,465.87
2	229,530.00	154,040.50	75,489.50	0.8734	65,932.53	58,466.66
3	241,006.50	158,662.52	82,343.98	0.8163	67,217.39	125,684.05
4	253,056.83	163,441.39	89,615.44	0.7629	68,367.62	194,051.67
5	265,709.67	163,360.61	102,349.06	0.7130	72,974.88	267,026.55
รวม	1,207,903.00	789,055.02	418,847.98		339,026.55	637,763.06

3.2 การวิเคราะห์และประเมินโครงการ

ผลตอบแทนหรือรายได้จากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ นำมาวิเคราะห์และประเมินโครงการได้กำหนดอายุโครงการที่ 5 ปี เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าแฟชั่นซึ่งมักจะมีอายุ 5 ปี โดยการประเมินในครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์และประเมินโครงการ 4 วิธี คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

3.2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิ ตลอดระยะเวลา 5 ปี มาคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยกำหนดต้นทุนค่าเสียโอกาส

หรืออัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ในที่นี้กำหนดให้ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มาตรฐานขั้นต่ำ สำหรับลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate : MRR) ของหลายธนาคารมาเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.00 สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} NPV &= -72,000.00 + \frac{69,050.00}{(1+0.07)} + \frac{75,489.50}{(1+0.07)^2} + \frac{82,343.98}{(1+0.07)^3} + \frac{89,615.44}{(1+0.07)^4} + \frac{102,349.06}{(1+0.07)^5} \\ &= 267,026.03 \text{ บาท} \end{aligned}$$

จากการคำนวณ พบว่า โครงการนี้มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 267,026.03 บาท ซึ่งมากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถสร้างผลตอบแทนที่เกินกว่าต้นทุนที่ลงทุนไป

3.2.2 อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เป็นอัตราส่วนที่เปรียบเทียบกำไรสุทธิต่อหน่วยขาย เป็นการประเมินถึงความสามารถขั้นต้นของธุรกิจว่ามีความสามารถทำกำไรสุทธิมากน้อยเพียงใด สูตรที่ใช้ในการคำนวณอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อขายสุทธิ มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราส่วนกำไรสุทธิ} &= \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ขายสุทธิ}} \times 100 \\ &= \frac{339,026.55}{1,207,902.99} \times 100 \\ &= 28.07 \end{aligned}$$

จากการวิเคราะห์อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) พบว่า มีอัตรากำไรสุทธิ ร้อยละ 28.07 แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุนและสามารถสร้างผลกำไรได้สูง จากทุกๆ 100 บาทของรายได้ จะมีกำไรสุทธิที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและขยายกิจการได้ 28.07 บาท

3.2.3 ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) การคำนวณหาค่าดัชนีกำไร หรือดัชนีความสามารถในการทำกำไรของโครงการ ทำได้โดยนำมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ มาคำนวณหาดัชนีกำไรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ดัชนีกำไร (PI)} &= \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}} \\ &= \frac{339,026.55}{72,000.00} \\ &= 4.71 \end{aligned}$$

จากการวิเคราะห์ดัชนีกำไร (Profitability Index) พบว่า มีค่าดัชนีกำไร เท่ากับ 4.71 เท่า แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีความคุ้มค่าในการลงทุนอย่างมาก เนื่องจากค่าดัชนีกำไรมีค่ามากกว่า 1 หมายความว่า ทุก ๆ 1 บาทที่ลงทุนโครงการนี้จะสร้างผลตอบแทนสุทธิได้ถึง 4.71 บาท ซึ่งถือว่าเป็นอัตราผลตอบแทนที่สูงและน่าลงทุน

3.3.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) การคำนวณหาระยะเวลาในการคืนทุนทำได้โดยรวมกระแสเงินสดรับสุทธิตั้งแต่ปีที่ 1 เป็นต้นไปจนกระทั่งจำนวนของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่าย หรือจำนวนเงินลงทุนในปีที่ 0 มาคำนวณ ระยะเวลาคืนทุนได้ดังนี้

$$\begin{aligned} PB &= \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{เงินส่วนที่ยังไม่คืนทุน}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่เกิดขึ้นในปีที่คืนทุน}} \\ &= 1 + \left[\left(\frac{72,000.00 - 69,050.00}{75,489.50 - 69,050.00} \right) \times 12 \right] \\ &= 1 + (0.46 \times 12) \\ &= 1 \text{ ปี} + 5.52 \text{ เดือน} \\ &= 1 \text{ ปี } 5.52 \text{ เดือน หรือ ประมาณ } 1 \text{ ปี } 6 \text{ เดือน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) พบว่าโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 1 ปี 6 เดือนซึ่งเวลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาของโครงการ

ดังนั้นจากการวิเคราะห์และประเมินโครงการพบว่า โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) มีค่ามากกว่า 0 โดยมีค่าเท่ากับ 267,026.03 บาท อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เท่ากับร้อยละ 28.07 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 แสดงว่ามีความสามารถในการทำกำไร และดัชนีกำไร (Profitability Index : PI) เท่ากับ 4.71 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ส่วนระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PP) เท่ากับ 1 ปี 6 เดือน ซึ่งเวลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาของโครงการ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 การตัดสินใจในการดำเนินโครงการ

วิธีการประเมิน	ผลการประเมิน	เกณฑ์การตัดสินใจ	ผลการตัดสินใจ
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	267,026.03 บาท	มีค่ามากกว่า 0	คุ้มค่าในการลงทุน
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM)	28.07%	มีค่ามากกว่า 0	คุ้มค่าในการลงทุน
ดัชนีกำไร (PI)	4.71	มีค่ามากกว่า 1	คุ้มค่าในการลงทุน
ระยะเวลาคืนทุน (PB)	1 ปี 6 เดือน	ระยะเวลาน้อยกว่า	คุ้มค่าในการลงทุน

สรุป และอภิปรายผล

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อของชุมชนไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ได้จากการกำหนดกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ในการสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาสร่วมกับจุดแข็ง ทำให้เกิดการพัฒนากลยุทธ์โดยอาศัยความเชี่ยวชาญในการผลิต ซึ่งกลุ่มฯจึงต้องการออกแบบและพัฒนาตลาดให้ทันสมัย แต่ยังคงอัตลักษณ์ผ้าทอไทลื้อ คือ “ลายดอกแก้ว” รวมทั้งสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และมีความหลากหลายมากขึ้น ชุมชนไทลื้อศรีดอนชัยได้ปรับเปลี่ยนวัสดุที่ใช้ทอโดยใช้เส้นฝ้ายทอกับเส้นไหม เกิดเป็นผลิตภัณฑ์เรียกว่า “ฝ้ายแถมไหม” มีสีสันสดใส เนื้อนุ่มนวล ดูแลรักษาง่าย และกลุ่มสามารถพัฒนาผ้าฝ้ายแถมไหมให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าชิ้นฝ้ายแถมไหม และ ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแถมไหม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ ดอนอ่อนบัว และ จิรวัฒน์ พิระสันต์ (2563) ที่กล่าวว่าตลาดที่เป็นอัตลักษณ์สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้ อีกทั้งเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบมาตรฐานสากลร่วมสมัย เช่นเดียวกับ Suksai et al. (2021) ที่กล่าวว่าการพัฒนาศักยภาพผ้าไหมพื้นเมืองให้มีอัตลักษณ์เป็นการเพิ่มมูลค่าสร้างความแตกต่างและยกระดับผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น

2. การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนและการดำเนินการของผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนไทลื้อบ้านศรีดอนชัย จากการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน พบว่า ต้นทุนส่วนใหญ่มาจากค่าแรงงาน เนื่องจากการทอผ้าต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของช่างทอที่ถ่ายทอดฝีมือการทอเฉพาะของช่างทอ และระยะเวลาที่ใช้ในการทอ ส่วนผลตอบแทน พบว่า ผ้าชิ้นฝ้ายแถมไหม และ ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแถมไหม ให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกันโดยผ้าชิ้นให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าผ้าคลุมไหล่ เนื่องจากราคาขายของผ้าชิ้นมีราคาที่สูงกว่า เพราะการทอมีความยากมากกว่า อีกทั้งมีขนาดใหญ่กว่าทำให้การตั้งราคาขายจึงสูงกว่า

3. การดำเนินการของผลิตภัณฑ์ใหม่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุนเนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) มีค่าเท่ากับ 267,026.03 บาท อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เท่ากับร้อยละ 28.30 แสดงว่ามีความสามารถในการทำกำไร และดัชนีกำไร (Profitability Index : PI) เท่ากับ 4.75 และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PP) เท่ากับ 1.04 ปี ซึ่งเวลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาของโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักษณา สุกใส และคณะ (2564) ที่กล่าวว่าการผลิตผ้าทอไท-ยวน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวีณี เมกะ และคณะ (2566) ที่กล่าวว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก แสดงว่า การผลิตผ้ามัดหมี่ข้อมมครามมีความคุ้มค่าในการลงทุน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

กลุ่มทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัยควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เช่น พวงกุญแจ จำหน่ายในราคาข่อมเข่าว ควบคู่กับการอบรมการทำบัญชีต้นทุนอย่างง่าย เพื่อจดบันทึกข้อมูลรายได้ ต้นทุนการผลิตต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์และวางแผนบริหารจัดการต้นทุนให้เกิดการประหยัดและกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการตลาดดิจิทัลเพื่อขยายตลาดและเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาพัฒนาตราสินค้าและมาตรฐานผ้าทอมือเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากตลาด ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการจัดเก็บลายผ้าทอในรูปแบบกราฟิกและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยและง่ายต่อการถ่ายทอดความรู้ รวมถึงการประมาณการปริมาณเส้นฝ้ายและเส้นไหมเพื่อลดต้นทุนและวางแผนการผลิตในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การพัฒนาเส้นไหมใยฝ้ายจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่ได้สนับสนุนทุนการทำวิจัยครั้งนี้ และงานวิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เลขที่ COE. P1-023/2565 เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2565

REFERENCES

- Chemsripong, S. & Petmee, P. (2017). Creating Value Added Products from Local Wisdom: A Case Study of the Ancient Clot. *Journal of Community Development Research (Humanity and Social Sciences)*, 10(4), 62-85.
- Chiang Rai Database. (2021). *Tai Lue Ban Sri Don Chai*. Retrieved from <https://sites.google.com/mfu.ac.th/chiangrai/traditional/ethnics/Tai-Sridonchai>
- Chudhavipata, W. (2012). *Textile: Reflection of Thai Traditions*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Dononbao, C. & Peerasan, J. (2020). Innovation of Development in the HandWoven Cotton of the Local Identity in Loei Province. *Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University*, 12(2), 23-42.
- Jonpradit, S., Pongyeela, A. & Visalaporn, S. (2014). The Influence of Applying Creative Economy Concept, Factors Driving Creative Economy and Characteristics of Entrepreneurs to Market Success of Five Stars One Tambon One Product (OTOP) in Thailand. *Suthiparithat*, 28(88), 170-195.
- Keativipak, K. (2016). Study and Development Applies Products from Cotton Hand Made to Products Design, Case Study: The Cotton Hand Weaving Groups at Donluang Village, Amphur Pasang, Lamphun Province. *The Fine & Applied Arts Journal*, 11(1), 13-52.
- Mega, S., Thanasripanitchai, P., Sangtamat, P. & Sanitchon, K. (2023). Financial Cost-benefit Analysis of Dong Yang-Pornpiboon village's Indigo dyed Mudmee textile. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 5(1), 93-111.
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2009). *The Creative Economy*. Bangkok: B C Press (Boonchin) Company Limited.
- Phadoongsitthi, M. (2019). *Cost Accounting* (8th ed.). Bangkok: Thammasat University.
- Poonyaprapha, P., Supasetsiri, P., Inchan, N. & Nopudompan, K. (2018). The Factors Effect to Wisdom and Inheritance of Thai Phuan Hand Woven Fabric at Ban Mai, Nakhon Nayok. *Journal of Social Communication Innovation*, 1(11), 159-168.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(1), 49-60.
- Sittioum, R., Jaithong, C., Somsri, K., Chaisomtakuland, P. & Wilaikul, S. (2022). Costs and Returns on Products from Thai-Yuan Woven Fabric of Thai-Yuan Cultural Center in Ban Dong

Pradok, Samor khae subdistrict, Mueang District, Phitsanulok Province. *Academy Journal of Northern*, 9(4), 94-107.

Sri Don Chai Subdistrict Municipality. (2024). *General conditions and basic information*. Retrieved from <http://www.tambonsridonchai.go.th/main.php?type=1#>

Suksai, L., Hoksuan, S., Phungphet, S. & Jedaman, P. (2021). Development to Sustainable Community Potential of Local Wisdoms Productive “Native Silk” Based on Sufficiency Economy & Creative Economy of Chaiyaphum Province Communities. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(7), 382-398.

Sunthorncharoenon, W. (2014). *Creating a creative product or service is not as difficult as you think*. Retrieved from http://www.amexteam.com/resources/helper/editor/upload/knowledge/1/01_pdf

การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์ DEVELOPING CRITERIA FOR MANAGEMENT STANDARD IN THE MICE VENUE INDUSTRY

ดริกา แซงโงว¹ พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์²

Darika Sae-ngow¹ Pittawat Ueasangkomsat²

¹นิสิตปริญญาโท หลักสูตร โครงการบัณฑิตศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ (สปท.) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹Master Student, Civil-Military MBA Program, Faculty of Business Administration, Kasetsart University

E-mail: darika.sae@ku.th

²รองศาสตราจารย์ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

²Associate Professor, Department of Management, Faculty of Business Administration, Kasetsart University

E-mail: pittawat.u@ku.th

(Received: July 17, 2024 ; Revised: July 22, 2024; Accepted: July 24, 2024)

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์โควิด รัฐบาลไทยได้ดำเนินนโยบาย Soft power เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนสำคัญภายใต้ นโยบายนี้ โดยเฉพาะงานเทศกาลต่างๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และส่งเสริมให้เงินหมุนเวียนประมาณ 50,000 ล้านบาททั่วประเทศ และวิธีที่จะช่วยในการสนับสนุนรัฐบาลให้บรรลุเป้าหมาย คือ การสร้างมาตรฐานคุณภาพสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่จะช่วยส่งเสริมความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานการจัดการอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์ ที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการในภาคธุรกิจไมซ์ โดยมีแนวคิดของมาตรฐานที่ใช้หลักการปัจจัยการจัดการ 4M วงจรเดมมิง และหลักการไคเซน นอกจากนี้ หลักเกณฑ์การพัฒนายู่ภายใต้มาตรฐานที่ได้มาจากการศึกษา TMVS, AMVS, ISO 20121, ISO 22483 และ ISO/PAS 5643 โดยงานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ 3 กลุ่ม รวมทั้งหมดจำนวน 9 คน ได้แก่ นักวิชาการ ผู้กำหนดนโยบาย และตัวแทนจากภาคเอกชน และได้ดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์ที่สำคัญประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Man) ที่เน้นทักษะด้านดิจิทัลเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี 2) ข้อกำหนดด้านอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Machine) ที่ส่งเสริมการพัฒนาเพื่อรองรับรูปแบบการจัดงานแบบ Hybrid ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดงานแบบออนไลน์และออนไซต์ 3) ข้อกำหนดด้าน

โครงสร้างของพื้นที่จัดงาน และสภาพแวดล้อมสนับสนุน (Material) ที่สนับสนุนการเป็นพื้นที่ที่สามารถจัดงานได้อย่างหลากหลายรูปแบบ ตามลักษณะการใช้งานที่เปลี่ยนไป และ4) ข้อกำหนดด้านบริการจัดงาน (Method) ที่ต้องประยุกต์เข้ากับอัตลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งสามารถบรรยายถึงการแต่งกายแบบไทยและเน้นการบริการที่อบอุ่น อ่อนน้อมถ่อมตน และเป็นมิตรกับผู้เข้าร่วมงาน

คำสำคัญ: ไมซ์, มาตรฐาน, การจัดการ 4M, ไคเซน, วงจรเดมมิง

Abstract

Due to the COVID-19 situation, the Thai government has implemented a soft power policy to revitalize the economy, with the MICE industry playing a significant role under this policy. Particularly, various festivals can attract millions of tourists and generate cash flow of approximately 50 billion baht in the national economy. The way to support the government in achieving this goal is by establishing quality standards for the MICE industry, which will enhance the credibility and positive image of the country. This research aims to develop management standards for the MICE venue industry as a tool to improve and enhance the quality of services in the MICE sector. The concept of these standards incorporates the 4M management factors, the Deming Cycle, and Kaizen principle. Additionally, the development criteria are based on standards derived from studying TMVS, AMVS, ISO 20121, ISO 22483, and ISO/PAS 5643. This research employs a qualitative research method through in-depth interviews with three groups of MICE business stakeholders: academics, policymakers, and the private sector which consists of 9 persons and conducted a content analysis of the interviews. The results indicate that the key management standards in the MICE industry consist of 4 factors: 1) Personnel requirements (Man) that emphasize digital skills to support technological changes, 2) Equipment and event facilities requirements (Machine) that promote development to support Hybrid event formats, which combine online and on-site events, 3) Venue structure and supporting environment requirements (Material) that support the ability to host various types of events according to changing usage patterns, and 4) Event service requirements (Method) that must be adapted to Thai identity, which includes describing Thainess and emphasizing warm, humble, and friendly service to participants.

Keywords: MICE, Standard, 4M Management, Kaizen, Deming Cycle

บทนำ (Introduction)

Global Soft Power Index 2024 ของ Brand Finance เป็นการจัดอันดับความสามารถของประเทศต่าง ๆ ในการใช้ซอฟต์แวร์เพื่อมีอิทธิพลต่อเวทีระหว่างประเทศ โดยพิจารณาจากความสามารถในการดึงดูดคนจากทั่วโลกผ่านวัฒนธรรม การทูต และวิธีการอื่น ๆ ในการจัดอันดับนี้ ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 40 ของโลก ขยับขึ้นจากอันดับ 41 ในปีพ.ศ. 2566 และอยู่ในอันดับที่ 3 ของอาเซียน รองจากประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย (กรมประชาสัมพันธ์, 2567) รัฐบาลไทยตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดงานเทศกาลในภูมิภาค มุ่งเน้นการส่งเสริมและกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะของไทยเพื่อสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจ (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2567) ธุรกิจไมซ์มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจ สร้างรายได้และการจ้างงาน นอกจากนี้ธุรกิจไมซ์ยังช่วยส่งเสริม Soft Power ของประเทศไทยผ่านการนำเสนออัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย เช่น การจัดประชุม "The 62nd ICCA Congress 2023" ของสมาคมการประชุมนานาชาติ (ICCA) ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดงานนั้น มีสมาชิกกว่า 1,000 หน่วยงาน จากกว่า 100 ประเทศเข้าร่วม ทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศได้ประมาณ 105 ล้านบาท เพิ่มมูลค่า GDP รวมกว่า 59 ล้านบาท และสร้างมูลค่าทางการตลาดสูงถึง 300 ล้านบาท (MICE Intelligence Team, 2567) และในปีพ.ศ. 2566 ตลาดไมซ์ในประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวไมซ์จำนวนถึง 16.5 ล้านคน สร้างรายได้ประมาณ 50,000 ล้านบาท ซึ่งช่วยเสริมความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ลดความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก และเพิ่มโอกาสในการหมุนเวียนเศรษฐกิจภายในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2566) ทั้งนี้ประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการก้าวขึ้นเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมไมซ์ หากไม่มีการเตรียมความพร้อมที่เพียงพอในด้านการบริหารจัดการ นอกจากนี้ ยังมีปัญหาการขาดการจัดการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์ ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลจะช่วยเสริมสร้าง Soft Power ของประเทศไทยและกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ

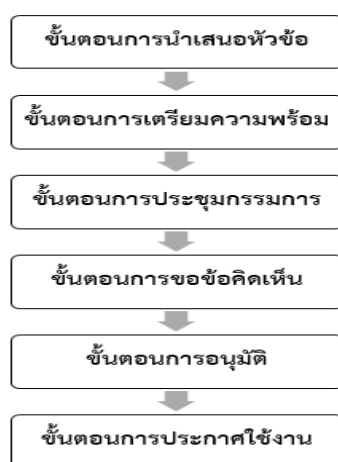
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานการจัดการในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์ในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนามาตรฐาน

มาตรฐาน คือ ข้อกำหนดที่ระบุระบบการดำเนินงานเพื่อให้ได้คุณภาพและประสิทธิภาพสูงสุด มีหลายระดับตามการยอมรับขององค์กรต่างๆ ได้แก่ ระดับที่ 1 เป็นมาตรฐานนานาชาติที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก เช่น ISO ระดับที่ 2 เป็นมาตรฐานภูมิภาคที่ได้รับการยอมรับจากองค์กรมาตรฐานในภูมิภาค เช่น ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) ระดับที่ 3 เป็นมาตรฐานชาติที่ได้รับการยอมรับจากองค์กรมาตรฐานชาติ เช่น Thailand MICE Venue Standard (TMVS) และ Thailand Sustainable Event Management Standard (TSEMS) ระดับที่ 4 เป็นมาตรฐานจังหวัดที่ได้รับการยอมรับจากองค์กรมาตรฐานในระดับภูมิภาคภายในประเทศ เช่น Thailand Hotel Standard และระดับที่ 5 เป็นมาตรฐานอื่นๆ ที่พัฒนาโดยสมาคมหรือองค์กรที่สมาชิกร่วมมือกัน ในการพัฒนาและใช้มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรืออุตสาหกรรมที่ระบุไว้ มาตรฐาน ISO/IEC Guide 2:2004 อธิบายเพิ่มเติมว่ากระบวนการพัฒนาประกอบด้วย 6 ขั้นตอน (International Organization for Standardization, 2004) ตามที่แสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 ขั้นตอนการพัฒนามาตรฐาน

2. แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการศึกษามาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในสามระดับ อันประกอบด้วยระดับที่ 1 คือ มาตรฐานชาติ ได้แก่ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2562), Thailand Sustainable Event Management Standard (TSEMS) (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2561) และ MICE Security Management System (MSMS) (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์

อุตสาหกรรม, 2555) ระดับที่สอง คือ มาตรฐานภูมิภาค คือ ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) (Thailand Convention & Exhibition Bureau, 2024) และระดับสุดท้าย คือ มาตรฐานนานาชาติ เช่น Event Sustainability Management Systems (International Organization for Standardization 20121) (International Organization for Standardization, 2024) ISO 22483 เกี่ยวกับข้อกำหนดการบริการโรงแรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (International Organization for Standardization, 2020) และ ISO/PAS 5643 เพื่อลดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในภาคการท่องเที่ยว (International Organization for Standardization, 2021) จากการศึกษามาตรฐานทั้ง 3 ระดับที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่ามีปัจจัยหลักหลายประการที่มีผลต่อการกำหนดมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้วิจัยจึงสรุปถึงปัจจัยหลักเหล่านี้ได้ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยหลักของมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์

ปัจจัย	มาตรฐานระดับประเทศ			มาตรฐานระดับภูมิภาค	มาตรฐานระดับสากล		
	TMVS	TSEMS	MSMS	AMVS	ISO20121	ISO22483	ISO/PAS 5643
โครงสร้างทางกายภาพ	✓	✓		✓		✓	✓
เทคโนโลยี	✓			✓	✓	✓	✓
บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บุคลากร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ความปลอดภัย	✓		✓	✓			
ความยั่งยืน	✓	✓		✓	✓		
สุขอนามัย							✓

จากตารางที่ 1 การทบทวนปัจจัยหลักของมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์พบว่า มาตรฐานส่วนใหญ่กล่าวถึงปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ บุคลากร เทคโนโลยี โครงสร้างทางกายภาพ และการบริการ ปัจจัยเหล่านี้สอดคล้องกับหลักปัจจัยการจัดการ 4M ที่ระบุว่าปัจจัยสำคัญในการจัดการคือ คน เครื่องจักร วัสดุ และวิธีการ (Yasuhiko, 2007) ซึ่งแสดงถึงความสอดคล้องระหว่างปัจจัยการจัดการ 4M กับปัจจัยหลักของมาตรฐานในอุตสาหกรรมไมซ์ ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบของ (ร่าง) เกณฑ์มาตรฐานประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Man) เน้นเรื่องทักษะ

ความรู้ และวัฒนธรรมองค์กร 2) ข้อกำหนดด้านอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Machine) ให้มีความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการจัดการและดำเนินงาน 3) ข้อกำหนดด้านโครงสร้างของพื้นที่จัดงาน และสภาพแวดล้อมสนับสนุน (Material) ให้สำคัญกับการจัดเตรียมสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม และ 4) ข้อกำหนดด้านบริการจัดงาน (Method) มุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน รายละเอียดขององค์ประกอบเหล่านี้ได้สรุปไว้ในตารางที่ 2 ซึ่งแสดงถึงความสำคัญของแต่ละปัจจัย และวิธีการนำไปใช้ในการพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ องค์การที่นำปัจจัยทั้ง 4 ด้านไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลบรรลุมาตรฐานระดับสูงด้านคุณภาพ

ตารางที่ 2 การระบุข้อกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ตามปัจจัยการจัดการ 4M

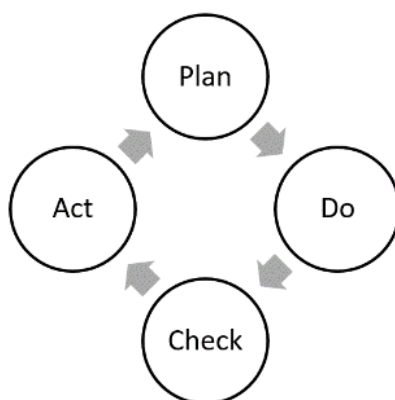
ปัจจัย	ข้อกำหนด	มาตรฐาน
ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Man)	ข้อกำหนดด้านบริการ (Service requirement)	TMVS
	ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Staff or personnel)	AMVS
	ข้อกำหนดด้านสมรรถนะ การอบรม และการสร้างความตระหนัก (Competence, training awareness requirements)	MSMS, ISO 9001
	ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Staff requirement)	ISO 22483
	ข้อกำหนดด้านความเป็นผู้นำ (Leadership requirements)	ISO 20121,
	ข้อกำหนดด้านประสิทธิภาพ (Performance requirements)	ISO 9001
ข้อกำหนดด้านอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Machine)	ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Staff or personnel requirements)	ISO/PAS 5643
	ข้อกำหนดด้านกายภาพ (Physical requirement)	TMVS
	ส่วนทางกายภาพ (Physical section)	AMVS
	ข้อกำหนดด้านทรัพยากร บทบาท ความรับผิดชอบ และอำนาจ (Resource requirements, roles, responsibilities and authority)	MSMS
	ข้อกำหนดด้านการบำรุงรักษา (Maintenance requirements)	ISO 22483, ISO 9001
	ข้อกำหนดด้านการสนับสนุน (Supporting requirement)	ISO 20121
	การทำความร้อน การระบายอากาศ และการปรับอากาศ (Heating, ventilation and air conditioning)	ISO/PAS 5643

ปัจจัย	ข้อกำหนด	มาตรฐาน
ข้อกำหนดด้านโครงสร้างของพื้นที่จัดงาน และสภาพแวดล้อมสนับสนุน (Material)	ข้อกำหนดด้านกายภาพ (Physical requirement)	TMVS
	ส่วนทางกายภาพ (Physical section)	AMVS
	ข้อกำหนดในการสร้างแผนการจัดการที่ยั่งยืน (Creating sustainable management plans requirement)	TSEMS, ISO 20121
	ข้อกำหนดและเงื่อนไขเกี่ยวกับงาน (Terms and conditions regarding the event)	ISO 22483
	ข้อกำหนดด้านการสนับสนุน (Supporting requirement)	ISO 9001, ISO 20121
	พื้นที่ส่วนกลาง (เช่น บริเวณทางเข้า ทางเดิน) (Common areas (for example, entrance areas, corridors))	ISO/PAS 5643
ข้อกำหนดด้านบริการจัดงาน (Method)	ข้อกำหนดด้านบริการ (Service requirement)	TMVS
	ส่วนทางกายภาพ (Physical section)	AMVS
	ข้อกำหนดด้านความยั่งยืน (Sustainability requirement)	TSEMS
	ข้อกำหนดด้านการควบคุมการดำเนินงาน (Operational control requirement)	MSMS
	ข้อกำหนดด้านงาน (Event requirements)	ISO 22483
	ข้อกำหนดด้านการควบคุมการดำเนินงาน (Operational control requirement)	ISO 20121, ISO 9001
	ข้อกำหนดด้านการประเมิน (Evaluation requirements)	
	ข้อกำหนดด้านความสะอาด (Cleanliness requirements)	ISO/PAS 5643

3. แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการจัดการ

หลักการและวิธีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเน้นการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการหรือกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มผลผลิต ลดของเสีย และปรับปรุงระดับคุณภาพภายในองค์กร ตามหลักการไคเซ็น (Kaizen) (สวินทร์ พงษ์เก่า, 2564) นอกจากนี้ วงจรเดมมิง และ ISO 9001 มีหลักการพัฒนาอย่างต่อเนื่องที่สอดคล้องกับการจัดการคุณภาพขององค์กร ดังแสดงในรูปที่ 2 วงจรเดมมิง ที่เกี่ยวข้องกับ PDCA (Plan-Do-Check-Act) ซึ่งนำเสนอโดย W. Edwards Deming ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน: วางแผน ทำ ตรวจสอบ และปรับปรุง วงจรนี้เน้นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องโดยการวางแผนกิจกรรมหรือการปรับปรุงในขั้นตอนแรก

ดำเนินการ ตรวจสอบผลลัพธ์เทียบกับวัตถุประสงค์ และทำการปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงกระบวนการตามผลการตรวจสอบ (สุชาติณี โพธิ์จันทร์, 2558) และ ISO 9001 เป็นมาตรฐานสากลที่กำหนดข้อกำหนดสำหรับระบบการจัดการคุณภาพ (QMS) ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรและความพึงพอใจของลูกค้า ISO 9001 ส่งเสริมแนวทางเชิงระบบในการจัดการกระบวนการ เพื่อให้มั่นใจว่าความต้องการของลูกค้าได้รับการตอบสนองและเป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย ทั้งวงจรเดมมิง (Deming Cycle) และ ISO 9001 เน้นความสำคัญของการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องผ่านการวางแผน การดำเนินการตามระบบ การตรวจสอบ และการปรับเปลี่ยนกระบวนการ เพื่อให้ได้คุณภาพที่สม่ำเสมอและความเป็นเลิศในการดำเนินงานภายในองค์กร (International Organization for Standardization, 2015)



รูปที่ 2 วงจรเดมมิง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์มาตรฐานการจัดการในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไม่ซ์ อันประกอบด้วย TMVS, AMVS, TSEMS, MSMS, ISO 9001, ISO 22483, ISO 20121 และ ISO/PAS 5643 นั้น ผู้วิจัยได้นำหลักการของวงจรเดมมิง ซึ่งเป็นกรอบการทำงานที่ช่วยในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดเกณฑ์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ลดข้อร้องเรียน และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ให้บริการ รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีการนำหลักการไคเซน ซึ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง มาประยุกต์ใช้ร่วมกับวงจรเดมมิง ในการกำหนดเกณฑ์ เพื่อช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ยกระดับคุณภาพของการบริการในอุตสาหกรรมไม่ซ์ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน อีกทั้งยังช่วยให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาดในอุตสาหกรรมนี้ได้ดียิ่งขึ้น ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการจัดการในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไม่ซ้ำ

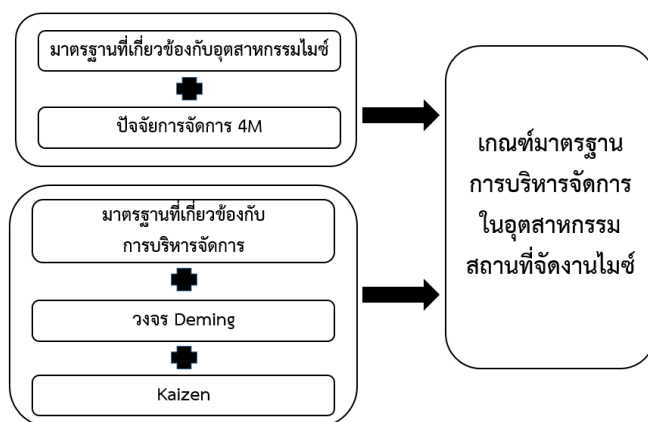
ปัจจัยการจัดการ 4M	เกณฑ์
ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Man)	Man 1: กำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ และอำนาจหน้าที่ในองค์การ ที่สอดคล้องตามผังโครงสร้างองค์การ Man 2: มีการกำหนดอัตรากำลังคน และการสรรหาว่าจ้าง บุคลากรให้เพียงพอ และสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการควบคุมกระบวนการจัดจ้าง ให้สอดคล้องตามกฎหมาย Man 3: มีกระบวนการพัฒนามืออาชีพที่ชัดเจน และต่อเนื่อง โดยต้องมีการประเมินความรู้และทักษะที่จำเป็นในแต่ละตำแหน่ง Man 4: มีกระบวนการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานของพนักงาน ที่รวมถึงสวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม Man 5: มีกระบวนการสื่อสาร ช่องทางในการสื่อสารกับพนักงาน และการมีส่วนร่วมของพนักงาน
ข้อกำหนดด้านอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ในการจัดงาน (Machine)	Mac 1: กำหนดอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน เช่น เวที ไฟเตียม โต๊ะ เก้าอี้ โซฟา พาน แฟ้มคำกล่าว บ้ายสามเหลี่ยม และ Flip chart เป็นต้น Mac 2: กำหนดการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการในการจัดงาน Mac 3: กำหนดอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เกี่ยวกับ ระบบ ไฟฟ้า ระบบภาพ แสง เสียง สัญญาณอินเทอร์เน็ต ในการจัดงาน Mac 4: กำหนดอุปกรณ์ ที่เกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย Mac 5: กำหนดอุปกรณ์ที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องกับบริการ ที่ครอบคลุมถึง อุปกรณ์ปฐมพยาบาล อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย อุปกรณ์สำนักงาน อุปกรณ์สื่อสารและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
ข้อกำหนดด้านโครงสร้าง ของพื้นที่จัดงาน และ สภาพแวดล้อมสนับสนุน (Material)	Mat 1: คุณลักษณะของพื้นที่จัดงาน Mat 2: ห้องย่อยและพื้นที่สนับสนุน Mat 3: มีระบบสำรองต่างๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำ และเครื่องปรับอากาศ

ปัจจัยการจัดการ 4M	เกณฑ์
ข้อกำหนดด้านบริการจัดงาน (Method)	Met 1: ต้องมีกระบวนการยืนยันข้อมูลการจัดงานกับลูกค้าที่ชัดเจน Met 2: ต้องมีขั้นตอนกระบวนการในการเตรียมความพร้อมก่อนวันจัดงานตามข้อตกลงกับลูกค้า Met 3: ต้องจัดเตรียมงานตามข้อตกลงกับลูกค้า Met 4: ต้องมีความพร้อมในการให้บริการ Met 5: ต้องมีบริการสนับสนุนในการจัดงาน เช่น ประชุมพยาบาล รักษาความปลอดภัย เป็นต้น Met 6: ต้องมีระบบประเมินคุณภาพการให้บริการจัดงาน

มาตรฐานเหล่านี้เน้นปัจจัยที่จำเป็นในการประยุกต์ใช้ในธุรกิจไมซ์ ภายใต้ปัจจัยการจัดการ 4M ดังนี้ 1) ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Man) รวมถึงการกำหนดบทบาท การจ้างงาน การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง การจัดการสวัสดิการพนักงาน และการตั้งช่องทางการสื่อสาร 2) ข้อกำหนดด้านอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Machine) ประกอบด้วยการระบุและจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น การจัดซื้อจัดจ้างตามข้อกำหนด การรับรองความพร้อมของระบบที่เกี่ยวข้องกับงาน และการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย 3) ข้อกำหนดด้านโครงสร้างของพื้นที่จัดงาน และสภาพแวดล้อมสนับสนุน(Material) รวมถึงการกำหนดลักษณะของห้องประชุม การหาห้องย่อยและพื้นที่สนับสนุน และการวางแผนสำรองสำหรับความต้องการด้านไฟฟ้า น้ำ และระบบทำความร้อนและความเย็น (HVAC) และ 4) ข้อกำหนดด้านบริการจัดงาน (Method) ประกอบด้วยขั้นตอนในการตรวจสอบรายละเอียดของงาน การกำหนดกิจกรรมก่อนการจัดงาน การให้บริการในงาน การให้บริการสนับสนุนเพิ่มเติม และการประเมินคุณภาพของบริการ มาตรฐานเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นแนวทางที่ครอบคลุมสำหรับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อุปกรณ์ ทรัพยากร และกระบวนการในงานไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การจัดงานเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ (Yasuhiko, 2007)

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์และการบริหารจัดการ การออกแบบกรอบแนวคิดอิงจากการศึกษา 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การศึกษามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ปัจจัยการจัดการ 4M หลักการวงจรเคมมิ่ง และหลักการไคเซน (Kaizen) วิเคราะห์ห้องประกอบที่จำเป็นต่อการพัฒนามาตรฐาน ส่วนที่ 2 เกณฑ์มาตรฐาน ที่ถูกพัฒนาขึ้นจากการศึกษามาตรฐานต่างๆ ด้านการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งสรุปได้ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้กำหนดนโยบาย/ผู้กำกับนโยบาย ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชน โดยผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง โดยเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 คน ดังนี้

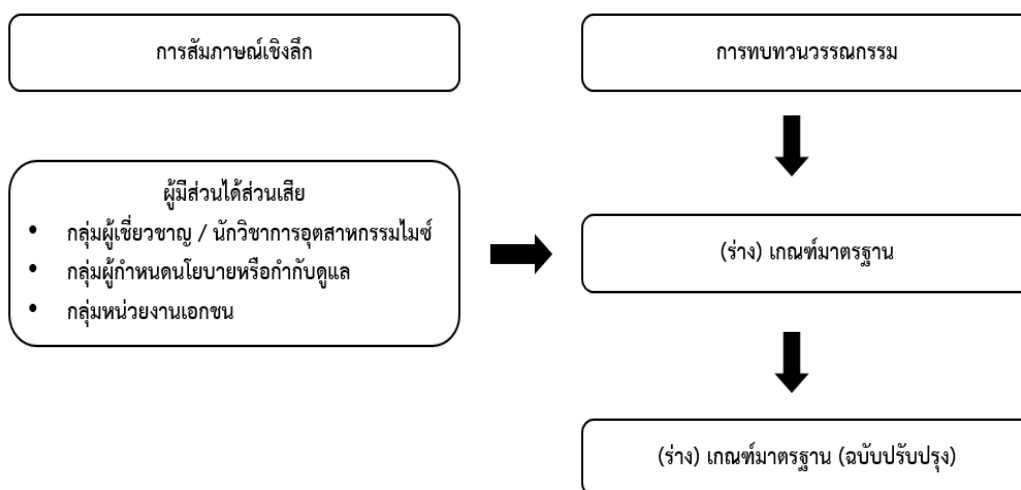
นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 3 คน ได้แก่ นักวิชาการ อาจารย์ นักวิจัย หรือผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวิชาการ เช่น การสอน การวิจัย หรือการให้คำปรึกษาในอุตสาหกรรมไมซ์

ผู้กำหนดนโยบาย/ผู้กำกับนโยบาย ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย 5 ปี จำนวน 3 คน ในการกำหนดนโยบายหรือการมีส่วนร่วมในมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น หน่วยงานรัฐบาล หรือหน่วยงานกำกับดูแลที่รับผิดชอบในการสร้างกฎระเบียบ หรือเกณฑ์ในการควบคุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

ตัวแทนกลุ่มภาคเอกชน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย 5 ปี จำนวน 3 คน ในธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น สมาคม องค์กรการค้า เป็นต้น

2. เครื่องมือการวิจัยและเครื่องมือการวิเคราะห์

วิธีการวิจัยในครั้งนี้คือ วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูล วิธีการนี้ช่วยในการระบอบองค์ประกอบสำคัญสำหรับการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐาน โดยการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำไปสู่ผลการวิจัยที่มีความเชื่อมโยงของข้อมูลต่างๆ และนำไปสู่การสรุปผล อันจะนำไปสู่การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังแสดงรายละเอียดขั้นตอนของการวิจัยในรูปที่ 4



รูปที่ 4 ขั้นตอนของการวิจัย

ผลการวิจัย (Research Finding)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของอุตสาหกรรมไมซ์แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจอย่างละเอียดเกี่ยวกับความสำคัญของการตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจที่เกี่ยวกับการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์

1. ประสิทธิภาพของผู้ให้สัมภาษณ์

ในการวิจัยได้มีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งมีระดับประสบการณ์ดังนี้ นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ แต่ละคนมีประสบการณ์เฉลี่ย 11 ปี ผู้กำหนดนโยบายหรือดูแลกำกับ มีประสบการณ์เฉลี่ย 10 ปี และจากภาคเอกชน มีประสบการณ์เฉลี่ยรวม 15 ปี การสัมภาษณ์เหล่านี้ให้ข้อมูลเชิงลึกจากภาคส่วนต่างๆ ของอุตสาหกรรมไมซ์ และให้คำแนะนำสำหรับการปรับปรุงและพัฒนา

2. ผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อกำหนดของเกณฑ์มาตรฐานการจัดการสถานที่จัดงานไมซ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดเห็นด้วยกับข้อกำหนดส่วนใหญ่ของเกณฑ์มาตรฐานที่ได้มีการพัฒนาจากการทบทวนมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แต่อย่างไรก็ตามยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาเกณฑ์ดังกล่าวภายใต้ปัจจัยการจัดการ 4M ดังรายละเอียดต่อไป

ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Man)

นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ให้ความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะการสนับสนุนการยอมรับความหลากหลายและความแตกต่าง (Diversity and Inclusion) ไว้ในข้อกำหนดด้านบุคลากร ส่วนผู้กำหนดนโยบายได้ชี้แจง

ถึงความสำคัญของการมีทักษะใหม่ในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยแนะนำหลักสูตรเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการความยั่งยืน และ ตัวแทนภาคส่วนเอกชนแนะนำให้ทำการฝึกอบรม โดยเฉพาะทางเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางรูปแบบการจัดการงาน

ข้อกำหนดด้านอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Machine)

จากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสังคม ทำให้เกิดการทำงานทางไกล เช่น การถ่ายทอดสด การสัมมนาออนไลน์ และ Zoom ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานและผู้จัดงาน นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้รวมเทคโนโลยีพื้นฐานเข้ากับสถานที่จัดงานไมซ์ ผู้กำหนดนโยบายเน้นว่าความรู้ด้านสุขอนามัยและนวัตกรรมงานเสมือนเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับสถานที่จัดงาน ตัวแทนภาคเอกชนยอมรับการเกิดขึ้นของวิถีชีวิตใหม่ที่มีงานแบบผสมผสาน แต่ยังคงเน้นย้ำความสำคัญของเครื่องมือพื้นฐานเนื่องจากต้นทุนสูงของเทคโนโลยี

ข้อกำหนดด้านโครงสร้างของพื้นที่จัดงาน และสภาพแวดล้อมสนับสนุน (Material)

นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ เน้นความสำคัญของความยืดหยุ่นของสถานที่ที่สามารถจัดงานได้หลากหลายรูปแบบ และพื้นที่ที่มีการใช้งานได้หลากหลาย ผู้กำหนดนโยบายให้ความสำคัญกับความปลอดภัยโดยมุ่งเน้นการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายและการวางแผนฉุกเฉินอย่างครบถ้วน ตัวแทนภาคเอกชนแนะนำการปรับปรุงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการลดการใช้พลังงานผ่านเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ เช่น หลอดไฟ LED และระบบอัตโนมัติ

ข้อกำหนดด้านบริการจัดงาน (Method)

นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ แนะนำว่า การอนุรักษ์เสน่ห์ของการบริการแบบไทย รวมถึงการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์และการต้อนรับอย่างอบอุ่น เป็นเสน่ห์ของการบริการของประเทศไทย ผู้กำหนดนโยบายเสนอเรื่องความสำคัญของ "ความเป็นไทย" ในการบริการ โดยเน้นความอบอุ่นและความช่วยเหลือ ตัวแทนภาคเอกชนกล่าวว่าการผสมผสานช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น อีเมลหรือการแชทออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

ทั้งนี้ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ รวมถึงข้อเสนอแนะที่ได้รับเพิ่มเติม สามารถนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4 (ข้อมูลที่เพิ่มเติมจะถูกแสดงในรูปแบบตัวอักษรเข้ม) ทั้งนี้การนำหลักการโคเชน มาใช้จะนำไปสู่การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในทุกขั้นตอนของวงจรเดิมมิ่ง โดยมุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี การเพิ่มอุปกรณ์ที่รองรับเทคโนโลยีในการจัดงาน การสร้างความหลากหลายของรูปแบบในการจัดงาน และการบริการที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของไทย พร้อมกับการพัฒนานโยบายและกระบวนการที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4 การพัฒนาเกณฑ์สำหรับมาตรฐานการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมสถานที่จัดงานไมซ์

ปัจจัยการจัดการ 4M	เกณฑ์
ข้อกำหนดด้านบุคลากร (Man)	Man 1: กำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ และอำนาจหน้าที่ในองค์กร ที่สอดคล้องตามผังโครงสร้างองค์กร Man 2: มีการกำหนดอัตรากำลังคน และการสรรหาว่าจ้าง บุคลากรให้เพียงพอ และสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการควบคุมการกระบวนการจัดจ้าง ให้สอดคล้องตามกฎหมาย Man 3: มีกระบวนการพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน และต่อเนื่อง โดยต้องมีการประเมินความรู้และทักษะที่จำเป็นในการทำงานของแต่ละตำแหน่ง ที่ครอบคลุมหัวข้อเกี่ยวกับ 1) แพลตฟอร์มของดิจิทัลและเทคโนโลยี 2) การจัดการจัดงานไมซ์ 3) ทักษะการสื่อสาร 4) สุขอนามัยและความปลอดภัย 5) การจัดการอย่างยั่งยืน Man 4: มีกระบวนการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานของพนักงาน ที่รวมถึงสวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม รวมถึงการกำหนดนโยบายการยอมรับและความหลากหลาย (Diversity and Inclusion) Man 5: มีกระบวนการสื่อสาร ช่องทางในการสื่อสารกับพนักงาน และการมีส่วนร่วมของพนักงาน

ปัจจัยการจัดการ 4M	เกณฑ์
ข้อกำหนดด้าน อุปกรณ์ และสิ่ง อำนวยความสะดวก ในการจัดงาน (Machine)	Mac 1: กำหนดอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน เช่น เวที โฟเดียม โต๊ะ เก้าอี้ โซฟา พาน แฟ้มคำกล่าว ป้ายสามเหลี่ยม และ Flip chart เป็นต้น Mac 2: กำหนดการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการในการจัดงาน ที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง Mac 3: กำหนดอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เกี่ยวกับ ระบบไฟฟ้า ระบบภาพ แสง เสียง สัญญาณอินเทอร์เน็ต ในการจัดงาน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบภาพ ระบบเสียง ระบบปรับอากาศ ระบบระบายอากาศ และสุขอนามัย เป็นต้น Mac 4: กำหนดอุปกรณ์ ที่เกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย และอาชีวอนามัย ที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง Mac 5: กำหนดอุปกรณ์ที่จำเป็นที่เกี่ยวกับบริการเช่น ชุดปฐมพยาบาล อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย อุปกรณ์สำนักงาน และป้ายบอกทาง
ข้อกำหนดด้าน โครงสร้างของพื้นที่ จัดงาน และ สภาพแวดล้อม สนับสนุน (Material)	Mat 1: พื้นที่จัดงานที่มีสภาพที่สามารถจัดงานได้หลากหลายรูปแบบและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Mat 2: ห้องย่อยและพื้นที่สนับสนุน Mat 3: มีระบบสำรองต่างๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำ และเครื่องปรับอากาศ
ข้อกำหนดด้านบริการ จัดงาน (Method)	Met 1: ต้องมีกระบวนการยืนยันข้อมูลการจัดงานกับลูกค้าที่ชัดเจน Met 2: ต้องมีขั้นตอนกระบวนการในการเตรียมความพร้อมก่อนวันจัดงานตามข้อตกลงกับลูกค้า Met 3: ต้องจัดเตรียมงานตามข้อตกลงกับลูกค้า Met 4: กำหนดขั้นตอนการให้บริการที่สอดคล้องกับความเป็นไทย (Thainess style) Met 5: ต้องมีบริการสนับสนุนในการจัดงาน เช่น ปฐมพยาบาล รักษาความปลอดภัย เป็นต้น Met 6: ต้องมีระบบประเมินคุณภาพการให้บริการจัดงาน

อภิปรายผลและสรุป (Discussion/Conclusion)

งานวิจัยฉบับนี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานการจัดการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่จัดงานไมซ์ ภายใต้ปัจจัยการจัดการ 4M รวมถึงการประยุกต์ใช้หลักการโคเซนและวงจรเดมมิ่ง ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัยชี้วัด ปัจจัยแรก คือ บุคลากร มีความสอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 9001 ที่เน้นการพัฒนาทักษะการทำงาน (International Organization for Standardization, 2015) อย่างไรก็ตาม จากการวิจัยพบว่ามีความจำเป็นที่ต้องกำหนดเกณฑ์ที่มุ่งเน้นทักษะด้านดิจิทัลให้กับบุคลากร เพื่อสนับสนุนการจัดการที่ใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงทิศทางใหม่ในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เน้นการผสมผสานทางด้านเทคโนโลยี และผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับเกณฑ์สำหรับเครื่องจักรพบว่ามีความสอดคล้องตามมาตรฐานสถานที่จัดงานของไทย (TMVS) (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2562) และมาตรฐานสถานที่จัดงานของอาเซียน (AMVS) (Thailand Convention & Exhibition Bureau, 2024) แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่า เกณฑ์เรื่องอุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการจัดงานมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นในเรื่องของอุปกรณ์ที่สนับสนุนการจัดการแบบผสมออนไลน์และออฟไลน์ (Hybrid) และระบบโทรคมนาคม เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชัน และสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีความเสถียร ซึ่งเกณฑ์นี้เป็นการตอบโจทย์การใช้งานที่เป็นผลจากพฤติกรรมของผู้จัดงานที่เปลี่ยนไป ข้อกำหนดด้านโครงสร้างพื้นที่จัดงานและสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัสดุ สอดคล้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานของไทย (TMVS) (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2562) และมาตรฐานสถานที่จัดงานของอาเซียน (AMVS) ที่กำหนดโครงสร้างห้องประชุมและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับการจัดงาน (Thailand Convention & Exhibition Bureau, 2024) นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าเกณฑ์การกำหนดคุณลักษณะของพื้นที่จัดงานต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้หลากหลายรูปแบบมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดีกว่าพื้นที่ที่มีรูปแบบตายตัว และยังคงเน้นการรักษาสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมและสะอาดเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อกำหนดด้านบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสุดท้ายที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 22483 เกณฑ์การกำหนดให้บริการต้องได้รับการตกลงล่วงหน้าและระบุรายละเอียดในเอกสาร (International Organization for Standardization, 2020) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า เกณฑ์เรื่องการบริหารต้องเพิ่มหรือควรพิจารณาการสร้างแตกต่างจากมาตรฐานการบริการทั่วไปคือการนำเสนอความเป็นไทย ("Thainess") ผ่านเอกลักษณ์ไทย เช่น การแต่งกายแบบไทยและการให้บริการที่อบอุ่น เรียบง่าย และเป็นมิตร การเพิ่มข้อกำหนดเหล่านี้ไม่เพียงแต่สนับสนุนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ของรัฐบาล แต่ยังช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาชี้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่จัดงานไมซ์ ควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับบุคลากร ดังนั้นการส่งเสริมและพัฒนาทักษะดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรในการปรับตัวและเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่จัดงานไมซ์ควรจัดหาและให้บริการอุปกรณ์ที่สนับสนุนงานแบบไฮบริด (Hybrid event) ซึ่งเป็นการผสมผสานรูปแบบการจัดงานทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่จัดงานไมซ์ ควรพัฒนาสถานที่จัดงานให้มียืดหยุ่น จัดงานรูปแบบความหลากหลาย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น หลอดไฟประหยัดพลังงานและป้ายไฟดิจิทัล รวมทั้งควรเน้นเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับการดูแลที่เหมาะสมและปลอดภัย ผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่จัดงานไมซ์ ควรให้ความสำคัญเรื่องช่องทางสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ เช่น โทรศัพท์ อีเมล โซเชียลมีเดีย หรือแอปพลิเคชันที่เฉพาะเจาะจงสำหรับการจัดงาน นอกจากนี้ ความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยควรถูกผสมผสานเข้ากับการบริการที่มีคุณภาพโดยการฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจและสื่อความหมายของวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะช่วยให้ได้ประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ของประเทศได้อย่างดี

งานวิจัยนี้เน้นการสัมภาษณ์กับตัวแทนจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์โดยเฉพาะเพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จึงขอเสนอแนะให้มีการดำเนินการสำรวจที่รวมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่จัดงานไมซ์ การสำรวจเพิ่มเติมจะช่วยให้มั่นใจได้ว่าเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่จัดงานไมซ์ สามารถครอบคลุมและตอบสนองต่อความต้องการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

REFERENCES

- Chemsripong, S. & Petmee, P. (2017). Creating Value Added Products from Local Wisdom: A Case Study of the Ancient Clot. *Journal of Community Development Research (Humanity and Social Sciences)*, 10(4), 62-85.
- Chiang Rai Database. (2021). *Tai Lue Ban Sri Don Chai*. Retrieved from <https://sites.google.com/mfu.ac.th/chiangrai/traditional/ethnics/Tai-Sridonchai>
- Chudhavipata, W. (2012). *Textile: Reflection of Thai Traditions*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Dononbao, C. & Peerasan, J. (2020). Innovation of Development in the HandWoven Cotton of the Local Identity in Loei Province. *Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University*, 12(2), 23-42.
- Jonpradit, S., Pongyeela, A. & Visalaporn, S. (2014). The Influence of Applying Creative Economy Concept, Factors Driving Creative Economy and Characteristics of Entrepreneurs to Market Success of Five Stars One Tambon One Product (OTOP) in Thailand. *Suthiparithat*, 28(88), 170-195.
- Keativipak, K. (2016). Study and Development Applies Products from Cotton Hand Made to Products Design, Case Study: The Cotton Hand Weaving Groups at Donluang Village, Amphur Pasang, Lamphun Province. *The Fine & Applied Arts Journal*, 11(1), 13-52.
- Mega, S., Thanasripanitchai, P., Sangtamat, P. & Sanitchon, K. (2023). Financial Cost-benefit Analysis of Dong Yang-Pornpiboon village's Indigo dyed Mudmee textile. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 5(1), 93-111.
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2009). *The Creative Economy*. Bangkok: B C Press (Boonchin) Company Limited.
- Phadoongsitthi, M. (2019). *Cost Accounting* (8th ed.). Bangkok: Thammasat University.
- Poonyaprapha, P., Supasetsiri, P., Inchan, N. & Nopudompan, K. (2018). The Factors Effect to Wisdom and Inheritance of Thai Phuan Hand Woven Fabric at Ban Mai, Nakhon Nayok. *Journal of Social Communication Innovation*, 1(11), 159-168.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(1), 49-60.

- Sittioum, R., Jaithong, C., Somsri, K., Chaisomtakuland, P. & Wilaiikul, S. (2022). Costs and Returns on Products from Thai-Yuan Woven Fabric of Thai-Yuan Cultural Center in Ban Dong Pradok, Samor khae subdistrict, Mueang District, Phitsanulok Province. *Academy Journal of Northern*, 9(4), 94-107.
- Sri Don Chai Subdistrict Municipality. (2024). *General conditions and basic information*. Retrieved from <http://www.tambonsridonchai.go.th/main.php?type=1#>
- Suksai, L., Hoksuan, S., Phungphet, S. & Jedaman, P. (2021). Development to Sustainable Community Potential of Local Wisdoms Productive “Native Silk” Based on Sufficiency Economy & Creative Economy of Chaiyaphum Province Communities. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(7), 382-398.
- Sunthorncharoenon, W. (2014). *Creating a creative product or service is not as difficult as you think*. Retrieved from http://www.amexteam.com/resources/helper/editor/upload/knowledge/1/01_pdf

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น
เดลิเวอรี่ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ ในประเทศไทย

The marketing mix factors for online shopping via the 7-Eleven delivery application
of CP All Public Company Limited under the new normal lifestyle in Thailand.

เสาวลักษณ์ ไชบาน¹ ปุณยนุช สมพัตร² กัญญ์ธิดา พันธุ์ชัชวาล³

Saowalak Jaiban¹ Poonyanuch Sompat² Kanthita Phanchatchawan³

¹อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครเชียงใหม่

¹Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration North-Chiang Mai University, Thailand

Tel. 061-905-6365 E-mail: saowalak@northcm.ac.th

²อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครเชียงใหม่

²Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration North-Chiang Mai University, Thailand

Tel. 08-9429-8893 E-mail: poonyanuch@northcm.ac.th

³อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครเชียงใหม่

³Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration North-Chiang Mai University, Thailand

E-mail: kanthita@northcm.ac.th

(Received: August 13, 2024 ; Revised: September 3, 2024 ; Accepted: September 11, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค 2) ระดับความคิดเห็นของส่วน
ประสมทางการตลาด และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน
แอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่ภายใต้วิถีความปกติใหม่ ทำการศึกษาแบบเชิงสำรวจ (Survey
Research) เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์
ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วย Independent T-Test และ One Way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 29 ปี มีการศึกษาใน
ระดับปริญญาตรี และมีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท 2) ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นต่อส่วน
ประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$) และ 3) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อส่วน
ประสมทางการตลาด พบว่า เพศมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด อายุมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน
ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับการศึกษามีผลต่อส่วนประสมทาง

การตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และรายได้มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, สินค้าออนไลน์, ร้านค้าปลีกสมัยใหม่, วิถีปกติใหม่

Abstract

The research aims to study: 1) the general information of consumers, 2) the level of opinions on the marketing mix, and 3) the factors affecting the marketing mix in online shopping through the 7-Eleven delivery application under the new normal lifestyle. A survey research methodology was employed, collecting data from a sample of 400 consumers using a questionnaire. The data was analyzed using descriptive statistics, Independent T-Test, and One Way ANOVA.

The research findings revealed that: 1) the majority of consumers are female, aged between 21 and 29 years, with a bachelor's degree, and have an income ranging from 10,001 to 20,000 Baht; 2) consumers' overall opinions on the marketing mix were at a high level ($\bar{X}=4.07$); and 3) personal factors that affect the marketing mix indicated that gender affects the marketing mix in terms of product, distribution channels, and promotion. Age impacts the marketing mix concerning product, promotion, personal factors, and physical attributes. Educational level affects the marketing mix in terms of product, price, promotion, personal factors, physical attributes, and processes. Income significantly impacts the marketing mix in terms of distribution and personal factors at the 0.05 level of significance.

Keywords: Marketing Mix, Online Shopping, Modern Trade, New Normal

บทนำ

วิกฤติทางเศรษฐกิจทั่วโลกที่ไม่เหมือนวิกฤติใดในอดีต (This time is really different) โดยมีรูปแบบของการเกิดที่ต่างจากวิกฤติอื่นในอดีต เริ่มต้นจากการแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 กลายเป็นมหาวิกฤติทางสาธารณสุขโลก ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้คน และทำให้เศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกหยุดชะงักส่งผลทำให้รายได้และกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ มีการคาดการณ์มูลค่าในปี 2564 อีคอมเมิร์ซแบบ B2C ยังคงมีมูลค่าสูงที่สุดติดต่อกันเป็นปีที่ 3 โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 2.03 ล้านล้านบาท ร้อยละ 50.59 ในขณะที่ B2B มีมูลค่าการขายออนไลน์เท่ากับ 1.09 ล้านล้านบาท ร้อยละ 27.24 และ B2G มีมูลค่า 0.89 ล้านล้านบาท ร้อยละ 22.17 ทั้งนี้รายอุตสาหกรรม 3 อันดับแรก ได้แก่ อุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง มีมูลค่า 1,628,488.05 ล้านบาท ร้อยละ 52.14 อุตสาหกรรมข้อมูล ข่าวสาร และการสื่อสาร มีมูลค่า 477,293.12 ล้านบาท ร้อยละ 15.28 และ อุตสาหกรรมการผลิต มีมูลค่า 476,328.08 ล้านบาท ร้อยละ 15.25 ทำให้ในยุคที่เทคโนโลยีก้าวเข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของทุกคนในหลายด้านไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การติดต่อสื่อสาร รวมไปถึงการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตและผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิต จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 มีผลกระทบทั้งในด้านเศรษฐกิจ สาธารณสุข และสังคม ทำให้เกิดวิธีการทำงานที่แตกต่างกันไปจากเดิมที่ทำงานในสำนักงานเปลี่ยนไปเป็นการทำงานที่บ้าน (Work From Home) ส่งผลให้อัตราการประหยัดค่าใช้จ่ายในสำนักงาน และลดความเสี่ยงที่บุคลากรจะติดเชื้อ โควิด-19 เห็นได้ว่า ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีการเติบโตของยอดขายอย่างมากในช่วงของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีพฤติกรรมฐานวิถีชีวิตใหม่ มีการสั่งซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคเริ่มมีความต้องการมากขึ้นเช่นกัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

นอกจากนี้ยังมีข้อมูลผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานมือถือของประเทศไทย พบว่า ที่ผ่านมามี Thailand Internet User Behavior 2019 คนไทยได้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดกว่า ร้อยละ 150 ส่งผลให้ปัจจุบันไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 47.5 ล้านคนของจำนวนประชาชนทั้งหมดอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องการซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน แสดงให้เห็นว่านอกเหนือจากการใช้แอปพลิเคชัน คนไทยเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมมาซื้อสินค้าออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยสินค้าที่ซื้อผ่านออนไลน์มากที่สุด คือ แฟชั่น เครื่องแต่งกาย สุขภาพความงาม อุปกรณ์ไอที ของใช้ภายในบ้าน และสั่งอาหารออนไลน์ เนื่องจากผู้บริโภคไทยต้องการความสะดวกสบาย และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น จากพฤติกรรมของคนไทยที่มีภาวะความเร่งรีบและข้อจำกัดด้านเวลาเกิดขึ้นในแต่ละวัน ทำให้

เกิดการทำงานแบบ New Normal อาจจะส่งผลทำให้ไม่มีเวลาในการซื้อสินค้าบริโภคจากสถานที่ร้านค้า ห้างร้าน คนไทยมีแนวโน้มใช้บริการสั่งอาหารทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Lineman, Food Panda, Get และ Grab โตขึ้นมากถึงร้อยละ 150 เมื่อเทียบกับปีก่อน และเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร (Delivery) เพิ่มมากขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ในประเทศไทย ซึ่งผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการ รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

บทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix :7Ps)

Kotler (1997) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) รวมแบบ 7Ps เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

Kotler (2000) ได้อธิบายการตัดสินใจซื้อไว้ว่า แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความต้องการ และตระหนักว่ามีสินค้าให้เลือกมากมาย กิจกรรมที่ผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่ หรือข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิตให้มาและสุดท้ายคือการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น

Schiffman & Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจซื้อไว้ว่า เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า โดยจะพิจารณาถึงส่วนของจิตใจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับความคิด พฤติกรรมการซื้อที่เกี่ยวข้องกับร่างกายเป็นกิจกรรมทางจิตใจและร่างกาย อาจเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งทำให้เกิดการซื้อสินค้าออนไลน์และอาจตัดสินใจซื้อตามบุคคลอื่น

วิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของ W.G. Cochran (1997) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% จำนวน 400 คน

เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามกับกลุ่มผู้บริโภคใช้ข้อคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด และตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เดลิเวอรี่ของเซเว่น อีเลฟเว่น ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้รับค่า Index of Item-Objective Congruence (IOC) (อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล, 2561) ระหว่าง 0.667 – 1.000 จำนวน 28 ข้อคำถาม และนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) โดยข้อคำถามส่วนประสมทางการตลาดจำนวน 28 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.88

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้ในการวิจัยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย 2) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย จำนวน 400 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การทดสอบความตรง (Validity) และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) แล้ว ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค อธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค อธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กำหนดการให้คะแนนการตอบแบบสอบถามดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	หมายถึง	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความคิดเห็นมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความคิดเห็นปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความคิดเห็นน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์หาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเซเว่น อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ในประเทศไทย อธิบายโดยใช้สถิติอนุมาน คือ การทดสอบค่าทีแบบอิสระ (Independent Sample t-test) สำหรับเปรียบเทียบไม่เกิน 2 กลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) สำหรับการเปรียบเทียบตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเซเว่น อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ในประเทศไทย ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 80 มีอายุระหว่าง 21 - 29 ปี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 71.10 และมีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 ตามลำดับ

2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	0.57	มาก
ด้านราคา	4.19	0.62	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.15	0.58	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.08	0.73	มาก
ด้านบุคคล	3.86	0.73	มาก
ด้านลักษณะกายภาพ	4.13	0.60	มาก
ด้านกระบวนการ	4.09	0.60	มาก
รวม	4.07	0.49	มาก

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องของราคา (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ในประเทศไทย

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	เพศ		อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้ต่อเดือน	
	T	Sig.	T	Sig.	T	Sig.	T	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	0.96	0.03*	6.18	0.00*	3.89	0.01*	2.72	0.20
ด้านราคา	-2.35	0.89	1.69	0.15	3.62	0.01*	2.06	0.70
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-2.90	0.00*	1.16	0.33	1.98	0.12	4.82	0.00*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.29	0.05*	8.38	0.00*	3.89	0.01*	2.08	0.06
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	-0.37	0.30	11.04	0.00*	20.30	0.00*	4.82	0.00*

ส่วนประสมทางการตลาด	เพศ		อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้ต่อเดือน	
	T	Sig.	T	Sig.	T	Sig.	T	Sig.
ด้านลักษณะกายภาพ	-1.74	0.84	5.25	0.00*	4.14	0.01*	1.36	0.24
ด้านกระบวนการ	-2.03	0.27	2.11	0.79	5.89	0.00*	1.73	0.12
รวม	-1.725	0.17	4.71	0.00*	0.83	0.48	2.58	0.26

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่า เพศมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด อายุมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับการศึกษามีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และรายได้มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีสื่อสารใหม่ในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ข้อมูลระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องของราคา (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพลจิตร์ สุวรรณแสง (2563) เรื่องพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งในครัวเรือนของผู้บริโภคช่วงโควิด-19 ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติรัตน์ มีมาก กิรณา แก้วสุน และ รติกร บุญสุวาท (2564) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ช่วงโควิด-19 ของบุคลากรในสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ พบว่า ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ช่วงโควิด-19 ในระดับมาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น เติลเวอรี่ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเปรมกมล หงษ์ยนต์ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน ออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาซาด้า) ด้วยกัน 2 ด้าน คือ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เช่น นำผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จัก คุณภาพของสินค้าต้องมีความเหมาะสมกับราคาขาย เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้รวดเร็วมากขึ้น
2. ด้านบุคคล ควรให้ความสำคัญในเรื่องของปัญหาในการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอป เช่น สั่งสินค้าไปแล้วแต่ของหมด หรือระบบขัดข้อง การจัดส่งสินค้าล่าช้า พนักงานควรให้ข้อมูลข่าวสารหรือโทรมาสอบถามเพื่อเปลี่ยนหรือยกเลิกสินค้าให้กับผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้าและสามารถช่วยแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้กับลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเลือกใช้เครื่องมือวิจัยอื่นควบคู่กันในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ในเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพสำหรับการเปรียบเทียบและส่งเสริมซึ่งกันและกันของข้อมูล และควรเก็บข้อมูลให้มีความครอบคลุมในด้านพื้นที่มากขึ้น รวมถึงศึกษาในเรื่องที่มีความคล้ายคลึงกันเพิ่มเติม เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. ในการวิจัยในครั้งนี้ยังพบว่ามีปัจจัยอื่น ๆ อีกจำนวนมากที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จึงควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเพิ่มเติม อาทิ ปัจจัยด้านทัศนคติ ความไว้วางใจ การมีส่วนร่วมการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์

REFERENCES

- Bank of Thailand. (2019). *World economy, Thai economy after COVID-19: World revolutionary disease. Overhaul to the future, new way of life*. Retrieved from https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/256303_CoverStory.html
- Cochran, W. G. (1997). *Sampling Techniques*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Electronic Transactions Development Agency. (2021). *ETDA reveals the value of Thai e-commerce in 2020*. Retrieved from <https://www.eta.or.th/th/pr-news/ETDA-Reveals-the-Value-of-e-Commerce-in-2021>.
- Hongyon, P. (2019). *Factors influencing the decision to purchase products through online applications (Lazada) of consumers in the digital age in Bangkok* (Unpublished Independent Study). Siam University, Bangkok.
- Kanchanawasi, S. (2001). *Traditional testing theory* (5th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management : analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). New Jersey: A Simon & Schuster company.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (The millennium ed.). New Jersey: Prentice Hall International.
- Meemak, T., Kaewsun, K. & Bunsawat, R. (2021). Factors affecting the decision to purchase products through the online system during Covid-19. of personnel at Suvarnabhumi Institute of Technology. *Academic Journal Suvarnabhumi Institute of Technology*, 7(2), 336-352.
- Ong-iam, A., & Wijitpaisarn, P. (2018). Checking the quality of research tools. *Journal of Anesthesiology*, 44(1), 36-42.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumers behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Srisa-at, B. (2010). *Preliminary research* (8th ed.). Bangkok: Suviriyasan.
- Suwansaeng, P. (2020). *Consumer product ordering behavior affects factors in the online marketing mix through the Shopee platform. In the households of consumers during COVID-19 in Bangkok* (Unpublished Master' s thesis) Ramkhamhaeng University, Bangkok.

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกสำหรับผู้ส่งออกสินค้า

อาหารแปรรูปด้วยเคลฟายเทคนิค

THE STUDY OF FACTORS AFFECTING THE EXPORT CAPABILITY OF THE PROCESSED FOOD EXPORTER BY USING DELPHI TECHNIQUE

นพพล สุวรรณทรัพย์¹ จิรวดี อินทกาญจน์²

Noppadol Suwannasap¹ Jirawadee Intakarn²

¹อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ และโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

¹Lecturer in International Business and Logistics Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala

University of Technology Thanyaburi

Tel. 092-914-7887 E-mail: Noppadol_s@rmutt.ac.th

²อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ และโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²Lecturer in International Business and Logistics Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala

University of Technology Thanyaburi

Tel. 000-000-0000 E-mail:

(Received: August 26, 2024 ; Revised: September 13, 2024 ; Accepted: September 16, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกสำหรับผู้ส่งออกอาหารแปรรูป โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกอาหารแปรรูป อันได้แก่ ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารแปรรูป ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งออก อาจารย์หรือนักวิชาการทางการส่งออก และเจ้าหน้าที่ศุลกากร รวมทั้งสิ้น 17 ราย ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการเก็บข้อมูล 2 รอบ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูลรอบแรก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และการจัดกลุ่มคำ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลรอบที่สอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของคำตอบที่ได้รับผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกอาหารแปรรูป ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักได้แก่ 1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรผู้ส่งออก 2) ปัจจัยด้านนโยบายและการสนับสนุนจาก

ภาครัฐ 3) ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ และ 4) ปัจจัยด้านสถานะตลาดและเศรษฐกิจ โดยมีปัจจัยด้านระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ปัจจัยการสนับสนุนทุนในการส่งออกสินค้า ปัจจัยด้านกิจกรรมการค้าเงินพื้ทางศุลกากร และปัจจัยด้านการลดมาตรการในการนำเข้าสินค้าของตลาดต่างประเทศ เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยหลักในแต่ละด้าน การนำปัจจัยหลักทั้ง 4 ปัจจัยมาพิจารณาเพื่อออกแบบและพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม จะช่วยเพิ่มความสามารถในการส่งออกอาหารแปรรูปให้กับผู้ประกอบการได้

คำสำคัญ: อาหารแปรรูป ความสามารถในการส่งออก เทคโนโลยี

Abstract

The objective of this research was to study factors that affect the export capability of the processed food exporters by using Delphi technique. Data were collected from a sample group of 17 people who work as processed food exporters, representatives of government agencies that related to export activities and policy, lecturers who have expertise in import and export courses, and customs officers. Purposive sampling was used as sampling technique in this research. Data were collected in 2 rounds. For the first round, in-depth interview was used to collected data, content analysis and word grouping were then used as the tools to analyze data from the in-depth interview. Questionnaire was used to collect data in the second round, mean value and inter quartile range were used as the tools to analyze the data from the questionnaire. The research results have shown the factors that affect the export capability of processed food exporters are 1) the characteristics of exporters, 2) policy and government support, 3) logistics activities, and 4) market and economy. Factors that related to the duration of business operations, supporting capital in exporting products, customs clearance activities, and reducing tariff for importing products into foreign markets were the sub-factors with the highest level of importance among the main factors in each area. Therefore, if processed food exporter focuses on these 4 factors, it will improve the export capacity of their business.

Keywords: Processed food, Export capability, Delphi Technique

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศ เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก มีเงินหมุนเวียนสูง และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายของผู้ประกอบการ จึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรม First S-Curve ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ โดยมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ และการพัฒนาในระยะสั้นและระยะกลาง ทั้งในส่วนของการบินในประเทศ และการส่งออก เพื่อเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สูงขึ้น ข้อมูลจากศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (2566) ระบุว่าทิศทางของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทยปี 2565 มีการขยายตัวในลักษณะชะลอตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า อันเนื่องมาจากการผลิตสินค้าที่รองรับคำสั่งซื้อที่มากกว่าปกติในช่วงเวลาที่ผ่านมา ทำให้การขยายตัวในอุตสาหกรรมดังกล่าวไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในเชิงลึก กลับพบว่า ทิศทางของอุตสาหกรรมดังกล่าวมีการขยายตัวในภาคส่งออกในอัตราที่เพิ่มมากขึ้น อันเป็นผลมาจากการกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา และจีน การผ่อนคลายความกังวลโควิด 19 และประเทศคู่ค้าผ่อนคลายมาตรการทางเศรษฐกิจที่มากขึ้น

ถึงแม้อุตสาหกรรมแปรรูปมีแนวโน้มในการเติบโตที่สูงขึ้น แต่ก็ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันในอัตราที่สูง มีผู้ประกอบการมากกว่า 10,000 ราย โดยส่วนใหญ่กว่า ร้อยละ 80 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปกลับพบว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ที่มีความพร้อมในการส่งออกสินค้าทั้งในเรื่องขององค์ความรู้ เทคโนโลยี และทุน ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงประสบปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกอาหารแปรรูปไปยังตลาดต่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562)

ข้อมูลจากหอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรม และสถาบันอาหารระบุว่า ผู้ส่งออกอาหารแปรรูปขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับต้นทุนในการขนส่งที่สูงขึ้น ความผันผวนทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่งสินค้า และ ปัญหาคุณภาพของสินค้าในการส่งออก (ไทยโพสต์, 2564) จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ปัญหาของผู้ประกอบการอาหารแปรรูป ในการส่งออกสินค้า ประกอบด้วย ขั้นตอนและความยุ่งยากในการส่งออก กระบวนการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ การสนับสนุนของภาคอุตสาหกรรม การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ คุณลักษณะและประสิทธิภาพของผู้ส่งออก รวมถึงความไม่เข้าใจในตลาดต่างประเทศ รวมถึงการขาดความรู้ความเข้าใจในการส่งออกที่ถูกต้อง เป็นอุปสรรคสำคัญในการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (เนตรนภา, 2558; ประภาวิทย์, 2562; นัฏฤดีและธนพร, 2562)

การศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถของผู้ส่งออกสินค้าอาหารแปรรูป รวมถึงการหาวิธีในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว จึงเป็นการพัฒนาความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการ และช่วยตอบสนองการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปได้เพิ่มมากขึ้น จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษากลุ่มสินค้าอาหารแปรรูป

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

1. แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน

โลจิสติกส์ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งสินค้า หรือบริการ รวมถึงการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ และการกระจายสินค้า จากแหล่งผลิตจนถึงแหล่งที่มีความต้องการ โดยมีจุดมุ่งหมายในการลดต้นทุน และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (ฐาปนา บุญหล้า, 2549) เช่นเดียวกับ ไชยยศ ไชยมั่นคง และ มยุขพันธ์ ไชยมั่นคง (2554) ได้ให้คำนิยามโลจิสติกส์คือ ส่วนหนึ่งของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นแผน การปฏิบัติตามแผน การควบคุมการเคลื่อนย้าย เก็บรักษาสินค้า บริการและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดบริโภคเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

Stock & Lambert (2001) ระบุถึงกิจกรรมโลจิสติกส์ว่าประกอบด้วย กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน ขององค์กร รวม 13 กิจกรรมตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงกิจกรรมโลจิสติกส์

กิจกรรมหลักขององค์กร	กิจกรรมสนับสนุนการดำเนินงาน
1. การบริการลูกค้า (Customer Service)	1. การสนับสนุนด้านอะไหล่และบริการ (Part and Service Support)
2. กระบวนการสั่งซื้อสินค้า (Order Processing)	2. การเลือกที่ตั้งโรงงาน และคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection)
3. การพยากรณ์ความต้องการสินค้า (Demand Forecasting)	3. การขนถ่ายวัตถุดิบ (Material Handling)
3. การจัดซื้อ (Purchasing)	4. การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)
5. การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management)	5. การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communication)
6. การขนส่ง (Transportation)	
7. การบริหารคลังสินค้า (Warehouse and Storage)	
8. การจัดการโลจิสติกส์แบบย้อนกลับ (Reverse Logistics)	

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าธุรกิจต่างๆ ต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการกิจกรรมหลักด้านโลจิสติกส์ขององค์กร 8 กิจกรรม และกิจกรรมสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรมี 5 กิจกรรม ซึ่งการบริหารทั้ง 13 กิจกรรมให้มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งด้านคุณภาพ ราคา และระยะเวลาในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ดีขึ้น

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เป็นการจัดการกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุปทานของสินค้าและบริการ โดยมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะเชิงบูรณาการ มีเป้าหมายที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม และตอบสนองความต้องการของตลาด การผลิต การกระจาย การส่งมอบ การสื่อสาร รวมถึงความร่วมมือทางธุรกิจ ตั้งแต่แหล่งผลิตของวัตถุดิบต้นน้ำ (Up Stream) จนถึงการส่งมอบสินค้าและการบริการปลายน้ำ (Down Stram) กระบวนการจัดการโซ่อุปทาน ประกอบด้วย กระบวนการจัดซื้อ (Procurement) การผลิต (Manufacturing) การจัดเก็บ (Storage) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) การจัดจำหน่าย (Distribution) การขนส่ง (Transportation)

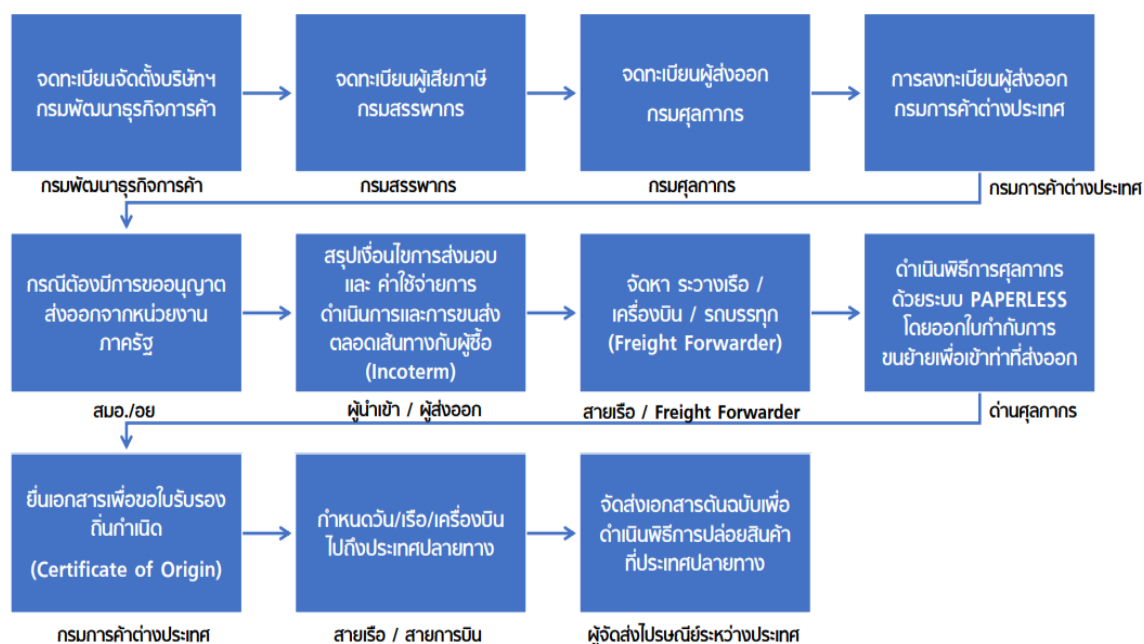
ข้อมูลด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ถูกใช้ในการพัฒนารอบคำถามสำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษากลุ่มสินค้าอาหารแปรรูป

2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและประสิทธิภาพทางการส่งออก

การส่งออก หมายถึง การจัดส่งสินค้าและบริการจากต้นทางสู่ปลายทางทั้งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศโดยผู้ส่งสินค้า จะถูกเรียกว่า “ผู้ส่งออก” ส่วนในทางการค้าระหว่างประเทศ การส่งออกหมายถึงการขายสินค้าและบริการในประเทศไปสู่ตลาดอื่น การส่งออก เป็นวิธีที่ง่ายที่สุดในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การส่งออกแบ่งเป็นการส่งออกทางตรง และการส่งออกทางอ้อม โดยการส่งออกทางตรง ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของกิจการจะเป็นผู้ส่งออกสินค้าของตนเองไปต่างประเทศโดยไม่ผ่านคนกลางใดๆ ในขณะที่การส่งออกทางอ้อม หมายถึงเจ้าของกิจการมอบหมายให้คนอื่นทำหน้าที่ในการส่งออกสินค้าแทนตนเอง (Oman, 1984)

ศิณีย์ สังข์รัมย์ (2547) ระบุถึงวิธีการส่งออกว่า การส่งออกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วิธีหลักได้แก่ การส่งออกทางตรง (Direct Exporting) เป็นการดำเนินงานส่งออกโดยผู้ผลิต ทำการติดต่อซื้อ-ขายสินค้าโดยตรงกับลูกค้าในต่างประเทศ และไม่ผ่านคนกลางในประเทศ และการส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) เป็นวิธีการส่งออกโดยการขายสินค้าผ่านคนกลางและให้คนกลางเป็นผู้ส่งออก และจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จำแนกปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกตามกลุ่มธุรกิจได้ออกเป็น 5 ประเด็นปัญหา ได้แก่ ปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาด้านบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการส่งออก ปัญหาด้านความยุ่งยากของเอกสารและขั้นตอนในการส่งออก ปัญหาด้านความแตกต่างด้านภาษาและวัฒนธรรม และปัญหาในเรื่องของข้อกีดกันทางการค้า โดยในแต่ละกลุ่มธุรกิจจะมีความรุนแรงของปัญหาในแต่ละประเด็นต่างกันไป (สสว., 2551)

ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2564) อธิบายขั้นตอนในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการ โดยแบ่งขั้นตอนหลักของการส่งออก เป็น 11 ขั้นตอนตามรูปที่ 1



ภาพที่ 1 ภาพแสดงขั้นตอนในการส่งออกสินค้า

ความสามารถในการส่งออก เป็นส่วนหนึ่งความสามารถทางการตลาดระหว่างประเทศ มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ 1. ความสามารถของตัวผลิตภัณฑ์ 2. ความสามารถด้านราคา 3. ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ และ 4. ความสามารถในการจำหน่าย และกระจายผลิตภัณฑ์ (สุจินดา, 2560) โดยการวัดความสามารถในการส่งออก มีการแบ่งรูปแบบการวัดออกเป็น การวัดความสามารถในรูปแบบนามธรรม (Subjective) หรือการวัดความสามารถแบบที่ไม่ใช่ตัวเงิน และการวัดความสามารถในรูปแบบรูปธรรม (Objective) หรือการวัดความสามารถในรูปแบบที่เป็นตัวเงิน (Sousa, 2004)

ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การพัฒนาความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม มีปัจจัยที่ส่งผลกระทบหลายปัจจัย โดยสามารถแบ่งปัจจัยดังกล่าวออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในประกอบด้วย ลักษณะโครงสร้างองค์กร ความสามารถในการผลิต ความรู้ความเข้าใจในการส่งออกสินค้า และ ความสัมพันธ์กับคู่ค้า สำหรับปัจจัยภายนอก ประกอบไปด้วย สภาพเศรษฐกิจของตลาดในประเทศและต่างประเทศ นโยบายภาครัฐและการสนับสนุนจากภาครัฐ โครงข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศของภาครัฐและเอกชน การจัดการทางด้านโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพในการดำเนินพิธีทางศุลกากร (สุจินดา, 2560; สสว., 2551; ประภาวดี, 2562)

3. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารและอาหารแปรรูป

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป หมายถึงอุตสาหกรรมที่นำผลผลิตจากภาคการเกษตร อันได้แก่ ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภค หรือนำไปใช้ในการผลิตและแปรรูปในขั้นตอนถัดไป โดยเน้นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตดังกล่าว ผ่านกระบวนการแปรรูปขั้นต้น หรือขั้นกลาง เพื่อให้เป็นสินค้าถึงสำเร็จรูป หรือขึ้นปลาย เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (กณพศ, 2564)

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น จากภาคการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศและอุตสาหกรรมการผลิตที่เน้นการส่งออก โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนาและตลาดเกิดใหม่ ที่ฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งตามภาคบริการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ขณะที่แรงกดดันจากเงินเพื่อเริ่มคลายตัวหลังจากที่ทางการประเทศต่างๆ ใช้นโยบายการเงินเข้มงวดในช่วงก่อนหน้านี้ เมื่อพิจารณาแนวโน้มในการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปในปีช่วงปี พ.ศ. 2566 – 2567 พบว่า ปริมาณการส่งออกมีอัตราส่วนที่ลดลงในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2566 และมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงเวลาที่เหลือ (ศูนย์อำนวยการเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2566)

ตลาดส่งออกอาหารแปรรูปของไทยอันดับ 1 คือ ประเทศจีน โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลงมาเป็นตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน และกลุ่มประเทศ CLMV คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14 และ 10.9 ตามลำดับ อาหารแปรรูปสำคัญที่ส่งออกไปต่างประเทศได้แก่ ผลไม้ ข้าว เนื้อไก่ น้ำตาลทราย แป้งมันสำปะหลัง อาหารสัตว์เลี้ยง ทุ่นกระป๋อง เครื่องดื่ม กุ้งแช่แข็ง และเครื่องปรุงรส อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยของ พงนิษฐ์ ศรีวิเชียร (2554) อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทยยังคงมีอุปสรรคและปัญหาหลายประการ เช่น การขาดแคลนวัตถุดิบ ปัญหาด้านกำลังคน ปัญหาด้านกฎระเบียบและข้อกีดกันทางการค้า และ ปัจจัยพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคที่ยังไม่เพียงพอกลายเป็นอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแปรรูปที่ต้องเผชิญ

4. คำถามงานวิจัย

ในการวิจัยนี้มีการพัฒนาคำถามงานวิจัยขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการอาหารแปรรูป เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะและข้อจำกัดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาพัฒนาเป็นโจทย์คำถามของงานวิจัยนี้ โดยคำถามงานวิจัยประกอบด้วย

4.1 สถานการณ์ในการส่งออกอาหารแปรรูปของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะเป็นอย่างไร และมีอุปสรรคอะไรที่ผู้ประกอบการควรระมัดระวัง

4.2 ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกใดที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกอาหารแปรรูปของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

4.3 แนวทางในการพัฒนาความสามารถในการส่งออกอาหารแปรรูปของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม มีแนวทางอย่างไร

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากร ได้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปประกอบด้วยกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูปที่ประสบความสำเร็จในการส่งออก (2) ตัวแทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกอันได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าระหว่างประเทศ หรือ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ (3) นักวิชาการ หรืออาจารย์ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป และ (4) เจ้าหน้าที่ศุลกากร

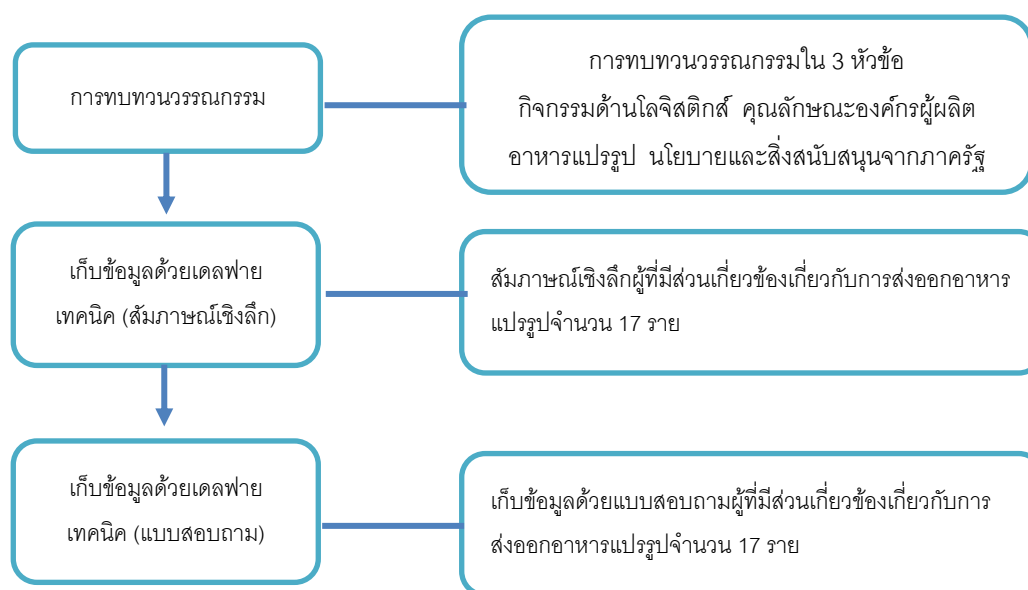
กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูปที่ประสบความสำเร็จในการส่งออกจำนวน 5 ราย โดยคัดเลือกจากผู้ที่ทำการส่งออกสินค้าประเภทอาหารแปรรูปไปต่างประเทศมาแล้วอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี ตัวแทนภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกอันได้แก่ เจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าระหว่างประเทศ หรือ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ จำนวน 5 ราย นักวิชาการหรืออาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการส่งออกสินค้า และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป จำนวน 5 ราย และ เจ้าหน้าที่ศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกอาหารแปรรูป จำนวน 2 รายรวมทั้งสิ้น 17 ราย ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมในการทำวิจัยตามเทคนิคแบบเดลฟาย (Macmillan, 1971) ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกอาหารแปรรูป หรือสินค้าที่ใกล้เคียง ไม่น้อยกว่า 3 ปี

2. เครื่องมือการวิจัยและเครื่องมือการวิเคราะห์

วิธีการวิจัยในครั้งนี้คือ วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้ เดลฟายเทคนิค ซึ่งเหมาะสมกับการศึกษาปัญหาที่ต้องการความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญหลายๆด้าน ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ อย่างน้อย 2 รอบ ได้แก่ รอบที่ 1 เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้ข้อคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured Interview) ทำการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มเป็นรายบุคคล รอบที่ 2 เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อยืนยันความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดิม วัดค่าการกระจายตัวของข้อมูลโดยใช้ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) เพื่อยืนยันความสอดคล้องของคำตอบที่ได้รับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลถูกแบ่งตามเครื่องมือในการเก็บข้อมูลอันได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ การจับกลุ่มคำ (Words Grouping) เพื่อสกัดเอาคำสำคัญของคำตอบที่ได้ และนำมาใช้ในการออกแบบ

สอบถามในการเก็บข้อมูลรอบที่ 2 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ อันประกอบไปด้วยค่า มัธยฐาน (Median) โดยใช้ค่ามัธยฐาน พิจารณาความสำคัญของข้อมูลให้ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญ จะทำการพิจารณาค่ามัธยฐานที่มีค่าตั้งแต่ 3.5 ขึ้นไป และ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Rang) ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาเฉพาะค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่มีค่าน้อยกว่า 1.50 เป็นค่าที่แสดงว่าข้อมูลมีความสอดคล้องกัน (Dalkey & Halmer, 1963) โดยวิธีการวิจัยสามารถแสดงได้ตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 วิธีในการวิจัย

ผลการวิจัย (Research Finding)

จากการเก็บข้อมูลด้วยเดลฟายเทคนิครอบที่ 1 ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกอาหารแปรรูป โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะแสดงตามประเด็นในการสัมภาษณ์เชิงลึกดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การส่งออกอาหารแปรรูป

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในการส่งออกอาหารแปรรูป ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า สถานการณ์ในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอาหารแปรรูปในปัจจุบัน (พ.ศ. 2566 – 2567) มีสัดส่วนในการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากการลดมาตรการในการส่งออกและนำเข้าสินค้าที่เข้มงวดของต่างประเทศ และการเพิ่มมาตรการในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าของหน่วยงานภาครัฐ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปในเรื่องของสถานการณ์ส่งออกสินค้า กลับพบว่า สถานการณ์ในการส่งออกสินค้า

ของผู้ประกอบการยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติ โดยเฉพาะตลาดส่งออกสินค้าในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว การแข่งขันของผู้ประกอบการในต่างประเทศที่มีการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้น และ ต้นทุนทางด้านการขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ที่เพิ่มสูงขึ้น

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกอาหารแปรรูป

เมื่อพิจารณาถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานภาครัฐ และกรมศุลกากร พบว่า (1) ความไม่เข้าใจในขั้นตอนและเอกสารการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการ (2) ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนและสภาพเศรษฐกิจของประเทศเป้าหมาย และ (3) กระบวนการขนส่งสินค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพและล่าช้า ล้วนเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป ขนาดกลางและขนาดย่อม ในขณะที่ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป พูดยังความยุ่งยากในเรื่องของ (1) กฎระเบียบข้อบังคับในการส่งออก และ (2) การขาดการสนับสนุนในเรื่องของข้อมูล และหน่วยงานที่ช่วยบริการทางด้านการส่งออกสินค้า เป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกอาหารแปรรูปของพวกเขา สำหรับข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักวิชาการ พบว่า นักวิชาการส่วนใหญ่ เห็นว่า อุปสรรคของผู้ประกอบการ ได้แก่ การขาดความรู้ความสามารถในการส่งออก ความไม่แน่นอนในเรื่องของปริมาณและคุณภาพของสินค้า การขาดประสบการณ์ในการดำเนินงาน รวมถึง การไม่มีประสิทธิภาพในการจัดการการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ เป็นอุปสรรคในการส่งออกสินค้าที่สำคัญ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหารแปรรูป

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหารแปรรูปของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหารแปรรูปประกอบด้วย (1) สถานการณ์เศรษฐกิจและการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ (2) การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้า (3) ความสามารถในการส่งออกของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (4) ประสบการณ์และองค์ความรู้ของผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูปทางด้านการส่งออกสินค้า และ (5) ความสามารถในการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการในการผลิตสินค้า เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกอาหารแปรรูปของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านบน สรุปเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยสถานะตลาดและการแข่งขัน ปัจจัยผู้ประกอบการ ปัจจัยนโยบายภาครัฐ และหน่วยงานภาครัฐ ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ตามตารางที่ 2 ด้านล่าง

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. สถานการณ์ในการส่งออกอาหารแปรรูป	External Factors	Internal Factors
1.1 การลดมาตรการความเข้มงวดในการนำเข้า – ส่งออกสินค้าในตลาดต่างประเทศ	สภาวะตลาดและการแข่งขัน	
1.2 ภาพรวมด้านเศรษฐกิจในตลาดต่างประเทศยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร	สภาวะตลาดและการแข่งขัน	
1.3 การแข่งขันในตลาดต่างประเทศที่รุนแรงขึ้น	สภาวะตลาดและการแข่งขัน	
2. อุปสรรคในการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูป	External Factors	Internal Factors
2.1 การขาดความเข้าใจในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการ		ปัจจัยผู้ประกอบการ
2.2 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	นโยบายภาครัฐ	
2.3 กระบวนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่มีประสิทธิภาพและล่าช้า	ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์	
2.4 กฎระเบียบข้อบังคับในการส่งออกในประเทศและประเทศปลายทาง	นโยบายภาครัฐ	
2.5 การขาดการสนับสนุนในเรื่องของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้า	นโยบายภาครัฐ	
2.6 ขาดการเข้าถึงหน่วยงานที่ให้การช่วยเหลือในการส่งออกสินค้า	หน่วยงานภาครัฐ	
2.7 การขาดความรู้ความสามารถในการส่งออกสินค้า		ปัจจัยผู้ประกอบการ
2.8 ความไม่แน่นอนในการควบคุมคุณภาพและปริมาณของอาหารแปรรูป		ปัจจัยผู้ประกอบการ
2.9 การขาดประสิทธิภาพในการจัดการระบบโลจิสติกส์		ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์
3. ปัจจัยสนับสนุนในการส่งออกอาหารแปรรูป	External Factors	Internal Factors
3.1 สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันของตลาดต่างประเทศ	สภาวะตลาดและการแข่งขัน	
3.2 นโยบายและการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ	นโยบายภาครัฐ หน่วยงานรัฐ	
3.3 ความสามารถในการส่งออกของผู้ให้บริการโลจิสติกส์	ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์	
3.4 ประสบการณ์ในการดำเนินการและการส่งออกของผู้ประกอบการ		ปัจจัยผู้ประกอบการ
3.5 องค์ความรู้ในการส่งออกสินค้าของผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป		ปัจจัยผู้ประกอบการ
3.6 ความสามารถในการควบคุมต้นทุนในการผลิตสินค้า		ปัจจัยผู้ประกอบการ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เบื้องต้นจะพบความแตกต่างของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามมุมมองของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม โดยนักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐให้ความคิดเห็นว่าสถานการณ์การส่งออกสินค้ามีแนวโน้มที่ดีขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการกลับมีความคิดเห็นว่าสถานการณ์ในการส่งออกยังคงไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร เช่นเดียวกับประเด็นด้านปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกอาหารแปรรูป โดยนักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐ ระบุถึงการขาดความเข้าใจในกระบวนการส่งออกอาหารแปรรูปของผู้ประกอบการ เป็นอุปสรรคสำคัญต่อความสามารถในการส่งออก ในขณะที่ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูประบุว่า การขาดการสนับสนุนจากภาครัฐกลายเป็นอุปสรรคสำคัญในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการ ในขณะที่ประเด็นปัจจัยสนับสนุนความสามารถในการส่งออกนั้น กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีความคิดเห็นเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

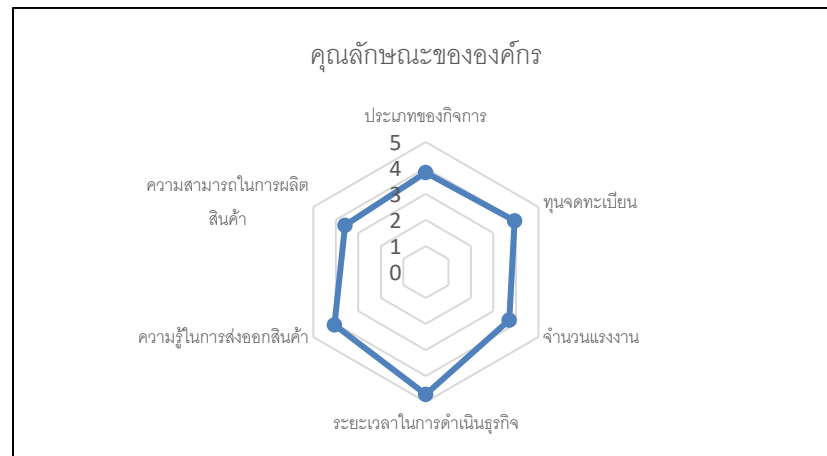
ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าว ถูกนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลด้วยเคลฟายเทคนิครอบที่ 2 กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดิม โดยแบบสอบถามดังกล่าวจะเป็นการ

ถามเพื่อยืนยันความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออก ประเด็นคำถามในแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์เนื้อหาและการจัดกลุ่มคำจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตามตารางที่ 2 โดยปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัยประกอบด้วย (1) ปัจจัยคุณลักษณะของสถานประกอบการ (2) ปัจจัยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ และ (3) ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ และ (4) ปัจจัยด้านสภาวะตลาดและเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัจจัยทั้ง 4 ด้านถูกพัฒนามาจากการวิเคราะห์เนื้อหาและการจัดกลุ่มคำตามตารางที่ 2 โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนระดับความสำคัญและแปลความหมายดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

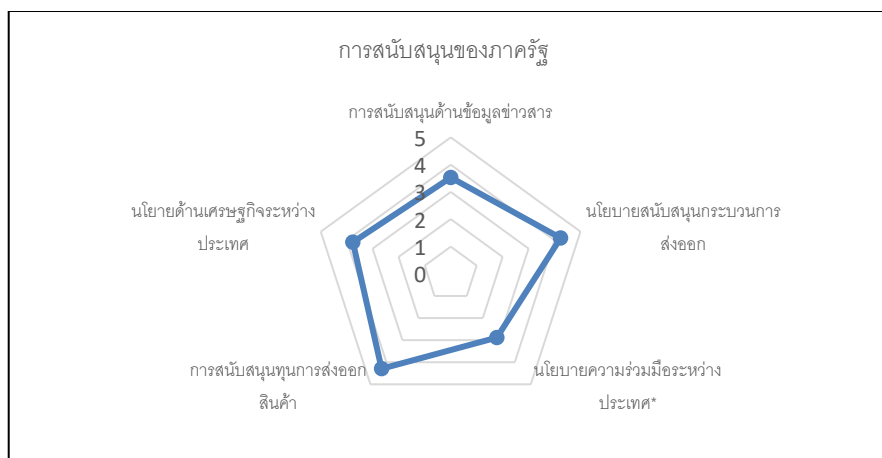
ผลการวิจัยในแต่ละปัจจัยถูกนำเสนอตามภูมิเรดาร์ (Radar Chart) เพื่อนำเสนอความแตกต่างของค่าความสำคัญในปัจจัยย่อยแต่ละข้ออย่างชัดเจน และการพิจารณาปัจจัยที่สำคัญจะทำการพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่มีค่าระดับความสำคัญ มากกว่า 3.40 ขึ้นไป ผลการวิจัยสามารถแยกตามประเด็นปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าตามความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นแยกตามปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้ (1) ประเภทของกิจการ ผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (2) ทุนจดทะเบียนของบริษัท มีค่าระดับความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกในระดับมาก คะแนนเฉลี่ยที่ 3.94 (3) จำนวนแรงงาน มีความสำคัญต่อการส่งออกในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.70 (4) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.70 (5) ความรู้ในการส่งออกสินค้า มีความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.05 และ (6) ความสามารถในการผลิตสินค้า มีความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.58 โดยทุกปัจจัยมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์น้อยกว่า 1.5 ซึ่งเป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีรายละเอียดตาม แผนภูมิเรดาร์ดังนี้



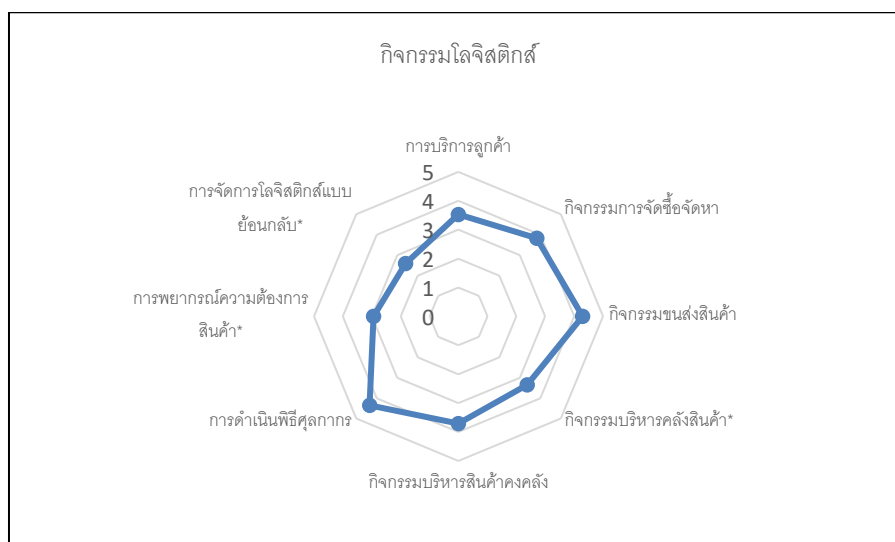
ภาพที่ 3 แผนภูมิเรดาร์ ปัจจัยคุณลักษณะขององค์กร

ปัจจัยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ มีค่าคะแนนความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้า แยกตามปัจจัยย่อยดังนี้ (1) การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าระดับความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.52 (2) นโยบายสนับสนุนกระบวนการส่งออกของภาครัฐ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้ค่าระดับความสำคัญของปัจจัยนโยบายนี้มากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.23 (3) นโยบายความร่วมมือระหว่างประเทศ มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.88* ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่าความสำคัญที่กำหนดไว้ (4) นโยบายการสนับสนุนด้านเงินทุนในการส่งออกสินค้า มีความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกในระดับมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 และ (5) นโยบายด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.76 โดยทุกปัจจัยนโยบายมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ต่ำกว่า 1.5 รายละเอียดของค่าคะแนนในภาพรวมนำเสนอผ่านแผนภูมิเรดาร์ด้านล่าง



ภาพที่ 4 แผนภูมิเรดาร์ ปัจจัยนโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐ

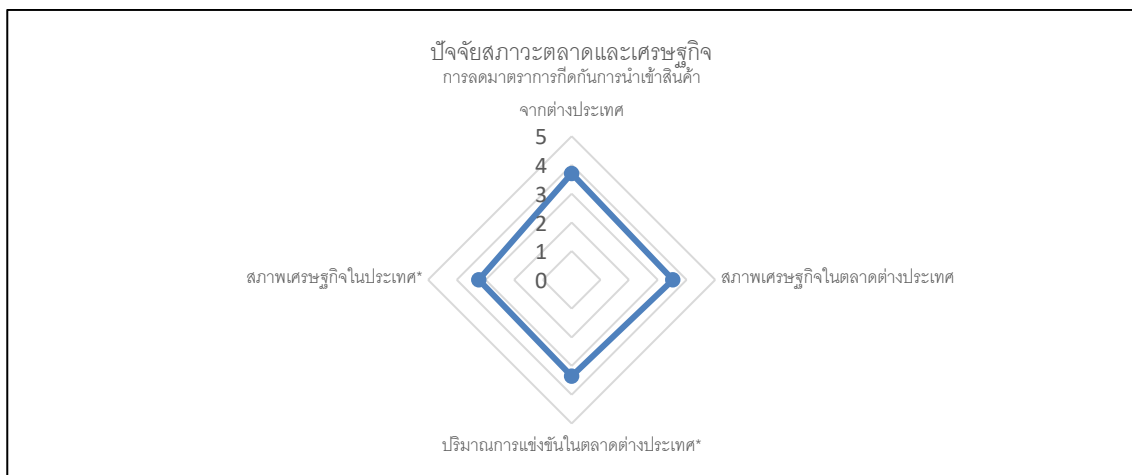
กิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกอาหารแปรรูปให้ความสำคัญ โดยปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ มีค่าคะแนนความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกแยกตามปัจจัยย่อยดังนี้ (1) กิจกรรมการให้บริการลูกค้า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญของกิจกรรมนี้ที่มีผลต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 (2) กิจกรรมการจัดซื้อจัดหา มีระดับความสำคัญในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 (3) กิจกรรมการขนส่งสินค้า มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.29 (4) กิจกรรมการบริหารคลังสินค้า มีระดับความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกอาหารแปรรูปในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.35* ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่าความสำคัญที่กำหนดไว้ (5) กิจกรรมบริหารสินค้าคงคลัง มีระดับความสำคัญในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (6) กิจกรรมการดำเนินพิธีทางศุลกากร มีความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 (7) การพยากรณ์ความต้องการสินค้า มีระดับความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.94* ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่าความสำคัญที่กำหนดไว้ และ (8) กิจกรรมการจัดการโลจิสติกส์แบบย้อนกลับ มีระดับความสำคัญต่อการส่งออกในระดับน้อย มีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.58* ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่าความสำคัญที่กำหนดไว้ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของปัจจัยย่อยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ มีค่าน้อยกว่า 1.5 ในทุกปัจจัย



ภาพที่ 5 แผนภูมิเรดาร์ ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์

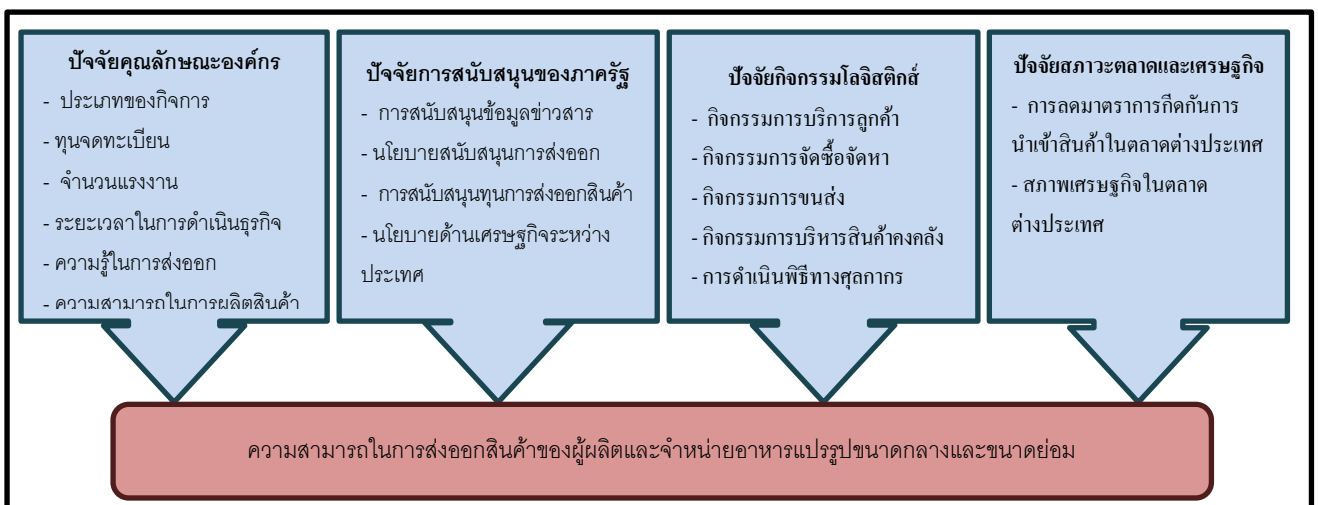
ปัจจัยด้านสภาวะตลาดและเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ใช้พิจารณาความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกของผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป โดยสามารถอธิบายระดับความสำคัญตามปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้ (1) การลดมาตรการกีดกันในการนำเข้าสินค้าของตลาดต่างประเทศ มีระดับความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.70 (2) สภาวะเศรษฐกิจในตลาดต่างประเทศ มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53 ในขณะที่

(3) ปัจจัยด้านปริมาณการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ มีระดับความสำคัญตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35* และ (4) ปัจจัยสภาพเศรษฐกิจในประเทศ มีความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.23* โดยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของปัจจัยทั้งย่อย 4 ปัจจัยมีค่าต่ำกว่า 1.5 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกันของคำตอบของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการอาหารแปรรูป



ภาพที่ 6 แผนภูมิเรดาร์ ปัจจัยด้านสภาวะตลาดและเศรษฐกิจ

จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามตามเทคนิคแบบเดลฟาย สามารถสรุปปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นว่ามีผลต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป โดยพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่มีค่าคะแนนความสำคัญมากกว่า 3.40 ขึ้นไป ได้ตามภาพที่ 7 ด้านล่าง



ภาพที่ 7 แผนภาพปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูปขนาดกลางและขนาดย่อม

อภิปรายผลและสรุป (Discussion and Conclusion)

งานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูปขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้เทคนิคแบบเคลฟาย ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 17 ราย โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็น 2 รอบ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกทำการเก็บข้อมูลในรอบแรก และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลรอบที่สอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 2 รอบแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้า ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กร ปัจจัยการสนับสนุนของภาครัฐ ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ และปัจจัยสถานะตลาดและเศรษฐกิจ

เมื่อพิจารณารายละเอียดของปัจจัยหลักในแต่ละด้าน พบว่าในปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรมีความสำคัญกับความสามารถในการส่งออกในทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยทางด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านความรู้ทางการส่งออกสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชยุทธ (2557) และ ประภาวิทย์ (2562) ที่ระบุว่าระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูป ในขณะที่ปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐ พบว่าปัจจัยย่อยเกือบทุกตัวมีความสำคัญต่อความสามารถในการส่งออกสินค้า ยกเว้นปัจจัยด้านนโยบายความร่วมมือระหว่างประเทศที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญในระดับที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการส่งออกสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชยุทธ (2557) โชติมา โชติกเสถียร และ กฤษยา มะแอ (2566) และ อมรา และสุกฤษณ์ (2563) ที่ระบุว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ในด้านการขนส่ง การดำเนินพิธีทางศุลกากร การบริหารสินค้าคงคลัง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อพิจารณารายละเอียดของปัจจัยย่อยด้านโลจิสติกส์และพบว่า กิจกรรมด้านการบริหารคลังสินค้า การพยากรณ์ความต้องการ และการจัดการโลจิสติกส์แบบย้อนกลับ มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยในระดับที่น้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ในขณะที่ปัจจัยด้านสถานะตลาดและเศรษฐกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อความสามารถทางการแข่งขันอยู่ 2 ปัจจัยได้แก่ การลดมาตรการการกีดกันการนำเข้าสินค้าในตลาดต่างประเทศ และ สภาพเศรษฐกิจในตลาดต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุจินดา (2560) โชติมา โชติกเสถียร และ กฤษยา มะแอ (2566) ที่ระบุว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในต่างประเทศ และนโยบายในการนำเข้าสินค้าในตลาดต่างประเทศส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูปขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะได้ใน 2 กลุ่มได้แก่

1. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐกิจ

ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูปจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออก โดยพิจารณาปัจจัยที่มีคะแนนความสำคัญในระดับสูง ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุของกิจการ องค์กรควรมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาในระยะเวลาหนึ่งก่อนทำการส่งออก เพื่อให้มีประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมกับการส่งออก เช่นเดียวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านการสนับสนุนจากภาครัฐโดยผู้ประกอบการต้องศึกษาและติดต่อหน่วยงานที่สนับสนุนผู้ประกอบการในการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาประสิทธิภาพทางด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ อันได้แก่ กิจกรรมการขนส่ง การดำเนินพิธีทางศุลกากร การจัดการสินค้าคงคลัง กิจกรรมในการจัดซื้อจัดหา และการให้บริการลูกค้า เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าว มีความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถทางการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป ในขณะที่ปัจจัยด้านสถานะตลาดและเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสุดท้ายที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณา โดยพิจารณาสถานะตลาดในต่างประเทศและสภาพเศรษฐกิจในตลาดต่างประเทศ เพื่อวางแผนการผลิต การจำหน่ายให้เหมาะสมกับสถานะตลาดที่เปลี่ยนไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกอาหารแปรรูป จำนวน 17 คน ทำให้ได้ข้อมูลที่จำกัด ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษากับประชากรในกลุ่มที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารแปรรูป โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อเป็นการยืนยันปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารแปรรูปโดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติในการทดสอบและยืนยัน เพื่อให้ได้ความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยที่มากขึ้น

REFERENCES

- Boonla, T. (2006). *Thailand Logistics*. Bangkok: Thai-Nichi Institute of Technology.
- Chaimunkong, C. & Chaimunkong, M. (2001). *Transportation Strategies* (2nd ed.). Bangkok: Vision Prepress.
- Chemsripong, S. (2017). Factors Affecting Export Ability of Herbal Business in Phitsanulok Province. *Journal of Business, Economics and Communications*, 12(2), 161-175.
- Dalkey, N. & Helmer, Q. (1963). An Experimental Application of the Delphi Method to the Use of Experts. *Management Science*, 9(3), 458-467.
- Dokmai, A. & Sriwilai, S. (2022). Guidelines to Increase the Efficiency of Exporting Air Freight. *Journal of Management Science Review*, 22(1), 233-240.
- Food Intelligent Center. (2023). *Thai food industry, 4th quarter, 2022 overview and 2023 trends*. Retrieved from https://fic.nfi.or.th/foodindustry_quarterlySituation-detail.php?smid=2651
- Jongsureeyapart, C. & Janapiraganit, T. (2019). Risk for Exporting Processed Fruit of Thai SME to India Market. *Journal of Social Sciences Srinakarinwirot University*, 22(1), 46-58.
- Jotikasthira1, C. & Maai, K. (2023). Efficiency Enhancement of the Export of Frozen Processed Foods to Support the Eastern Economic Corridor (EEC) Development Project by Adopting SCOR Model. *Panyapiwat Journal*, 15(3), 1-14.
- Kittipeerakij, R. (2014). Success factors in exporting processed food to support the opening of the ASEAN Community. *RMUTT Global Business and Economic Review*, 9(2), 103-115.
- Macmillan, T. T. (1971). *The Delphi technique*. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED064302.pdf>
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2008). *Guidelines for Increasing Export Capacity of SMEs*. Retrieved from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/chapter-9-20171024123942.pdf
- Oman, C. (1984). *New forms of international investment in developing countries*. Paris: OECD Development Centre.
- One Stop Service, Ministry of Commerce. (2021). *Export Process*. Retrieved from https://onestopservice.ditp.go.th/file/DB026_HS04100010.pdf

- Phuwaborirak, K. (2021). *Production structure of the Thai food industry*. Retrieved from <https://researchcafe.tsri.or.th/thai-food-industry/>
- Sangrasamee, S. (2004). *International Business and Economic Change* (2nd ed.). Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.
- Sousa, C. (2004). Export performance measurement: An evaluation of the empirical research in the literature. *Academy of Marketing Science Review*, 2004(9), 1-22.
- Sriwichian, P. (2011). *An Analysis of Processed Food Industry Patterns in Suphanburi Province* (Master's Thesis). Retrieved from <https://sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/8377/fulltext.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Stock, J. R. & Lambert, D. M. (2001). *Strategic Logistics Management* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Thaipost. (2021). *The effects of COVID-19 drag down Thai food exports in 2020 to 980 billion baht*. Retrieved from <https://www.thaipost.net/main/detail/93448>
- Tiyamani, P. (2019). *Guidelines for Increasing Export Capacity of Processed Food Products of Thai Small and Medium Enterprises to East Asia Market* (Master's Thesis). Retrieved from <http://library.tni.ac.th/thesis/upload/files/Thesis%20MBJ%202019/Prapawan%20Tiyamani%20Thesis%20MBJ%202019.pdf>
- Wailersak, N. (2015). Exporting Problems and Barriers of Thai Processed Food Products to ASEAN Markets. *Journal of Humanity and Social Science Rangsit University*, 10(18), 7-21.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย The factors influencing consumer decision-making to consume buffet meals in Thailand

สุทินา ไทยเดชา¹ จักรพงษ์ สุขพันธ์² อติสร ลิทธิเวช³ สุตาภัทร คงเกิด⁴

Sutina Thaidecha¹ Jakkapong Sukphan² Adisorn Sittivet³ Sutapat Kongkird⁴

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹Student, Faculty of Business Administration, Maejo University, Thailand

Tel. 08-0302-4736 E-mail: sutina.thaidecha@gmail.com

²อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

²Lecturer, Faculty of Business Administration, Maejo University, Thailand

Tel. 08-1152-4291 E-mail: jakkapong@mju.ac.th

³อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

³Lecturer, Faculty of Business Administration, Maejo University, Thailand

Tel. 08-1746-1635 E-mail: adisorn_sittivet@yahoo.com

⁴อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

⁴Lecturer, Faculty of Business Administration, Maejo University, Thailand

Tel. 098-283-0951 E-mail: sprightly12@hotmail.com

(Received: August 26, 2024 ; Revised: September 30, 2024 ; Accepted: October 9, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย และ 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริโภคจำนวน 400 คน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ และปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยด้านที่มีอิทธิพล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจบริโภค อาหารบุฟเฟต์

Abstract

This research aims 1) to examine the demographic factors that influence consumer decision-making to consume buffet meals in Thailand and 2) to study marketing mix factors that influence consumer decision-making to consume buffet meals in Thailand. A quantitative research methodology was employed, collecting data through online questionnaires from a sample of 400 consumers. The data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis.

The research findings indicate that demographic factors, such as age, marital status, education level, occupation, and average monthly income, significantly impact consumers' decision to consume buffet meals in Thailand. Additionally, the marketing mix factors, including promotional activities, product, process, physical presentation, and price, also influence consumer decisions, with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Demographic Factors, Marketing Mix Factors, Consumer Decision-Making, Buffet

บทนำ

อาหารมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคธุรกิจอาหาร ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูงที่สุดในประเทศ ธุรกิจอาหารไม่เพียงแต่สร้างงานให้กับประชาชนจำนวนมาก แต่ยังมีการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อย่างใกล้ชิด เช่น เกษตรกรรมและการผลิตอาหาร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทานที่สนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ นอกจากนี้ ธุรกิจอาหารยังมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้หลักของประเทศไทย ด้วยความหลากหลายและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น อาหารไทยได้กลายเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่เชื้อเชิญให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมายังประเทศไทย เพื่อลิ้มลองอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็นประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนใคร จากสถิติพบว่า การใช้จ่ายของครัวเรือนในการซื้ออาหารนอกบ้านมีสัดส่วนถึงร้อยละ 39 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับอาหาร พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการเน้นความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเข้าถึงอาหาร เช่น การใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ Food Panda และ Line Man การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่เพิ่มขึ้นในเรื่องความสะดวกและการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภค นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารการตลาดก็มีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะในยุคที่ผู้บริโภคไทยมีการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก (กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ, 2567)

ในปัจจุบันตลาดอาหารไทยกำลังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลที่พยายามผลักดันให้ "อาหารไทย" เป็น Soft Power ที่สำคัญในการสร้างจุดขายให้กับประเทศ รัฐบาลมุ่งหวังที่จะเพิ่มโอกาสในการส่งออกและขยายตลาดอาหารไทยไปยังต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น (ประทีป ช่วยเกิด, 2565) อย่างไรก็ตามในปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มคนวัยทำงานที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีเวลาที่จะประกอบอาหารที่บ้านลดลง ดังนั้นการรับประทานอาหารนอกบ้านกลายเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยร้านอาหารในประเทศไทยสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้ 1) ร้านอาหารแบบสบายๆ 2) ร้านอาหาร Fine Dining 3) ร้านอาหารแบบครอบครัว 4) ร้านอาหาร Fast-casual 5) ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด 6) รถขายอาหาร 7) ร้านอาหารแบบป๊อปปี้ 8) บาร์และผับ 9) คาเฟ่ 10) บุฟเฟต์ และ 11) Chef's Table โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2566) ระบุว่า ธุรกิจร้านอาหารในปี 2566 มีแนวโน้มเติบโตถึงมูลค่า 4.18-4.25 แสนล้านบาท เติบโตร้อยละ 2.7-4.5 จากปี 2565 จากจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 384,777 ราย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจร้านอาหารนี้มีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อเนื่องในอนาคต (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2566)

ร้านอาหารบุฟเฟต์ถือเป็นตัวเลือกในการรับประทานอาหาร เพราะสามารถทานได้ทุกเพศ ทุกวัย และมีอาหารให้เลือกหลากหลาย ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในประเทศไทย โดยมีให้เลือกในหลากหลายแบบรูปแบบ ได้แก่ ร้านอาหารบุฟเฟต์อาหารไทย อาหารเกาหลี อาหารญี่ปุ่น เป็นต้น ดังนั้นร้านอาหารบุฟเฟต์จึงกลายเป็นตัวเลือกที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร นอกจากนี้ด้วยสภาพสังคมไทยและวิถีการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่มีการขยายตัวของเมืองและการย้ายถิ่นฐานจากชนบทสู่เมือง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ส่งผลให้ร้านอาหารบุฟเฟต์ได้รับความนิยมนี้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสามารถเลือกรับประทานอาหารหลากหลายประเภทได้ในที่เดียว

อย่างไรก็ตามตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ในประเทศไทยกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งเกิดจากหลายปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและการปรับกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ การขยายตัวของตลาดโดยเฉพาะในกลุ่มชาบูและสุกี้ ซึ่งเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การเพิ่มจำนวนคู่แข่งอย่างรวดเร็ว ร้านอาหารบุฟเฟต์หลายแห่งเลือกที่จะเปิดตัวด้วยโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจและเสนอราคาที่น่าสนใจ เพื่อแข่งขันในด้านความคุ้มค่าและคุณภาพที่ผู้บริโภคต้องการ นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงไปตามการตอบสนองต่อกระแสเศรษฐกิจและความนิยมของอาหารใหม่ๆ อาทิ ชาบูหม่าล่า ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัว

อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สถานการณ์เศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตระหนักในการใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลให้ร้านอาหารต้องมีการปรับตัวยุทธ์ เช่น การนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษเพื่อดึงดูดลูกค้า อีกทั้ง การใช้เทคโนโลยีและการตลาดออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ และสร้างความน่าสนใจให้กับแบรนด์ นอกจากนี้ กระแสความคิดเห็นและรีวิวจากผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ก็ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้น ร้านอาหารจำเป็นต้องใส่ใจในคุณภาพและการให้บริการเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของตนเองในสายตาของผู้บริโภค จากปัจจัยเหล่านี้ การแข่งขันในตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์ในประเทศไทยจึงมีแนวโน้มที่จะเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์และพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมของตลาดอย่างรวดเร็ว (อัมรินทร์ ทวี, 2567)

เพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์สามารถแข่งขันได้ในระยะยาว ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค โดยเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ รวมถึงปัจจัยทางการตลาด เช่น คุณภาพของอาหาร ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการขาย (นัยยุณี คล้ายบุตร, 2563) ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การปรับตัวตามสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจะเป็นกุญแจสำคัญในการรักษาความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในประเทศไทย (ณัฐกานต์ เตียววัฒนานนท์, 2561)

ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างและชาบู นอกจากนี้ยังพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจดังกล่าว โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้คาดหวังว่าจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างและชาบูให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ได้อธิบายถึงความสำคัญของการกำหนดลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยองค์ประกอบสำคัญ เช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และปัจจัยอื่น ๆ ถือเป็นแง่มุมที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เหล่านี้มักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือหลักในการวิเคราะห์และจัดกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถระบุและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของกลุ่มลูกค้าได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ยังมีผลต่อการวางแผนการผลิต การจัดจำหน่าย การตั้งราคา และการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย Kotler and Armstrong (2018) ได้กล่าวเสริมว่าประชากรที่มีลักษณะแตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการบริโภคและการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมายได้ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเนื่อง การศึกษาของนันท์นลิน มานะสะอาด (2562) สนับสนุนแนวคิดนี้โดยพบว่าลักษณะเพศมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาบริโภคร้านอาหารมิชลินไกด์ในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ การศึกษาของวสุนธรา รตโนภาส และตรกรพร สุขเกษม (2565) ยังพบว่าปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารในตำบลคลองพิไกร จังหวัดกำแพงเพชร ในขณะที่การศึกษาของสุพรรณษา ทรงวัชรภรณ์ (2565) พบว่าสถานภาพมีอิทธิพลต่อการบริโภคร้านอาหารสุกี้ชาบูแบบไทยประเภทบุฟเฟต์ในกรุงเทพมหานครและนนทบุรี โดยเฉพาะกลุ่มที่มีสถานภาพโสดซึ่งมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นศาสตร์ที่มีความสำคัญในการกำหนดลักษณะทางประชากรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค การทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์และแบ่งกลุ่มตลาดเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ ปัจจัยที่มักถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเนื่อง และที่ตั้งที่อยู่อาศัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งในแต่ละองค์การจะใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย Kotler et. al. (2003) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่หลายองค์กรใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเดิมประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัด

จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด อย่างไรก็ตามเพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดที่มีการให้บริการเข้ามาาร่วมด้วย จึงได้พิจารณาเพิ่มอีก 3 ปัจจัย ได้แก่ บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ที่เรียกว่า 7Ps นอกจากนี้ Kotler and Armstrong (2018) ได้ระบุว่า ส่วนประสมการตลาดหรือ 7Ps Marketing Mix คือกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ร่วมกันอย่างสอดคล้อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดผ่านกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ เพื่อใช้ในการดำเนินการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process) ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ วรณิศา เสาวรส (2564) ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของร้านย่างเนย สาขาราชวมงคลคลอง 6 ในเขตคลองหลวง จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สามารถนำมาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนการตลาด เพื่อกำหนดแนวทางในการทำกลยุทธ์ตลาดในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการให้แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ในประเทศไทย ซึ่งหากผู้ประกอบการนำเสนอการให้บริการในปัจจุบันปัจจัยหนึ่งที่ไม่เหมาะสมอาจนำมาซึ่งความเสียเปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านนำมาศึกษาถึงอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

Johnston (2013) ได้อธิบายว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญยิ่งก่อนที่ผู้บริโภคจะทำการซื้อสินค้า หรือบริการใด ๆ ดังนั้น องค์การธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับขั้นตอนนี้ เนื่องจากกระบวนการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญในการปรับกลยุทธ์ทางการขายให้สอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคอีกด้วย Kotler และ Keller (2006) ได้เพิ่มเติมว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างยิ่ง การทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคช่วยให้องค์กรสามารถคาดการณ์และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการตัดสินใจนี้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ ซึ่งผู้ประกอบการควรพิจารณาและวิเคราะห์อย่างละเอียดเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดและการขายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม Flom (2011) ได้เสนอว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยขั้นตอนหลักเพิ่มเติม ได้แก่ การใช้งาน การซื้อซ้ำ และการสนับสนุน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างลูกค้ากับองค์กร จากการ

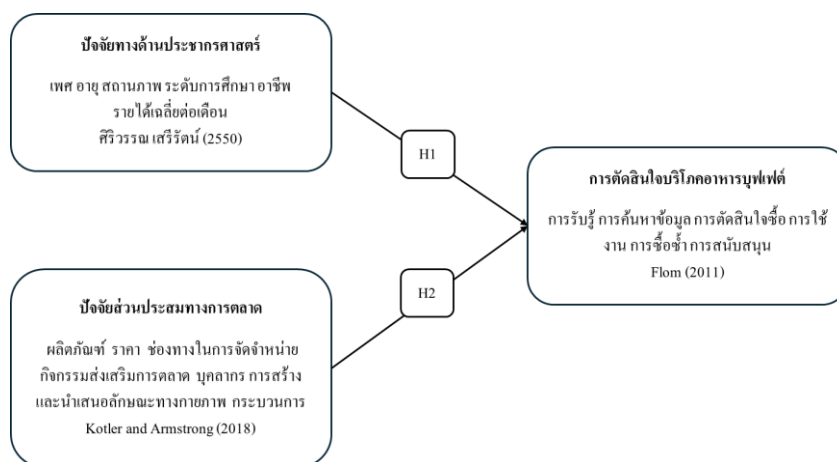
ทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงนำปัจจัยการรับรู้ การค้นหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ การใช้งาน การซื้อซ้ำ และการสนับสนุน นำมาศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น และสามารถกำหนดเป็นสมมติฐาน และกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐาน 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังต่อไปนี้

- H1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน
- H1.2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน
- H1.3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน
- H1.4 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน
- H1.5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน
- H1.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน
- H1.7 ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน

สมมติฐาน 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังต่อไปนี้

- H2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย
- H2.2 ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย
- H2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย
- H2.4 ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย
- H2.5 ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย
- H2.6 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย
- H2.7 ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือประชากรในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้อ้างอิงจากการคำนวณของคอแตรน (W.G. Cochran, 1953) ซึ่งระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 ตามสูตรคำนวณต่อไปนี้

$$n = \frac{P(1 - P)z^2}{e^2}$$

โดยที่ n คือ จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่มโดยผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 0.5

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ โดยผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 1.96

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นได้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดไว้ที่ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.05(1 - 0.05)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$n = 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

เพื่อความแม่นยำจากการวิเคราะห์ข้อมูลให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมดเป็น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

1. เป็นคำถามคัดกรองคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้เลือกเพียงคำตอบเดียว คือ ท่านเคยรับประทานอาหารประเภทอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างและชาบู “ใช่” หรือ “ไม่ใช่”

2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนคำถามทั้งหมด 6 ข้อที่พัฒนามาจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) โดยแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ โดยใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องในการจัดจำหน่าย ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการหรือขั้นตอน ที่พัฒนามาจาก Kotler and Armstrong (2018) รวมทั้งหมด 21 ข้อ โดยแต่ละด้านจะมีตัวแปรย่อยทั้งหมด 3 ข้อ

4. คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคของผู้บริโภคหรือกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการใช้งาน ด้านการซื้อซ้ำ และด้านการสนับสนุน ที่พัฒนามาจาก Flom (2011) รวมทั้งหมด 18 ข้อ โดยแต่ละด้านจะมีตัวแปรย่อยทั้งหมด 3 ข้อ

โดยคำถามในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 4 = เห็นด้วย, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = ไม่เห็นด้วย และ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการแปลความหมายเกณฑ์การให้ คะแนนของค่าเฉลี่ย ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยยึดเกณฑ์ที่ได้จากสูตรคำนวณระดับชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.8 \text{ คะแนนเฉลี่ย}\end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 กำหนดให้อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 กำหนดให้อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 กำหนดให้อยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.65 กำหนดให้อยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 กำหนดให้อยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) สำหรับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ภูมิภาค เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องในการจัดจำหน่าย ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการหรือขั้นตอน และการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 การตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทยจำแนกตามเพศ วิเคราะห์ด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 การตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภค วิเคราะห์ด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

$$CUS = \beta_0 + \beta_1 P_1 + \beta_2 P_2 + \beta_3 P_3 + \beta_4 P_4 + \beta_5 P_5 + \beta_6 P_6 + \beta_7 P_7 + e_i$$

เมื่อ CUS = ค่าของตัวแปรตาม (การตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์)

β_0 = ค่าคงที่สัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระในสมการ

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$ และ β_7 = สัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระในสมการ

P_1 = ค่าของตัวแปรอิสระ (ด้านผลิตภัณฑ์)

P_2 = ค่าของตัวแปรอิสระ (ด้านราคา)

P_3 = ค่าของตัวแปรอิสระ (ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย)

P_4 = ค่าของตัวแปรอิสระ (ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด)

P_5 = ค่าของตัวแปรอิสระ (ด้านบุคลากร)

P_6 = ค่าของตัวแปรอิสระ (ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ)

P_7 = ค่าของตัวแปรอิสระ (ด้านกระบวนการ)

e_i = ค่าความคลาดเคลื่อน (Error or Residual)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.0 มีอายุระหว่าง 18-28 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.8 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 77.8 ในด้านการศึกษา พบว่ามีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.8 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน หรือ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.8 และอาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 29.3

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

		ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เพศ	ชาย	124	31.0
		หญิง	276	69.0
2	อายุ	18 – 28 ปี	243	60.8
		29 – 39 ปี	86	21.5
		40 – 49 ปี	38	9.0
		50 – 59 ปี	13	3.3
		60 ปีขึ้นไป	22	5.5
3	สถานภาพการสมรส	โสด	311	77.8
		สมรส	49	12.3
		ม้าย/หย่าร้าง	40	10.0
4	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	43	12.7
		ปริญญาตรี	275	68.8
		ปริญญาโท	40	10.0
		ปริญญาเอก	42	10.5
5	อาชีพ	รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	30	7.5
		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	46	11.5
		พนักงานบริษัทเอกชน	36	9.0
		พนักงานอัตราจ้างหน่วยงานราชการ	17	4.3
		รับจ้างอิสระ	35	8.8
		นักเรียน หรือ นักศึกษา	206	51.5

		ว่างงาน	12	3.0
		เกษียณอายุ	18	4.5
6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	187	46.8
		10,001 – 20,000 บาท	100	25.0
		20,001 – 30,000 บาท	35	8.8
		30,001 – 40,000 บาท	21	5.3
		40,001 – 50,000 บาท	11	2.8
		มากกว่า 50,001 บาท	46	11.5
7	ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	กรุงเทพและปริมณฑล	114	28.5
		ภาคกลาง	58	14.5
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	68	17.0
		ภาคเหนือ	119	29.3
		ภาคใต้	41	10.3
รวม			400	100.00

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	0.93	เห็นด้วยมาก	2
ด้านราคา	3.86	0.95	เห็นด้วยมาก	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	0.90	เห็นด้วยมาก	6
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	3.69	0.97	เห็นด้วยมาก	5
ด้านบุคลากร	3.86	0.93	เห็นด้วยมาก	4
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ	3.91	0.93	เห็นด้วยมาก	1
ทางกายภาพ				
ด้านขั้นตอนหรือกระบวนการ	3.88	0.93	เห็นด้วยมาก	3
รวม	3.748	1.042	เห็นด้วยมาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ได้รับความสำคัญสูงสุดคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.93) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.93) และด้านขั้นตอนหรือกระบวนการ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.93) นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านราคา ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.95) และด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.93) มีความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับรองลงมาได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.97) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านการรับรู้	3.78	0.94	เห็นด้วยมาก	6
ด้านการค้นหาข้อมูล	3.90	0.94	เห็นด้วยมาก	3
การตัดสินใจซื้อ	3.83	0.92	เห็นด้วยมาก	5
การใช้งาน	3.99	0.92	เห็นด้วยมาก	2
การซื้อซ้ำ	4.06	0.97	เห็นด้วยมาก	1
การสนับสนุน	3.87	0.91	เห็นด้วยมาก	4
รวม	3.89	0.81	เห็นด้วยมาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า การตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ได้รับความสำคัญสูงสุดคือ ด้านการซื้อซ้ำ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.97) รองลงมาคือการใช้งาน ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.92) ด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.94) ด้านการสนับสนุน ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.91) ในขณะที่การตัดสินใจซื้อที่มีค่าเท่ากับ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.92) และปัจจัยที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.94)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

		การตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์		
ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์		T/F	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	เพศ	1.29	0.195	ไม่แตกต่าง
2	อายุ	6.39	0.000	แตกต่าง
3	สถานภาพการสมรส	6.77	0.001	แตกต่าง
4	ระดับการศึกษา	2.83	0.038	แตกต่าง
5	อาชีพ	3.89	0.000	แตกต่าง
6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.59	0.161	แตกต่าง
7	ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	3.26	0.012	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ที่ไม่แตกต่างกัน ($T = 1.29$, $p\text{-value} = 0.195$) ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน ($F = 6.39$, $p\text{-value} = 0.000$) ผู้บริโภคที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน ($F = 6.77$, $p\text{-value} = 0.001$) ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน ($F = 2.83$, $p\text{-value} = 0.038$) ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน ($F = 3.89$, $p\text{-value} = 0.000$) ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ที่ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.59$, $p\text{-value} = 0.161$) และผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์แตกต่างกัน ($F = 3.26$, $p\text{-value} = 0.012$)

สมมติฐาน 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

การตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย					
	B	SE	β	T	p-value
ค่าคงที่	1.195	0.139		8.587	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.081	0.055	0.256	1.475	0.012
ด้านราคา	0.058	0.057	0.082	1.020	0.008
ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	0.045	0.053	0.050	0.850	0.396
ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	0.217	0.050	0.259	4.371	0.000
ด้านบุคลากร	-0.002	0.062	-0.002	-0.027	0.979
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	0.203	0.063	0.232	3.252	0.001
ด้านกระบวนการ	0.219	0.059	0.250	3.739	0.000
F		59.008			
R		0.716			
R Square (R^2)		0.513			
Adjusted R Square (Adjusted R^2)		0.504			

หมายเหตุ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าตัวแปรด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มี 5 ด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เข้าสู่สมการถดถอยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.716 ($R = 0.716$) และ ค่าอำนาจในการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว ร้อยละ 50.40 (Adjusted $R^2 = 0.504$) โดยด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ได้แก่ 1) ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.259$, p-value = 0.014) 2) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.256$, p-value = 0.012) 3) ด้านกระบวนการ ($\beta = 0.250$, p-value = 0.000) 4) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\beta = 0.232$, p-value = 0.001) และ 5) ด้านราคา ($\beta = 0.082$, p-value = 0.008) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ในขณะที่ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.050$, p-value = 0.396) และด้านบุคลากร ($\beta = -0.002$, p-value = 0.979) ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐานได้ดังนี้

$Z = 0.259$ (กิจกรรมส่งเสริมการตลาด) + 0.256 (ผลิตภัณฑ์) + 0.250 (กระบวนการ) + 0.232 (การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ) + 0.082 (ราคา)

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทยสามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.0 มีอายุระหว่าง 18-28 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.8 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 77.8 ในด้านการศึกษา พบว่ามีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.8 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน หรือ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.8 และอาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 29.3

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรายด้านทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2) ด้านผลิตภัณฑ์ 3) ด้านขั้นตอนหรือกระบวนการ 4) ด้านราคา 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 7) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

3. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจ

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่าการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภค ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรายด้านทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ด้านการซื้อซ้ำ 2) ด้านการใช้งาน 3) ด้านการค้นหาข้อมูล 4) ด้านการสนับสนุน 5) ด้านการตัดสินใจซื้อ และ 6) ด้านการรับรู้ ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเพศ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิชยา ทองลัมภ์ (2559) ที่ระบุว่าเพศไม่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อาริณันท์ วรรณวนพันธุ์ (2564) ที่พบว่าเพศไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง เนื่องจากความหลากหลายของ

อาหารและรูปแบบการบริการในร้านบุฟเฟต์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกเพศ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกอาหารตามความพึงพอใจโดยไม่มีการแบ่งแยกตามเพศ ในทางกลับกัน ปัจจัยด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ วสุนธรารัตโนภาส (2565) และ กรรณยา เสริมศักดิ์ศิริ (2563) ที่พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค โดยผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมักมีความต้องการและความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่อายุน้อยมักให้ความสำคัญกับประสบการณ์ใหม่ๆ ในการรับประทานอาหาร ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีอายุสูงขึ้นมักเน้นคุณภาพและความสะดวกสบายมากกว่า

ปัจจัยด้านสถานภาพการสมรส เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณยา ทรงวัชรภรณ์ (2565) และ อรินันท์ วรรณพันธุ์ (2564) ที่พบว่าสถานภาพการสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดมักมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส เนื่องจากความยืดหยุ่นในด้านเวลาและการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด ขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพสมรสอาจต้องพิจารณาถึงภาระหน้าที่ทางครอบครัวและการเงินก่อนตัดสินใจใช้บริการ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณยา ทรงวัชรภรณ์ (2565) และ กรรณยา เสริมศักดิ์ศิริ (2563) ที่ระบุว่าระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามักให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและประสบการณ์ที่เรียบง่าย ขณะที่กลุ่มที่มีการศึกษาระดับสูงขึ้นมักคาดหวังคุณภาพและการบริการที่ซับซ้อนมากขึ้น

ในส่วนของ ปัจจัยด้านอาชีพ พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุพรรณยา ทรงวัชรภรณ์ (2565) และ กมลวรรณ ช้างเล็ก (2559) ที่ชี้ให้เห็นว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค โดยกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษามีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือข้าราชการ แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อข้อจำกัดและความต้องการในการบริโภคอาหารในร้านบุฟเฟต์ ปัจจัยด้านรายได้ ต่อเดือน เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ สุดา ประสมพงศ์ (2564) และ อรินันท์ วรรณพันธุ์ (2564) ที่พบว่ารายได้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค โดยผู้ที่มีรายได้สูงกว่ามักมีแนวโน้มที่จะเลือกบริการที่มีคุณภาพและราคาสูงกว่า ขณะที่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าจะให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการใช้จ่าย สุดท้าย ปัจจัยด้านภูมิภาคที่อยู่อาศัย ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dudziak et al. (2023) และ Van Leeuwen & Rietveld (2010) ที่พบว่าสถานที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของแฟรนไชส์และบริการบุฟเฟต์ที่มีอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารบุฟเฟต์ได้โดยง่าย

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยด้านที่มีอิทธิพล ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด 2) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 3) ปัจจัยด้านกระบวนการ 4) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ 5) ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติ วัตถุดิบที่สดสะอาด และความหลากหลายของเมนู มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนัยยุณี คล้ายบุตร (2563) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูในกรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาวลี สิริพิทยาไพศาล (2562) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารในร้านอาหารญี่ปุ่น โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความหลากหลายของอาหาร ซึ่งคุณภาพของวัตถุดิบและความสดใหม่สามารถเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน ในส่วนของ ปัจจัยด้านราคา ราคาที่สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับคุณภาพและปริมาณอาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ในประเทศไทย ซึ่งผู้บริโภคมักจะพิจารณาปัจจัยด้านราคาร่วมกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งงานวิจัยของอกนิษฐ์ เชยคำดี (2560) และธนพล อมรกิจจา (2564) ชี้ให้เห็นว่า การตั้งราคาที่สมดุลกับคุณภาพและปริมาณอาหารเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเห็นว่าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารบุฟเฟต์ ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤติ ชุมหัทธจร (2564) และนัยยุณี คล้ายบุตร (2563) ที่พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เนื่องจากปัจจุบันมีการขยายตัวของบริการเดลิเวอรี่และเฟรนไชส์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารได้โดยง่ายและไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้าน ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์และการทำโปรโมชั่น มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Facebook, Instagram และ Line ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนัยยุณี คล้ายบุตร (2563) และเบญจรัตน์ รุ่งเรือง (2564) ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาด เช่น การใช้โปรโมชั่นและการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

ในทางกลับกัน ปัจจัยด้านบุคลากรไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ เนื่องจากลักษณะของการให้บริการที่เน้นการบริการตนเอง ซึ่งผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของดุริยา

รัตนดำรงอักษร และคณะ (2566) ที่พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในธุรกิจร้านอาหารแบบบริการ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตติญาภรณ์ พิศาลวราพงศ์ (2559) ที่พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในบางธุรกิจ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน เช่น การจัดตกแต่งร้านที่มีความสวยงามและเป็นระเบียบมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการดึงดูดผู้บริโภค โดยร้านที่มีลักษณะทางกายภาพที่ดีสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของครุชา รัตนดำรงอักษร และคณะ (2566) และสุดา ประสมพงศ์ (2564) ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดตกแต่งร้านและอุปกรณ์บริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค สุดท้ายปัจจัยด้านกระบวนการหรือขั้นตอนการบริการ เช่น การให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างชัดเจน ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของลักขณ ยอดแก้ว (2565) และนัยยุณี คล้ายบุตร (2563) ที่ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. เนื่องจากเพศไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ ร้านอาหารควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มความหลากหลายของอาหารและคงคุณภาพวัตถุดิบที่สูง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าทุกเพศ โดยไม่จำเป็นต้องเน้นการปรับเปลี่ยนเมนูตามเพศของผู้บริโภค ซึ่งความหลากหลายของเมนูจะช่วยเพิ่มโอกาสในการตอบโต้ลูกค้าได้กว้างขึ้น

2. เนื่องจากอายุและอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ ร้านอาหารควรพิจารณาการออกแบบโปรโมชั่นและกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับช่วงอายุและอาชีพของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเสนอโปรโมชั่นสำหรับกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานที่ชอบประสบการณ์ใหม่ๆ และการเน้นคุณภาพและความสะอาดสบายสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากขึ้นหรือกลุ่มที่มีรายได้สูง เพื่อเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรสำรวจเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค เช่น ความถี่ในการใช้บริการ และแรงจูงใจที่แท้จริงในการเลือกบุฟเฟต์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปพัฒนาการบริการและกลยุทธ์ทางการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

2. จากผลการวิจัยที่แสดงว่าปัจจัยด้านภูมิภาคที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อสำรวจความแตกต่างระหว่างภูมิภาคหรือจังหวัดในแง่ของพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงกลุ่มรายได้ที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อหาข้อสรุปที่ชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่อยู่อาศัยและรายได้กับการเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์

REFERENCES

- Amarin TV. (2024). *End of the Hotpot Buffet Legend: Lessons from the Departure of the Famous Hotpot Brand*. Retrieved from <https://www.amarintv.com/spotlight/business-marketing/detail/68403>
- Amornkitcha, T. (2021). *Factors Affecting the Decision of Choosing a Grill Restaurant in Bangkok* (Master's thesis, Bangkok University). Retrieved from <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4918/1/thanapon.amor.pdf>
- Chuaykoet, P. (2022). *Thai Food: "Thailand's Soft Power to Global Soft Power"*. Retrieved from <https://rsdi.kku.ac.th>
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Dudziak, A., Stoma, M., & Osmólska, E. (2023). Analysis of Consumer Behaviour in the Context of the Place of Purchasing Food Products with Particular Emphasis on Local Products. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2413. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032413>
- Flom, J. (2011). *The value of customer journey maps: A UX designer's personal journey*. Retrieved from <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2011/09/the-value-of-customer-journey-maps-a-ux-designers-personal-journey.php>
- Johnston, E. (2013). *5 steps to understanding your customer's buying process*. New York: McGraw-Hill.
- Kasikorn Research Center. (2022). *The value of the restaurant business expands in 2022 - 2023 amid challenges of cost and profitability for operators*. Retrieved from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/restaurant-z3352.aspx>
- Khlaybud, N. (2020). *The Decision to Choose a Shabu Buffet Restaurant of the Population in Bangkok*. Retrieved from <https://mmm.ru.ac.th/mmm/is/sat18/6314060095.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Armstrong, G. (2003). *Marketing management* (13th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Mansa-ard, N. (2019). *Factors Affecting the Repeat Purchase Intention of Michelin Guide Restaurant of Consumers in Bangkok* (Independent Study, Bangkok University). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4205/3/nannalin_mans.pdf

- Namkuntsee, N. (2019). *The Attitude and The Marketing Mix Factors Relating to the Decision Making in Thai Food Cooked at Food Center in Bangkok Province* (Master's thesis, Sripatum University). Retrieved from <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/7462?locale=th>
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *Report on the state of Thai society*. Retrieved from https://www.nesdc.go.th/more_news.php?cid=1005
- Prasompong, S. (2021). *The Decision to Choose Buffet Restaurant Services of the Population in Songkhla Province*. Retrieved from <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt16/6414991065.pdf>
- Ratanopas, W., & Sukkasem, T. (2022). Food Consumption Behavior in the People of Khlong Phikrai Sub-district, Phrankratai District, Kamphaeng Phet Province. *Rajabhat Rambhai Barni Research Journal*, 16(1), 58-65. Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RRBR/article/view/258651>
- Rattanadumrongaksorn, D., Ruendtong, N., & Jundat, W. (2023). The Service Marketing Mix that Affecting Decision Making on Bubble Milk Tea from Food Truck in Pak Nam Pran Sub-Area, Pranburi District, Prachuab Khiri Khan Province. *Srinakharinwirot Business Journal*, 14(2), 48-63. Retrieved from <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/15518/12660>
- Rungruang, B. (2021). *Service marketing mix, brand image, and word-of-mouth communication that influence the decision to choose a Shubu buffet restaurant in Bangkok* (Independent Study, Bangkok University). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4833/3/benjarat_rung.pdf
- Saowaros, W. (2021). *Study of Consumer Behavior and Marketing Mix Factors Affecting the Consumption of "Yang Noey" Buffet Restaurant (Rajamangala Klong 6 Branch) in Khlong Luang District* (Independent Study, Bangkok University). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4871/1/wannisa_saow.pdf
- Serirat, S. (2007). *Marketing management: Demographic characteristics*. Bangkok: Piriya Wittaya and Sight Print.
- Sermasaksatorn, K. (2018). *Behavior and Marketing mix that affects the Selection Shabushi buffet restaurant service for employees in Amata Nakorn Industrial Estate*. Retrieved from <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-8/6114154027.pdf>

- Songwatcharaporn, S. (2022). *Factors Impacting Customer Satisfaction with Thai Suki Shabu Services in Bangkok and Nonthaburi* (Independent study, Mahidol University]. Retrieved from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4939/1/TP%20BM.102%202565.pdf>
- Thonglup, V. (2016). *Factors Affecting to Service Satisfaction on Shabu Restaurants in Bangkok & Perimeter Area* (Independent Study, Thammasat University). Retrieved from http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030303_5820_4261.pdf
- Tieowattananon, N. (2018). *Perceived Brand Equity, Trust and Service Quality on Consumer's Repurchase Intentions of Shabu Restaurants in Bangkok* (Independent Study, Bangkok University). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4065/3/nattakarn_tieo.pdf
- Trade Policy and Strategy Office. (2024). *Guidelines for the Development of Thailand's Food Service Business*. Retrieved from <https://uploads.tpso.go.th>
- Van-Leeuwen, E. S., & Rietveld, P. (2010). Spatial Consumer Behaviour in Small and Medium-sized Towns. *Regional Studies*, 45(8), 1107-1119.
<https://doi.org/10.1080/00343401003713407>
- Weerayanphan, A. (2021). *Factors Affecting Behavior of Eating Grilled Buffet of Consumers in Bangkok Metropolitan Region in the Situation of COVID-19* (Independent Study, Dhurakij Pundit University). Retrieved from <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Areenan.Weer.pdf>
- Yodclaew, L. (2022). Factors Affecting Decision-Making on Choosing Grilled-Style Buffet Restaurants of Consumers in Khon Kaen Province. *NEU Academic and Research Journal*, 12(2), 117-127. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/253246>

เศรษฐศาสตร์อาชญากรรมไซเบอร์: สถานะองค์ความรู้และการวิจัยในอนาคต

The Economics of Cybercrime: State of Knowledge and Future Research

นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์¹Nitiphong Songsrirote¹¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ สาขา เศรษฐศาสตร์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม¹Assistant Professor in Economics, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Tel. 09-9961-4995 E-mail: nitiphong.s@msu.ac.th

(Received: August 29, 2024 ; Revised: September 18, 2024 ; Accepted: October 8, 2024)

บทคัดย่อ

อาชญากรรมทางไซเบอร์เป็นภัยคุกคามที่สำคัญต่อเศรษฐกิจ ความมั่นคง และความเป็นอยู่ของสังคมไทย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ความยากจน และการว่างงาน เป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่ผลักดันให้คนหันไปสู่อาชญากรรมทางไซเบอร์ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยที่มองว่าเป็นวิธีหนึ่งในการสร้างความมั่นคงทางการเงิน การศึกษาแม้จะช่วยลดอัตราอาชญากรรม แต่เมื่อผนวกกับทักษะทางเทคนิคก็อาจนำไปสู่การโจมตีทางไซเบอร์ที่ซับซ้อนได้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แม้จะช่วยเพิ่มการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ก็เปิดช่องทางใหม่ให้อาชญากรรมทางไซเบอร์ ประเทศไทยมีความเสี่ยงสูงจากการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย การเชื่อมต่อ broadband ที่รวดเร็ว และระดับความรู้ทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน แม้จะมีกฎหมายความปลอดภัยทางไซเบอร์และการจัดตั้งหน่วยงานบังคับใช้เฉพาะทางแล้ว แต่ความท้าทายยังคงมีอยู่เนื่องจากภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ในไทยนั้นรุนแรง นำไปสู่การสูญเสียทางการเงิน ลดการลงทุนจากต่างประเทศ และลดความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อรับมืออย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของอาชญากรรมทางไซเบอร์ และการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อสร้างอนาคตดิจิทัลที่ปลอดภัยสำหรับประเทศไทย

คำสำคัญ : เศรษฐศาสตร์อาชญากรรมไซเบอร์, ความปลอดภัยทางไซเบอร์, เศรษฐกิจ

Abstract

Cybercrime poses a significant threat to Thailand's economy, security, and societal well-being. Economic factors such as income inequality, poverty, and unemployment are key drivers that push individuals toward cybercrime, particularly among low-income groups who perceive it as a means of financial stability. While education can help reduce crime rates, when coupled with technical skills, it can also lead to more sophisticated cyberattacks. Technological advancements, though beneficial for economic growth, create new avenues for cybercriminals. Thailand is highly vulnerable due to widespread internet usage, fast broadband connections, and varying levels of technological literacy. Despite the presence of cybersecurity laws and specialized enforcement agencies, challenges remain due to the ever-evolving nature of cyber threats. The economic impact of cybercrime in Thailand is severe, leading to significant financial losses, reduced foreign investment, and diminished trust in digital platforms. To effectively combat this issue, further research on the economic and technological drivers of cybercrime, as well as international collaboration, is essential to create a secure digital future for Thailand

Keywords: *Economics of Cybercrime, Cybersecurity, Economy*

บทนำ

สถานการณ์อาชญากรรมในประเทศไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มหลายประการที่น่ากังวล โดยสะท้อนถึงปัญหาที่มีมาอย่างยาวนานและความท้าทายที่เกิดขึ้นใหม่ แม้ว่าอัตราอาชญากรรมโดยรวมจะมีความผันผวน แต่อาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด อาชญากรรมทางการเงิน อาชญากรรมไซเบอร์ และความรุนแรง ยังคงเป็นปัญหาสำคัญที่ทำลายการบังคับใช้กฎหมายและสังคมโดยรวม

หนึ่งในความกังวลที่สำคัญที่สุดยังคงเป็นปัญหาอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด การค้ายาเสพติดยังคงเป็นปัญหาใหญ่ในประเทศไทย โดยประชากรในเรือนจำส่วนใหญ่เป็นผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด แม้ว่ารัฐบาลจะพยายามแก้ไขปัญหานี้ แต่ก็ยังประสบความสำเร็จอย่างจำกัด และอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดยังคงเป็นจุดเด่นของภาพรวมอาชญากรรมทั้งหมด นอกจากนี้ อาชญากรรมข้ามชาติ เช่น การค้ามนุษย์และการลักลอบขนของผิดกฎหมาย ยังคงเป็นปัญหาใหญ่ โดยเฉพาะบริเวณชายแดนของประเทศไทย (Worldmetrics, 2024)

อาชญากรรมทางการเงินเป็นอีกหนึ่งด้านที่น่ากังวล ประเทศไทยเผชิญความท้าทายในการต่อสู้กับการฟอกเงินและอาชญากรรมทางการเงินอื่น ๆ โดยสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

(ปปง.) มีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ แม้ว่าจะมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานมาตรฐานสากล แต่ประเทศไทยยังคงเผชิญปัญหาการทุจริตและอาชญากรรมทางการเงิน โดยเฉพาะในภาคการธนาคารและผู้ให้บริการสินทรัพย์ดิจิทัล (Financial Crime News, 2024) การทุจริตภายในหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายและภาครัฐเป็นอีกปัญหาหนึ่งที่เพิ่มความท้าทาย ทำให้ประชาชนสูญเสียความเชื่อถือและลดประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาอาชญากรรม (Thai Examiner, 2024)

อาชญากรรมไซเบอร์เป็นภัยคุกคามที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในประเทศไทย การเพิ่มขึ้นของการหลอกลวงออนไลน์ การลงทุนปลอม และการรังแกทางออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อกลุ่มเปราะบาง เช่น เด็กและผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงธรรมชาติของอาชญากรรมที่เปลี่ยนไปเป็นดิจิทัลมากขึ้น (Worldmetrics, 2024)

อาชญากรรมไซเบอร์ในประเทศไทยมีความซับซ้อนและเพิ่มความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีและการเพิ่มขึ้นของการใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมอาชญากรรมไซเบอร์ทั้งในระดับภายในประเทศและระดับนานาชาติ รัฐบาลไทยได้ดำเนินการตอบโต้ภัยคุกคามเหล่านี้ด้วยการออกมาตรการทางกฎหมายและการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษหลายหน่วยเพื่อจัดการกับอาชญากรรมไซเบอร์ หนึ่งในพัฒนาการที่สำคัญล่าสุดคือการจัดตั้ง "แผนกคดีอาชญากรรมทางเทคโนโลยี" ภายในศาลอาญาของประเทศไทยในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 แผนกนี้มีหน้าที่พิจารณาคดีอาชญากรรมไซเบอร์โดยเฉพาะ โดยมีอำนาจในการพิจารณาคดีที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดทางเทคโนโลยีตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และพระราชบัญญัติความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ การจัดตั้งแผนกนี้แสดงถึงความมุ่งมั่นของประเทศไทยในการเสริมสร้างการตอบโต้ภัยคุกคามทางไซเบอร์ผ่านระบบยุติธรรม (Tilleke & Gibbins, 2024)

ประเทศไทยยังได้ออกมาตรการทางกฎหมายใหม่ ๆ เพื่อรับมือกับอาชญากรรมไซเบอร์ เช่น พระราชกฤษฎีกามาตรการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถระงับธุรกรรมทางการเงินที่สงสัยว่าเกี่ยวข้องกับอาชญากรรมไซเบอร์ได้ รวมถึงกำหนดให้สถาบันการเงินและผู้ให้บริการต้องแบ่งปันข้อมูลกับหน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย การดำเนินการเหล่านี้มาพร้อมกับบทลงโทษทางกฎหมายที่เข้มงวดต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด (Tilleke & Gibbins, 2024) ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญในการต่อสู้กับอาชญากรรมไซเบอร์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ได้ดำเนินการจับกุมเครือข่ายอาชญากรรมออนไลน์ เช่น แก๊งคอลเซ็นเตอร์และวงพนันออนไลน์ โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสืบสวนและจับกุมผู้กระทำความผิด (OpenGov Asia, 2024) นอกจากนี้ คณะกรรมการกิจการกระจาย

เสียงและกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ยังได้บังคับใช้กฎระเบียบที่เข้มงวดในการลงทะเบียนซิมการ์ด เพื่อต่อสู้กับการใช้งานซิมการ์ดในการกระทำความผิดกฎหมาย โดยมีการตรวจสอบข้อมูลผู้ใช้และระงับการใช้งานซิมการ์ดที่สงสัยว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับอาชญากรรม นอกจากนี้ยังมีการบล็อกโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารที่ผิดกฎหมายในพื้นที่ชายแดนเพื่อต่อต้านการกระทำความผิด (Thai Examiner, 2024; OpenGov Asia, 2024)

ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากอาชญากรรมไซเบอร์ในประเทศไทยเป็นปัญหาที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มทั่วโลกที่มีภัยคุกคามไซเบอร์เพิ่มขึ้น อาชญากรรมไซเบอร์ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ฟิชชิง การขโมยข้อมูลประจำตัว การฉ้อโกงทางออนไลน์ และอาชญากรรมดิจิทัลอื่น ๆ ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยก่อให้เกิดความสูญเสียทางการเงินที่ยากจะประมาณการได้อย่างแม่นยำ อย่างไรก็ตาม ความสูญเสียทางการเงินโดยตรงจากอาชญากรรมไซเบอร์ในประเทศไทยมีมูลค่าสูงมาก ตัวอย่างเช่น การศึกษาเกี่ยวกับการฉ้อโกงในการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตพบว่าความเสียหายทางเศรษฐกิจรวมจากกิจกรรมดังกล่าวมีมูลค่าประมาณ 214,488.2 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับประมาณ 7.15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (Kraiwanit & Srijaem, 2021) ตัวเลขนี้ชี้ให้เห็นถึงภาระทางเศรษฐกิจที่อาชญากรรมไซเบอร์ก่อให้เกิดขึ้นในเศรษฐกิจไทย โดยส่งผลกระทบต่อทั้งธุรกิจและบุคคล (Kraiwanit & Srijaem, 2021)

อาชญากรรมไซเบอร์ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดความสูญเสียทางการเงินโดยตรงเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในประเทศไทยในวงกว้างอีกด้วย การออกกฎระเบียบด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ เช่น พระราชบัญญัติความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ สะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับของรัฐบาลถึงภัยคุกคามที่เกิดจากอาชญากรรมไซเบอร์ อย่างไรก็ตาม แม้กฎระเบียบเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อบรรเทาภัยคุกคามไซเบอร์ แต่ ก็ยังเพิ่มภาระให้กับธุรกิจ อาจทำให้การลงทุนจากต่างประเทศลดลงและส่งผลกระทบต่ออัตราการจ้างงานของประเทศไทย (Emerald Expert Briefings, 2018) ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากกฎระเบียบเหล่านี้มีความซับซ้อน เนื่องจากต้องสร้างสมดุลระหว่างความปลอดภัยและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Emerald Expert Briefings, 2018)

ประสบการณ์ของประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของแนวโน้มระดับโลก ซึ่งอาชญากรรมไซเบอร์ได้กลายเป็นภัยคุกคามทางเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา Kshetri (2013) ระบุว่าประเทศในกลุ่ม Global South ซึ่งรวมถึงประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของอาชญากรรมไซเบอร์สูงที่สุดในช่วงระหว่างปี 2005 ถึง 2009 ซึ่งมีการโจมตีไซเบอร์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 570 การเติบโตอย่างรวดเร็วของกิจกรรมอาชญากรรมไซเบอร์นี้ยังทำให้ความสูญเสียทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น เนื่องจากธุรกิจและบุคคลพยายามปกป้องตนเองจากภัยคุกคามไซเบอร์ที่ซับซ้อนขึ้นเรื่อย ๆ (Kshetri, 2013)

แม้ว่าประเทศไทยจะได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อจัดการกับอาชญากรรมไซเบอร์ แต่ความท้าทายยังคงมีอยู่เนื่องจากลักษณะที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของภัยคุกคามไซเบอร์ อย่างไรก็ตาม การดำเนินการเชิงรุกของประเทศไทยผ่านการปฏิรูปกฎหมาย การบูรณาการเทคโนโลยี และการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ถือเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความปลอดภัยทางไซเบอร์ในอนาคต ดังนั้น บทความนี้จึงมีความมุ่งหมายในการนำเสนอสถานะองค์ความรู้และการวิจัยในอนาคตเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาเกี่ยวกับอาชญากรรมทางไซเบอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมุ่งเน้นที่แนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์

ความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับอาชญากรรมไซเบอร์

การก่ออาชญากรรมไซเบอร์กลายเป็นปัญหาที่เร่าร้อนมากขึ้นสำหรับทั้งนักวิจัยและผู้กำหนดนโยบาย การทำความเข้าใจแรงจูงใจและพฤติกรรมของอาชญากรไซเบอร์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนากลยุทธ์ในการป้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีทางอาชญาวิทยา จิตวิทยา และเศรษฐศาสตร์ได้ถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายปัจจัยเบื้องหลังที่ทำให้บุคคลกระทำอาชญากรรมไซเบอร์ โดยผู้เขียนจะได้นำเสนอถึงความหมายของอาชญากรรมไซเบอร์และทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

ความหมายของอาชญากรรมไซเบอร์

อาชญากรรมทางไซเบอร์เป็นคำที่มีคำจำกัดความแตกต่างกันไปตามบริบท แต่โดยทั่วไปหมายถึงกิจกรรมที่ผิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์และเครือข่าย Gordon & Ford (2006) ได้กำหนดให้อาชญากรรมทางไซเบอร์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีเป็นพื้นฐาน และประเภทที่ 2 ซึ่งเน้นที่มนุษย์เป็นหลัก นอกจากนี้ Thangamuthu et al. (2020) กล่าวว่าอาชญากรรมทางไซเบอร์หมายถึงการกระทำที่ละเมิดกฎหมายซึ่งก่อให้เกิดอันตรายต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การโจรกรรมข้อมูลและการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ ในขณะเดียวกัน Gupta และ Mata-Toledo (2016) ได้แย้งว่าอาชญากรรมทางไซเบอร์อาจส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของผู้เสียหายในระยะยาวทั้งในแง่ของสุขภาพจิตและสถานะทางเศรษฐกิจ เช่น ในกรณีที่ข้อมูลส่วนบุคคลถูกขโมยและมีการฉ้อโกงทางอินเทอร์เน็ต สรุปได้ว่า อาชญากรรมทางไซเบอร์ หมายถึง การกระทำที่ผิดกฎหมายโดยใช้คอมพิวเตอร์และเครือข่ายเป็นเครื่องมือในการทำความผิด ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นสองประเภทคือ การกระทำที่ใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก และการกระทำที่มีมนุษย์เป็นองค์ประกอบหลัก การกระทำเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และการเงินของผู้เสียหาย เช่น การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคล การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ หรือการฉ้อโกงทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจทำให้เกิดผลกระทบระยะยาวต่อสุขภาพจิตและเศรษฐกิจของผู้เสียหาย

ทฤษฎีเกี่ยวกับอาชญากรรมไซเบอร์

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory: SLT) เป็นหนึ่งในกรอบการทำงานที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการทำความเข้าใจอาชญากรรมไซเบอร์ ตามทฤษฎีนี้ บุคคลมักจะกระทำความผิดกรรมทางอาญาโดยการเรียนรู้พฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติจากกลุ่มเพื่อน ทฤษฎีนี้มีความเกี่ยวข้องอย่างมากในการอธิบายว่าชุมชนออนไลน์ โดยเฉพาะชุมชนที่สนับสนุนการแฮ็กและอาชญากรรมไซเบอร์อื่นๆ สามารถมีอิทธิพลต่อบุคคลในการกระทำความผิดกรรมเบี่ยงเบนได้อย่างไร การวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าการเชื่อมโยงกับกลุ่มเพื่อนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนจะเพิ่มโอกาสในการกระทำความผิดอาชญากรรมไซเบอร์ โดยเฉพาะเมื่อรวมกับการขาดการควบคุมตนเอง (Stalans & Donner, 2018).

ทฤษฎีกิจกรรมประจำวัน (Routine Activity Theory: RAT) เป็นอีกหนึ่งทฤษฎีที่สำคัญในการทำความเข้าใจอาชญากรรมไซเบอร์ **ทฤษฎีกิจกรรมประจำวัน**กล่าวว่าอาชญากรรมมักเกิดขึ้นเมื่อผู้กระทำผิดที่มีแรงจูงใจพบกับเป้าหมายที่เหมาะสมในขณะที่ไม่มีผู้คุ้มกันที่สามารถป้องกันได้ ในบริบทของอาชญากรรมไซเบอร์ ทฤษฎีนี้ช่วยอธิบายถึงช่องโหว่ที่เกิดจากกิจกรรมออนไลน์ประจำวัน เช่น การใช้เครือข่ายที่ไม่ปลอดภัยหรือการแชร์ข้อมูลส่วนบุคคลบนโซเชียลมีเดีย ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าความสามารถในการมองเห็นและการเข้าถึงของเป้าหมายในโลกออนไลน์สามารถเพิ่มความเสี่ยงต่อการตกเป็นผู้เสียหายและส่งเสริมพฤติกรรมอาชญากรรม (Leukfeldt & Yar, 2016).

ทฤษฎีภาวะไร้ระเบียบของสถาบัน (Institutional Anomie Theory: IAT) ทฤษฎีนี้ได้ขยายทฤษฎีภาวะไร้ระเบียบดั้งเดิมโดยเน้นถึงบทบาทของแรงกดดันทางสังคม โดยเฉพาะในสังคมทุนนิยม ทฤษฎีภาวะไร้ระเบียบของสถาบันแสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นต่อความสำเร็จและผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินร่วมกับสถาบันทางสังคมที่อ่อนแอลง อาจทำให้บุคคลต่างๆ มีส่วนร่วมในอาชญากรรมทางไซเบอร์เพื่อบรรลุเป้าหมายของตน การศึกษาเชิงประจักษ์พบว่าภาวะไร้ระเบียบแบบแผนของสถาบันในระดับสูงมีความสัมพันธ์กับโอกาสที่เพิ่มขึ้นในกิจกรรมทางอาชญากรรมทางไซเบอร์ โดยเฉพาะในบริบทที่ให้ความสำคัญกับความสำเร็จทางเศรษฐกิจ (Dearden, Parti, & Hawdon, 2021).

ทฤษฎีการเลี้ยวความรู้สึกผิดชอบชั่วดี (Moral Disengagement Theory) ทฤษฎีนี้ได้อธิบายกลไกทางจิตวิทยาที่ทำให้บุคคลสามารถกระทำความผิดกรรมที่ผิดศีลธรรมโดยไม่รู้สึกละอายหรือเสียใจ ในบริบทของอาชญากรรมไซเบอร์ ทฤษฎีนี้อธิบายว่าผู้กระทำความผิดมักจะแก้ตัวการกระทำของตนโดยการลดทอนความเป็นมนุษย์ของผู้เสียหายหรือการลดทอนผลกระทบของการกระทำของตนให้เบาลง การเลี้ยวความรู้สึกผิดชอบชั่วดีนี้มักจะได้รับการสนับสนุนโดยความไม่เปิดเผยตัวตนในโลกออนไลน์มอบให้ซึ่งสามารถลดความรู้สึกถึงความเสียหายของการกระทำทางอาชญากรรมไซเบอร์ (Rogers, 2011).

ทฤษฎีวัฒนธรรมย่อย (Subcultural Theories) ทฤษฎีนี้ได้นำเสนอการสำรวจบทบาทของบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมและสังคมเฉพาะกลุ่มออนไลน์ที่สนับสนุนพฤติกรรมเบี่ยงเบน ทฤษฎีเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าชุมชนออนไลน์บางแห่ง เช่น ชุมชนแฮกเกอร์ สร้างบรรทัดฐานและค่านิยมที่สนับสนุนและเฉลิมฉลองการกระทำที่ผิดกฎหมาย สภาพแวดล้อมเช่นนี้ไม่เพียงแต่ให้ความรู้ทางเทคนิคและเครื่องมือ แต่ยังมีการสนับสนุนทางสังคมที่กระตุ้นให้สมาชิกดำเนินการอาชญากรรมไซเบอร์ (Stalans & Donner, 2018).

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อาชญากรรมไซเบอร์ (Theory of Cybercrime Economics) การวิเคราะห์อาชญากรรมเชิงเศรษฐศาสตร์ได้ริเริ่มโดย Becker (1968) เป็นกรอบแนวคิดที่มีประโยชน์สำหรับการทำความเข้าใจอาชญากรรมไซเบอร์ **ทฤษฎีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-Benefit Analysis)** ได้แสดงให้เห็นว่าผู้กระทำความผิดในอาชญากรรมไซเบอร์มักจะตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมที่ผิดกฎหมายหลังจากประเมินผลตอบแทนที่อาจได้รับเทียบกับความเสี่ยงที่จะถูกจับและถูกลงโทษ ทฤษฎีนี้เป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจว่าผู้กระทำความผิดในอาชญากรรมไซเบอร์ตัดสินใจอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของทรัพยากรที่จัดสรรเพื่อหลีกเลี่ยงการตรวจจับและเพิ่มผลกำไรสูงสุด แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ยังช่วยอธิบายระดับการลงทุนที่เหมาะสมในด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และผลกระทบของการคุกคามทางกฎหมายที่มีต่อพฤติกรรมของผู้กระทำความผิดในอาชญากรรมไซเบอร์ (Kshetri, 2006).

การศึกษาพฤติกรรมของอาชญากรไซเบอร์นั้นได้รับประโยชน์จากมุมมองทฤษฎีที่หลากหลาย โดยแต่ละทฤษฎีล้วนให้ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจและกลไกที่อยู่เบื้องหลังอาชญากรรมไซเบอร์และสร้างความเข้าใจในปัจจัยที่ผลักดันให้บุคคลกระทำอาชญากรรมไซเบอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อการก่ออาชญากรรมไซเบอร์

องค์ความรู้ของการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์อาชญากรรมไซเบอร์

การสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อกิจกรรมของอาชญากรทางไซเบอร์ในประเทศไทยจากมุมมองทางเศรษฐกิจ ได้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม เทคโนโลยี และกฎหมายที่มีส่วนทำให้เกิดอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทย การสำรวจผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายธุรกิจ และนักวิจัยเข้าใจสาเหตุและพัฒนากลยุทธ์ในการต่อต้านอาชญากรรมทางไซเบอร์อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้เขียนได้นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัยต่างๆ ในการจัดการกับปัญหาอาชญากรรมไซเบอร์โดยผ่านทางปัจจัยต่างๆ ที่มีต่ออาชญากรทางไซเบอร์

ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม

ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมมีบทบาทสำคัญในการมีอิทธิพลต่อกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทย การศึกษาต่างๆ ได้เน้นย้ำถึงผลกระทบของความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ ระดับการศึกษา และความยากจนที่มีต่ออาชญากรรมทางไซเบอร์

1) ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้และความยากจน

อาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยมักขับเคลื่อนด้วยความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ บุคคลจากภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่ำกว่าอาจหันไปหาอาชญากรรมทางไซเบอร์เพื่อเป็นหนทางในการเอาชีวิตรอดหรือหาทำไรทางการเงินอย่างรวดเร็ว การศึกษาโดย Park et al. (2019) ระบุว่าความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ที่สูงขึ้นมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากบุคคลในกลุ่มรายได้ต่ำอาจมองว่าอาชญากรรมทางไซเบอร์เป็นทางเลือกที่เหมาะสมในการทำให้อสถานะทางการเงินดีขึ้น (Park et al., 2019). และกรณีการศึกษาในประเทศไทย พบว่าความไม่เท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมทางไซเบอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคที่มีความยากจนและโอกาสทางเศรษฐกิจน้อยลง ความไม่เท่าเทียมกันในรายได้ยังส่งผลให้คนส่วนหนึ่งมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ (Kraiwanit & Srijaem, 2021). การศึกษาของ Apichaimongkol & Phakdee (2024) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเมื่อประชาชนขาดโอกาสทางเศรษฐกิจ ทำให้มีความเสี่ยงต่อการเข้าร่วมกิจกรรมทางอาชญากรรมทางไซเบอร์ได้ง่ายขึ้น

2) ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความน่าจะเป็นในการมีส่วนร่วมในอาชญากรรมทางไซเบอร์ เนื่องจากระดับการศึกษาที่สูงขึ้นมักเกี่ยวข้องกับโอกาสในการทำงานที่ดีขึ้นและความโน้มเอียงในการก่ออาชญากรรมที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาและอาชญากรรมทางไซเบอร์มีความซับซ้อน เนื่องจากบุคคลที่มีการศึกษาพร้อมทักษะทางเทคนิคอาจใช้ความรู้ของตนในทางที่ผิดเพื่อดำเนินกิจกรรมที่เป็นอันตรายเช่นกัน ผลการวิจัยของ Ramadani (2018) ชี้ให้เห็นว่าในขณะที่การศึกษาสามารถลดการเกิดอาชญากรรมทางไซเบอร์ได้ แต่ก็สามารถช่วยให้บุคคลเข้าร่วมการโจมตีทางไซเบอร์ในรูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้น นอกจากนี้ การศึกษาของ Ungkap & Daengsi (2022) พบว่าระดับการศึกษามีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตและการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ การศึกษาที่ต่ำมักจะนำไปสู่ความเสี่ยงสูงต่อการตกเป็นเหยื่อหรือเข้าร่วมในกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ การเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์สามารถช่วยลดความเสี่ยงได้

3) การว่างงาน

อัตราการว่างงานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญซึ่งมีอิทธิพลต่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ การว่างงานสูงสามารถนำไปสู่กิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อบุคคลต่าง ๆ แสวงหาวิธีการทางเลือกในการหารายได้ ความเครียดทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการว่างงานอาจผลักดันให้บุคคลไปสู่กิจกรรมที่ผิดกฎหมาย เช่น การแฮ็ก การฟิชซิง และการฉ้อโกงทางออนไลน์ (Rungtassawat et al., 2019; Techatassanasoontorn et al., 2011) และการศึกษาของ Nachaisin (2019) พบว่าการว่างงานและการศึกษาดำเนินการมีส่วนทำให้ผู้คนหันมาใช้อาชญากรรมทางไซเบอร์เป็นวิธีในการหาเลี้ยงชีพเช่นเดียวกัน

ปัจจัยทางเทคโนโลยี

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วในประเทศไทยมีทั้งผลดีและผลเสียต่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ ในขณะที่เทคโนโลยีช่วยให้เศรษฐกิจเติบโตและพัฒนา แต่ก็สร้างโอกาสให้อาชญากรรมทางไซเบอร์ใช้ประโยชน์จากช่องโหว่ต่าง ๆ

1) การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายในประเทศไทยได้ทำให้มีการเติบโตของอาชญากรรมทางไซเบอร์มากขึ้น โดยอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่สูงจะเพิ่มจำนวนเป้าหมายที่อาจเกิดขึ้นสำหรับอาชญากรรมทางไซเบอร์ ตามที่ Calderwood และ Popova (2018) ได้กล่าวไว้ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่เสี่ยงที่สุดในแง่ของอาชญากรรมทางไซเบอร์ เนื่องจากมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากและมีการรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ค่อนข้างต่ำ (Calderwood & Popova, 2018)

2) การเชื่อมต่อ broadband

คุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยังส่งผลต่อการแพร่หลายของอาชญากรรมทางไซเบอร์อีกด้วย Park et al. (2019) พบว่าการเชื่อมต่อ broadband มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับอัตราการเกิดอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่สูงขึ้น การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วและเชื่อถือได้มากขึ้นทำให้อาชญากรรมทางไซเบอร์มีเครื่องมือที่จำเป็นในการดำเนินการโจมตีอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Park et al., 2019).

3) ความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยี

ระดับความรู้ทางเทคโนโลยีในหมู่ประชากรเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ ในขณะที่ความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีสามารถเพิ่มศักยภาพให้บุคคลและธุรกิจในการป้องกันตนเองจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ แต่ก็สามารถช่วยให้อาชญากรรมทางไซเบอร์ดำเนินการโจมตีที่ซับซ้อนมากขึ้นได้เช่นกัน การศึกษาของ Machim et al. (2020) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีในการลดอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรม (Machim et al., 2020).

4) ปัญญาประดิษฐ์

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีบทบาทสำคัญทั้งในการป้องกันและสนับสนุนอาชญากรรมไซเบอร์ ซึ่งมีผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ ปัญญาประดิษฐ์ถูกนำมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยการตรวจจับและลดภัยคุกคามได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำกว่าวิธีการแบบดั้งเดิม เช่น การใช้เทคนิคการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) สำหรับการตรวจจับการฉ้อโกงและป้องกันการโจมตี (Verma & Gupta, 2020) อย่างไรก็ตาม อาชญากรไซเบอร์สามารถใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการขยายขนาดการโจมตีทาง ไซเบอร์ ทำให้เกิดช่องทางใหม่สำหรับการก่ออาชญากรรมไซเบอร์ (Hoanca & Mock, 2020) การวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับ AI ในความปลอดภัยทางไซเบอร์ระบุว่าตลาดสำหรับโซลูชันที่ขับเคลื่อนด้วย AI กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญในการลดความสูญเสียทางการเงินจากการโจมตีทางไซเบอร์ (Kshetri, 2021)

ปัจจัยด้านกฎหมายและกฎระเบียบ

กรอบกฎหมายและกฎระเบียบในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางในการต่อสู้กับอาชญากรรมทางไซเบอร์ ประสิทธิภาพของกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ รวมถึงความสามารถของหน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการต่อสู้กับอาชญากรรมทางไซเบอร์

1) กฎหมายความปลอดภัยทางไซเบอร์

ประเทศไทยได้ออกกฎหมายหลายฉบับเพื่อเสริมสร้างการป้องกันตนเองจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (CSA) เป็นหนึ่งในกฎหมายที่ออกแบบมาเพื่อปกป้องประเทศจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัลและธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของกฎหมายดังกล่าวขึ้นอยู่กับ การบังคับใช้และการปฏิบัติตามกฎหมาย และพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์อาจถูกนำมาใช้เพื่อจำกัดเสรีภาพทางการเมืองแทนที่จะมุ่งเน้นไปที่ความปลอดภัยทางไซเบอร์เพียงอย่างเดียว (Emerald Expert Briefings, 2018) นอกจากนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (CSA) ของประเทศไทยมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออาชญากรรมไซเบอร์ในเชิงเศรษฐกิจ เนื่องจากกฎหมายเหล่านี้กำหนดให้ธุรกิจต้องมีการใช้จ่ายในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ โดยการเพิ่มมาตรการปกป้องข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานความปลอดภัยไซเบอร์ ส่งผลโดยตรงต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจและอาจช่วยยับยั้งอาชญากรรมไซเบอร์ได้ โดยทำให้การก่ออาชญากรรมมีความซับซ้อนและมีความเสี่ยงมากขึ้น งานวิจัยชี้ให้เห็นว่ากฎหมายความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์อย่างมีบทบาทสำคัญในการลดความเสียหายทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมไซเบอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการปกป้องจากโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญและข้อมูลส่วนบุคคล (Yamcharoen et al., 2022)

2) ความสามารถในการบังคับใช้กฎหมาย

ความสามารถของหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายในการจัดการกับอาชญากรรมทางไซเบอร์เป็นอีกปัจจัยสำคัญ ในหลายกรณีอาชญากรรมทางไซเบอร์ดำเนินการข้ามชาติ ทำให้ยากต่อการจับกุมและดำเนินคดีของหน่วยงานระดับชาติ หน่วยงานบังคับใช้กฎหมายของประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างมากในการรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของอาชญากรรมทางไซเบอร์ การศึกษาของ Ter (2017) เกี่ยวกับแนวทางของประเทศสิงคโปร์ในการต่อสู้กับอาชญากรรมทางไซเบอร์ให้ข้อมูลเชิงลึกต่อความสามารถในการบังคับใช้กฎหมายในการจัดการกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Ter, 2017) กรณีของประเทศไทย แม้ว่าประเทศไทยจะมีกฎหมายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เช่น พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พ.ศ. 2562 แต่ยังคงมีช่องว่างในการบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (Gorian, 2021) อย่างไรก็ตาม กฎหมายและกฎระเบียบยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการควบคุมและป้องกันอาชญากรรมทางไซเบอร์ (Nachaisin, 2021) การบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและเทคโนโลยีตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพสามารถลดการเกิดอาชญากรรมไซเบอร์ได้ (Khurunun & Saengthongdee, 2023)

3) ความร่วมมือระหว่างประเทศ

เนื่องจากลักษณะอาชญากรรมทางไซเบอร์ข้ามชาติ ความร่วมมือระหว่างประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าร่วมข้อตกลงระหว่างประเทศและการทำงานร่วมกับประเทศต่างๆ สามารถเพิ่มความสามารถในการต่อสู้กับอาชญากรรมทางไซเบอร์ได้ การศึกษาโดย Bukrapue (2015) เกี่ยวกับกิจกรรมเครือข่ายต่อชาวต่างชาติในประเทศไทยได้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของความร่วมมือระหว่างประเทศในการจัดการกับอาชญากรรมทางไซเบอร์ (Bukrapue, 2015) และจากผลการศึกษาของ Kraiwanit & Srijaem (2021) พบว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอาชญากรรมทางไซเบอร์นั้นครอบคลุมถึงการสูญเสียทางการเงินทั้งของผู้ใช้และภาคธุรกิจในประเทศไทย การรื้อถอนทางอินเทอร์เน็ตและการโจรกรรมข้อมูลสามารถทำให้เกิดความเสียหายหลายล้านบาทต่อปี โดยรายงานล่าสุดระบุว่าความเสียหายทางเศรษฐกิจจากอาชญากรรมทางไซเบอร์มีมูลค่าสูงถึง 214,488.2 ล้านบาท

ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอาชญากรรมทางไซเบอร์

อาชญากรรมทางไซเบอร์มีผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญต่อประเทศไทย ความสูญเสียทางการเงินที่เกิดขึ้นกับบุคคล ธุรกิจ และรัฐบาลเนื่องจากอาชญากรรมทางไซเบอร์มียังคงมีมากและสูงขึ้นตลอดเวลา

1) ความสูญเสียทางการเงิน

ความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยมีมากมาย Kraiwanit และ Srijaem (2021) ได้ประเมินว่าการฉ้อโกงธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียวส่งผลให้เกิดความสูญเสียรวมมูลค่า 214,488.2 ล้านบาท (ประมาณ 7.15 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ความสูญเสียเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการดำเนินมาตรการที่มีประสิทธิภาพเพื่อป้องกันและลดอาชญากรรมทางไซเบอร์ (Kraiwanit & Srijaem, 2021) โดยเฉพาะการโจรกรรมทางการเงินและการปลอมแปลงข้อมูล ซึ่งสร้างความเสียหายทั้งต่อธุรกิจและประชาชนทั่วไป (Apichaimongkol & Phakdee, 2024)

2) ผลกระทบต่อการลงทุนจากต่างประเทศ

อาชญากรรมทางไซเบอร์ยังสามารถขัดขวางการลงทุนจากต่างประเทศในประเทศไทย การรับรู้ถึงความเสี่ยงของอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่สูงอาจทำให้ประเทศไทยดึงดูดนักลงทุนต่างชาติได้น้อยลง ด้วยความกังวลว่าการลงทุนของตนเองอาจได้รับความเสียหาย การศึกษาโดย Chotewetsin (2023) ได้ชี้ถึงผลกระทบของความเสียหายทางการเงินและไซเบอร์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยและความสามารถในการดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ

3) ต้นทุนค่าเสียโอกาส

นอกเหนือจากการสูญเสียทางการเงินโดยตรงแล้ว อาชญากรรมทางไซเบอร์ยังทำให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสจำนวนมากอีกด้วย ความกลัวอาชญากรรมทางไซเบอร์สามารถนำไปสู่การที่บุคคลและธุรกิจหลีกเลี่ยงการใช้บริการออนไลน์ ซึ่งจะจำกัดศักยภาพในการเติบโตทางเศรษฐกิจ Riek et al. (2016) แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงจากอาชญากรรมทางไซเบอร์มีผลกระทบในทางลบต่อการใช้บริการออนไลน์ เช่น ธนาคาร ช้อปปิ้ง และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (Riek et al., 2016).

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยมีความหลากหลายและเชื่อมโยงกัน สภาพเศรษฐกิจและสังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมทางกฎหมายและกฎระเบียบล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ นอกจากนี้ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอาชญากรรมทางไซเบอร์ทำให้เกิดการสูญเสียทางการเงินจำนวนมากและต้นทุนค่าเสียโอกาส การจัดการอาชญากรรมทางไซเบอร์ให้มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องจัดการกับปัจจัยเหล่านี้อย่างครอบคลุม ผ่านการผสมผสานของการแทรกแซงทางเศรษฐกิจและสังคม การปรับปรุงเทคโนโลยี และกรอบกฎหมายที่เข้มงวด ความร่วมมือระหว่างประเทศและความพยายามอย่างต่อเนื่องในการตระหนักรู้และการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ยังคงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จในการต่อต้านอาชญากรรมทางไซเบอร์

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อปัจจัยที่ส่งผลต่ออาชญากรรมไซเบอร์

การจัดการกับอาชญากรรมทางไซเบอร์นั้นต้องพิจารณาปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ และโครงสร้างต่างๆ เช่น ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ ความยากจน การศึกษา การว่างงาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และกรอบกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ นโยบายที่ครอบคลุมตามประเด็นเหล่านี้ช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น

ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้และความยากจนมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมทางไซเบอร์ เนื่องจากบุคคลที่ด้อยโอกาสอาจหันไปหาแหล่งรายได้ออนไลน์ที่ผิดกฎหมายเนื่องจากความต้องการทางการเงิน นโยบายที่มุ่งลดมาตรการความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ เช่น ระบบภาษีแบบก้าวหน้าและการจัดตั้งโครงการสวัสดิการสังคม ถือเป็นสิ่งสำคัญในการบรรเทาความสิ้นหวังทางเศรษฐกิจที่ทำให้ผู้คนหันไปพึ่งพิงอาชญากรรมทางไซเบอร์ การวิจัยระบุว่าประเทศที่มีรายได้ไม่เท่าเทียมกันมักจะมีอัตราการก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ที่สูงกว่าเนื่องจากการย้ายถิ่นฐานทางสังคมที่จำกัดและแรงงานที่เหมาะสมและมีรายได้ดี (Jones & Smith, 2020) (Williams et al., 2019) มาตรการเฉพาะเพื่อปรับปรุงการเข้าถึงการศึกษาและเทคโนโลยีในพื้นที่ที่มีรายได้น้อยสามารถป้องกันไม่ให้ผู้คนหันไปพึ่งอาชญากรรมทางไซเบอร์เพื่อหารายได้

การต่อสู้กับอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้วยนโยบายทางการศึกษาถือเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการนโยบายนโยบายการศึกษาจะช่วยลดอาชญากรรมทางไซเบอร์ได้ นโยบายการศึกษาที่มุ่งการตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์หรือความรู้ด้านดิจิทัลจะนำไปสู่การก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์น้อยลงเนื่องจากจะช่วยให้ได้รับความรู้ที่จำเป็นในการปกป้องตนเอง รวมถึงความเข้าใจผลทางกฎหมายที่เกิดจากการกระทำความผิดทางไซเบอร์ (Parker et al., 2021) รัฐบาล มีภาระผูกพันที่จะนำความปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นวิชาหนึ่งในโปรแกรมของสถาบันการศึกษาในระดับต่างๆ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมทางไซเบอร์ และในขณะเดียวกันก็เป็นการเสริมสร้างกำลังแรงงานด้านไซเบอร์ (Brown et al., 2021)

อัตราการว่างงานสูงมีความเกี่ยวข้องกับอัตราการก่ออาชญากรรมที่สูงขึ้น รวมถึงอาชญากรรมไซเบอร์ด้วย นโยบายที่มุ่งเน้นการสร้างงานโดยเฉพาะในภาคเทคโนโลยีสามารถช่วยลดปัจจัยที่นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการก่ออาชญากรรมไซเบอร์ได้ การส่งเสริมให้บริษัทเอกชนลงทุนในการสร้างงานที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และการฝึกอบรมทักษะด้านดิจิทัลจะช่วยลดความดึงดูดใจของอาชญากรรมไซเบอร์ในฐานะช่องทางการทำมาหากิน (Greenfield et al., 2022). นอกจากนี้ การจัดให้มีโอกาสสำหรับผู้ว่างงานในการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ ในภาคส่วนที่กำลังเติบโตอย่างความปลอดภัยทางไซเบอร์จะไม่เพียงแต่ลดอาชญากรรมเท่านั้น แต่ยังช่วยเติมเต็มช่องว่างทักษะที่มีอยู่ในแรงงานด้านความปลอดภัยไซเบอร์อีกด้วย (Mason et al., 2021)

ปัจจัยทางเทคโนโลยี เช่น ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของแพลตฟอร์มและเครื่องมือดิจิทัลมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการแพร่กระจายและการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์ นโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาและการนำเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยไซเบอร์ไปใช้ในวงกว้าง เช่น การเข้ารหัสข้อมูล การยืนยันตัวตนหลายปัจจัย และระบบตรวจจับภัยคุกคามที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ ถือเป็นสิ่งสำคัญ การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่มีความปลอดภัยจำเป็นต้องมีเพื่อรับมือกับอาชญากรรมไซเบอร์อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การปรับปรุงข้อกำหนดและมาตรฐานด้านความปลอดภัยไซเบอร์อย่างต่อเนื่องก็มีความสำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Clark et al., 2020; Davis & Lee, 2019)

การมีกฎหมายและการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพเป็นพื้นฐานในการจัดการกับอาชญากรรมไซเบอร์ รัฐบาลต้องมั่นใจว่ากฎหมายมีความทันสมัยเพียงพอที่จะสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่อาชญากรไซเบอร์นำไปใช้ รวมถึงการให้ความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านกฎหมาย เนื่องจากอาชญากรรมไซเบอร์มักข้ามเขตแดน นอกจากนี้ การปรับปรุงกรอบกฎหมายที่มีอยู่ให้ครอบคลุมภัยคุกคามทางไซเบอร์ใหม่ ๆ เช่น แรนซัมแวร์ การขโมยสกุลเงินดิจิทัล และการละเมิดข้อมูลก็มีความจำเป็นเช่นกัน (Nelson & Wright, 2021). อีกทั้ง มาตรการด้านกฎระเบียบที่เข้มงวดควรถูกนำมาใช้เพื่อให้แน่ใจว่าองค์กรมีความรับผิดชอบในการรักษามาตรฐานความปลอดภัยไซเบอร์ที่เพียงพอ เพื่อให้พร้อมรับมือกับภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น (Lewis & Kessler, 2020).

การแก้ไขปัญหาอาชญากรรมไซเบอร์จำเป็นต้องใช้วิธีการที่ครอบคลุมหลายด้าน โดยการมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม เทคโนโลยี และกฎหมายที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมไซเบอร์ นโยบายที่ลดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ ปรับปรุงการศึกษา และเสริมสร้างกรอบกฎหมายเป็นส่วนสำคัญในการลดอัตราการก่ออาชญากรรมไซเบอร์และสร้างสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ปลอดภัยมากขึ้น.

การวิจัยทางเศรษฐศาสตร์อาชญากรรมไซเบอร์ในอนาคต

ด้วยเหตุที่โลกเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น การคุกคามจากอาชญากรรมทางไซเบอร์จึงเพิ่มขึ้นอย่างมากซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก ประเทศไทยเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ ต้องเผชิญกับความท้าทายสำคัญในการต่อสู้กับอาชญากรรมทางไซเบอร์ ซึ่งมีผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ความมั่นคง และความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม การทำความเข้าใจปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนามาตรการรับมือที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การให้แนวทางการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ในอนาคตเกี่ยวกับอาชญากรรมไซเบอร์สำหรับประเทศไทยจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้เขียนได้นำเสนอประเด็นต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

สภาวะเศรษฐกิจมีบทบาทสำคัญต่อการเกิดอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทย เมื่อเศรษฐกิจเติบโตและกลายเป็นดิจิทัลมากขึ้น โอกาสสำหรับอาชญากรรมทางไซเบอร์ก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย การวิจัยในอนาคตควรมุ่งไปที่การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจหรือความยากจนกับอัตราการเกิดอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทำความเข้าใจว่าความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในระดับภาคส่งผลต่อบุคคลในการเข้าสู่การก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์อย่างไร ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับมาตรการป้องกันอีกด้วย การเป็นหนี้ครัวเรือนของไทย รวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจของอาชญากรรมทางไซเบอร์ต่อธุรกิจและผู้บริโภคในประเทศไทยก็เป็นประเด็นที่น่าสนใจ การวิจัยที่มุ่งเน้นไปที่การหาปริมาณค่าใช้จ่ายด้านความปลอดภัย ความสูญเสียทางการเงินและการทำความเข้าใจในภาคส่วนต่าง ๆ ของเศรษฐกิจไทยที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ลดลงในแพลตฟอร์มดิจิทัลก็เป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

แม้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ก็สร้างช่องทางใหม่ๆ สำหรับอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทย การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างรวดเร็ว รวมถึงอีคอมเมิร์ซ การธนาคารออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย ทำให้ประเทศมีความเสี่ยงต่อกิจกรรมทางไซเบอร์เพิ่มขึ้น การวิจัยในอนาคตควรสำรวจว่าเทคโนโลยีแบบใดที่มีส่วนทำให้เกิดอาชญากรรมทางไซเบอร์เพิ่มขึ้น รวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจจากอาชญากรรมเหล่านี้ ตัวอย่างเช่น บทบาทของแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการอำนวยความสะดวกในการฉ้อโกงทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย อีกประเด็นที่สำคัญสำหรับการวิจัยในอนาคตคือประสิทธิภาพของเทคโนโลยีและนโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ในการลดความสูญเสียทางเศรษฐกิจจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ขณะที่ประเทศไทยยังคงลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ การทำความเข้าใจการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ของการลงทุนเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญ การวิจัยควรตรวจสอบประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของมาตรการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ต่าง ๆ และความสามารถของมาตรการเหล่านี้ในการป้องกันความสูญเสียทางการเงิน นอกจากนี้ การวิจัยควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนากรอบการป้องกันที่สามารถตอบสนองต่อการใช้ AI ในการก่ออาชญากรรมไซเบอร์และการวิเคราะห์ต้นทุนทางเศรษฐกิจของการใช้ AI ทั้งในด้านการป้องกันและการก่ออาชญากรรม

กรอบนโยบายและผลกระทบทางเศรษฐกิจ

กรอบทางนโยบายมีบทบาทสำคัญในการกำหนดผลกระทบทางเศรษฐกิจของอาชญากรรมทางไซเบอร์ การวิจัยในอนาคตควรมุ่งเน้นไปที่การประเมินประสิทธิภาพของกฎหมายอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่มีอยู่และการบังคับใช้กฎหมายเหล่านั้น แม้ว่าจะมีกฎหมายอาชญากรรมทางไซเบอร์อยู่

แล้ว แต่จำนวนการเกิดอาชญากรรมทางไซเบอร์ยังคงเพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงช่องว่างที่อาจเกิดขึ้นในกรอบกฎหมายหรือการบังคับใช้กฎหมาย นอกจากนี้ การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่คล้ายคลึงกันอาจให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติที่ดีในการป้องกันอาชญากรรมทางไซเบอร์ การทำความเข้าใจว่าการบังคับใช้กฎระเบียบในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์และผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจอย่างไร สามารถนำไปสู่การพัฒนา นโยบายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น บทบาทของความร่วมมือระหว่างประเทศในการต่อสู้กับอาชญากรรมทางไซเบอร์เป็นอีกประเด็นหนึ่ง ที่ควรได้รับการวิจัยเพิ่มเติม เนื่องจากอาชญากรรมทางไซเบอร์มีลักษณะข้ามชาติ การมีส่วนร่วมของประเทศไทยในโครงการป้องกันอาชญากรรมทางไซเบอร์ระหว่างประเทศจึงมีความสำคัญ การวิจัยในอนาคตควรตรวจสอบว่าพันธกรณีและความร่วมมือระหว่างประเทศส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยอย่างไร

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ

การทำความเข้าใจปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่ผลักดันอาชญากรรมทางไซเบอร์เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนามาตรการแทรกแซงที่เหมาะสมเจาะจง การวิจัยควรสำรวจว่าปัจจัยต่าง ๆ เช่น การว่างงาน ระดับการศึกษา และความไม่เท่าเทียมทางสังคมในแต่ละภูมิภาคมีส่วนทำให้เกิดกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยอย่างไร บทบาทของปัจจัยทางวัฒนธรรมในการกำหนดพฤติกรรมของอาชญากรรมทางไซเบอร์ยังเป็นประเด็นที่น่าสนใจ การวิจัยในอนาคตควรศึกษาว่าทัศนคติต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและความเป็นส่วนตัวในแต่ละวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ คำสอนทางศาสนาส่งผลต่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยอย่างไร การทำความเข้าใจพลวัตทางวัฒนธรรมเหล่านี้จะนำไปสู่กลยุทธ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอาชญากรรมทางไซเบอร์ต่อภาคส่วนต่างๆ ในประเทศไทย

ภาคส่วนต่าง ๆ ของเศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ในรูปแบบที่แตกต่างกัน การวิจัยในอนาคตควรมุ่งเน้นไปที่การศึกษาตามภาคส่วนต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจถึงความเสียหายและความเปราะบางในภาคส่วนต่าง ๆ เช่น การเงิน การธนาคาร การค้าปลีก และการดูแลสุขภาพ ตัวอย่างเช่น ภาคการธนาคารในประเทศไทยเป็นเป้าหมายหลักของอาชญากรรมทางไซเบอร์ เนื่องจากมูลค่าสูงของธุรกรรมทางการเงินที่ดำเนินการทางออนไลน์ การวิจัยควรสำรวจผลกระทบของอาชญากรรมทางไซเบอร์ต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดทรัพยากรในการดำเนินการมาตรการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ ทำให้มีความเสี่ยงต่อการถูกโจมตีทางไซเบอร์เป็นพิเศษ การทำความเข้าใจผลกระทบทางเศรษฐกิจของอาชญากรรมทางไซเบอร์ต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาจนำไปสู่การกำหนดนโยบายที่มุ่งให้การสนับสนุนต่อธุรกิจเหล่านี้

อาชญากรรมทางไซเบอร์และเศรษฐกิจนอกระบบในประเทศไทย

เศรษฐกิจนอกระบบในประเทศไทยนั้นเป็นความท้าทายที่ไม่เหมือนใครในบริบทของอาชญากรรมทางไซเบอร์ กิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์จำนวนมากเกิดขึ้นนอกระบบเศรษฐกิจที่เป็นทางการ ทำให้ติดตามและควบคุมได้ยาก การวิจัยในอนาคตควรสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจนอกระบบและอาชญากรรมทางไซเบอร์ โดยมุ่งเน้นที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาคส่วนนี้มีส่วนทำให้เกิดอาชญากรรมทางไซเบอร์อย่างไร นอกจากนี้ การวิจัยควรศึกษาบทบาทของเครือข่ายนอกระบบในการส่งเสริมการก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ การทำความเข้าใจว่าเครือข่ายเหล่านี้ดำเนินการอย่างไรและผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอาจให้ข้อมูลเชิงลึกในการขัดขวางกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นโยบายของภาครัฐและเอกชนกับการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์

ภาครัฐและภาคีรัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์อย่างยิ่ง เนื่องจากการคุกคามทางไซเบอร์ไม่เพียงแต่สร้างความเสียหายให้กับข้อมูลที่เป็นความลับขององค์กรและความเป็นส่วนตัวของบุคคลเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของประเทศอีกด้วย การลงทุนในเทคโนโลยีและมาตรการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์ได้รับการยืนยันว่ามีความคุ้มค่าในระยะยาว เนื่องจากช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดเหตุการณ์ทางไซเบอร์ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายทางการเงินอย่างมหาศาล ทั้งนี้ งานวิจัยจำนวนมากได้ระบุว่าการเพิ่มการลงทุนด้านนี้มีผลโดยตรงต่อการลดโอกาสการเกิดการโจมตีทางไซเบอร์ ทั้งในด้านต้นทุนทางเศรษฐกิจที่ลดลงจากการโจมตี และการเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุนต่อระบบของบริษัทและรัฐบาล นอกจากนี้ ความเสี่ยงทางไซเบอร์ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อความมั่นคงของชาติ ทำให้รัฐบาลจำเป็นต้องมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและมาตรการควบคุมเพื่อป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการต่อยอดงานวิจัยในเรื่องนี้ควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างแบบจำลองที่ชัดเจนในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุนในการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์และผลกระทบในระยะยาว ทั้งต่อภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคตควรมุ่งเน้นที่การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของกฎหมายเหล่านี้ต่อธุรกิจ โดยเฉพาะการศึกษาวิธีการลดต้นทุนการปฏิบัติตามข้อกำหนดและเพิ่มประสิทธิภาพในการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์

อภิปรายและสรุป

สถานการณ์ของอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยแสดงให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมของภัยคุกคามที่มีหลายมิติและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ประเทศกำลังเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ เช่น อาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด การฉ้อโกงทางการเงิน และอาชญากรรมทางไซเบอร์ จะเห็นได้

ว่าอาชญากรรมทางไซเบอร์กำลังเป็นปัญหาที่เพิ่มขึ้น การขยายตัวของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและความก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีได้สร้างช่องทางใหม่ ๆ สำหรับกิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์ ส่งผลให้มีเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น การฟิชชิ่ง การขโมยข้อมูลประจำตัว และการฉ้อโกงออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น การพัฒนาเหล่านี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนากลยุทธ์และกรอบระเบียบที่มีประสิทธิภาพเพื่อจัดการกับช่องโหว่ที่เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าในเทคโนโลยี

ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทยสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างความยากจน การศึกษา และอัตราการว่างงาน การศึกษาชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างทางเศรษฐกิจและขาดโอกาสสามารถผลักดันบุคคลไปสู่กิจกรรมอาชญากรรมทางไซเบอร์เป็นแหล่งรายได้ทางเลือก นอกจากนี้ แม้ว่าการศึกษาสูงขึ้นจะช่วยลดโอกาสในการกระทำอาชญากรรม แต่ก็ยังสามารถทำให้ผู้ที่มิทักษะทางเทคนิคทำอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่ซับซ้อนมากขึ้น อัตราการว่างงานที่เพิ่มขึ้นยังทำให้ปัญหานี้รุนแรงขึ้น โดยผลักดันให้บุคคลหาวิธีการสนับสนุนทางการเงินที่ผิดกฎหมาย ปัญหานี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการดำเนินนโยบายสังคมและเศรษฐกิจที่ครอบคลุมเพื่อลดสาเหตุรากฐานและลดแรงจูงใจในการกระทำอาชญากรรมทางไซเบอร์

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แม้ว่าจะสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ก็ยังสร้างความท้าทายที่สำคัญในการต่อสู้กับอาชญากรรมทางไซเบอร์ การนำเทคโนโลยีและการเชื่อมต่อ broadband ที่แพร่หลายทำให้ขนาดและผลกระทบของการโจมตีทางไซเบอร์เพิ่มขึ้น การพัฒนาเทคโนโลยีที่รวดเร็ว มักเกิดขึ้นเร็วกว่าการนำมาตราการด้านความปลอดภัยมาใช้ ทำให้มีโอกาสน้อย ๆ สำหรับอาชญากรรมทางไซเบอร์ นอกจากนี้ ระดับความชำนาญทางเทคโนโลยีของประชากรยังส่งผลต่อทั้งความสามารถในการกระทำอาชญากรรมทางไซเบอร์และความสามารถในการป้องกันจากการโจมตี การจัดการกับปัญหาเหล่านี้ต้องใช้มาตรการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง และการเพิ่มพูนความรู้และการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยดิจิทัลสำหรับประชาชน

แม้ว่าประเทศไทยจะมีความก้าวหน้าในการพัฒนากฎหมายและเสริมสร้างความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการจัดการกับอาชญากรรมทางไซเบอร์ แต่ก็ยังมีความท้าทายอยู่ การทำงานร่วมกันของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และมาตรการทางกฎหมายจำเป็นต้องใช้วิธีการที่ครอบคลุมในการจัดการกับความซับซ้อนของอาชญากรรมทางไซเบอร์ ความพยายามในอนาคตควรมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างมาตรการทางกฎหมาย การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และการแก้ไขความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจและสังคม การร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่แข็งแกร่งและลดผลกระทบของอาชญากรรมทางไซเบอร์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

REFERENCES

- Apichaimongkol, S., & Phakdee, A. (2024). Economic and Financial Crime, Sustainability and Good Governance. *RMUTP Journal of Business and Innovation Management*, 3(1), 96-98.
- Becker, G. S. (1968). Crime and punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy*, 76(2), 169-217.
- Brown, K., Nelson, R., & Smith, D. (2021). Cybersecurity education as a tool for crime prevention. *Journal of Information Security*, 17(4), 314-330.
- Bukrapue, P. (2015). Fraudulent activities against foreign tourists in Thailand: A case study of jewelry business. *International Journal of Criminal Justice Sciences*, 10(2), 165-172.
- Calderwood, F., & Popova, I. (2018). Smartphone cyber security awareness in developing countries: A case of Thailand. In R. Zitouni, & M. Agueh (Eds.), *Emerging Technologies for Developing Countries* (pp. 79-86). Cham: Springer.
- Chotewetsin, P. (2022). Political risk factors affecting the economy of Thailand. *Asian Political Science Review*, 6(2), 43-51.
- Clark, E., & Davis, H. (2020). Technology and cybersecurity: Addressing the challenges of modern threats. *Journal of Cybersecurity Policy*, 11(4), 215-233.
- Davis, H., & Lee, K. (2019). AI and cybersecurity: Bridging the gap. *Journal of Information Security Research*, 23(2), 34-57.
- Dearden, T. E., Parti, K., & Hawdon, J. (2021). Institutional Anomie Theory and Cybercrime Cybercrime and the American Dream, Now Available Online. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 37(3), 311-332.
- Emerald Insight. (2018). *Thailand firms up Asian trend on cybersecurity rules*. Retrieved from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/OXAN-DB240082/full/html>
- Financial Crime News. (2024). *Thailand Country Financial Crime Dashboard 2024*. Retrieved from <https://www.financialcrimenews.com>
- Gordon, S., & Ford, R. (2006). On the definition and classification of cybercrime. *Journal in Computer Virology*, 2(1), 13-20.
- Gorian, E. (2021). Normative legal mechanism for ensuring cyberspace security of Thailand. *Voprosy Bezopasnosti*, (3), 1-20.

- Greenfield, R., Davis, L., & Parker, S. (2022). Unemployment, poverty, and cybercrime: An analysis of socio-economic factors. *Journal of Digital Crime*, 8(1), 56-75.
- Gupta, P., & Mata-Toledo, R. A. (2016). Cybercrime: In Disguise Crimes. *Journal of Information Systems and Operations Management*, 10(1), 1-10.
- Hoanca, B., & Mock, K. J. (2020). Artificial intelligence-based cybercrime. In M. Khosrow-Pour (Ed.), *Encyclopedia of criminal activities and the deep web* (pp. 36-51). Hershey, PA: IGI Global.
- Jones, T., & Smith, R. (2020). Cybercrime and income inequality: A global study. *Journal of Cybersecurity*, 15(3), 45-67.
- Khurunun, K., & Saengthongdee, T. (2023). Guidelines for preventing cybercrime in Thailand. *Journal of Legal Entity*, 9(6), 179-190.
- Kraiwanit, T., & Srijaem, P. (2021). Evaluation of internet transaction fraud in Thailand. *Indian Journal of Economics and Business*, 20(1), 195-204.
- Kshetri, N. (2006). The simple economics of cybercrimes. *IEEE Security & Privacy Magazine*, 4(1), 33-39.
- Kshetri, N. (2013). Cybercrime and Cybersecurity in the Global South: Status, Drivers and Trends. In *Cybercrime and Cybersecurity in the Global South* (pp. 1-29). London: Palgrave Macmillan.
- Kshetri, N. (2021). Economics of artificial intelligence in cybersecurity. *IT Professional*, 23(4), 73-77.
- Leukfeldt, E. R., & Yar, M. (2016). Applying Routine Activity Theory to Cybercrime: A Theoretical and Empirical Analysis. *Deviant Behavior*, 37(3), 263-280.
- Lewis, J., & Kessler, H. (2020). Legal frameworks and cybersecurity: An evolving challenge. *Cybercrime Studies*, 19(1), 97-112.
- Machim, K., Jariyapoom, T., & Pornpundejwittaya, P. (2020). Guidelines for the protection of computer crime threats in the industrial business. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(4), 1-13.
- Mason, P., Lee, T., & Kim, S. (2021). Reducing unemployment through technology training: A case study. *Journal of Technological Advancement*, 14(5), 201-219.
- Nachaisin, Y. (2019). Strategies for combating cyberterrorism in Thailand. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 13(2), 27-42.
- Nelson, P., & Wright, M. (2021). Global cooperation in cybercrime regulation. *Journal of International Law and Cybersecurity*, 12(3), 221-240.

- OpenGov Asia. (2024). *Thailand's strategies to combat cybercrime*. Retrieved from <https://www.opengovasia.com/thailands-strategies-to-combat-cybercrime/>
- Park, J., Cho, D., Lee, J. K., & Lee, B. (2019). The economics of cybercrime. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, 10(1), 1-23.
- Parker, D., & Jones, S. (2021). Educating the digital age: Cybercrime prevention through education. *Computers & Security*, 105, 102-120.
- Ramadani, S., Siahaan, A. P. U., Sutrisno, S., Ritonga, S., Amelia, W. R., Dalimunthe, H., & Munthe, R. (2018). Impact of cybercrime on technological and financial developments. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 4(10), 341-344.
- Riek, M., Böhme, R., & Moore, T. (2016). Measuring the influence of perceived cybercrime risk on online service avoidance. *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing*, 13(2), 261-273.
- Rogers, M. (2011). The psyche of cybercriminals: A psycho-social perspective. In B. Grieve, & C. Tyner (Eds.), *Psychology of cybercrime* (pp. 35-50). Springer.
- Rungsrisawat, S., Jermisittiparsert, K., & Thanetpaksapong, S. (2019). Do the crime and the socioeconomic strain affect economic growth? A case of an emerging ASEAN economy. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 9(2), 391-407.
- Stalans, L. J., & Donner, C. M. (2018). Explaining why cybercrime occurs: Criminological and psychological theories. In H. Jahankhani (Ed.), *Cyber criminology* (pp. 25-45). Cham: Springer.
- Techatassanasoontorn, A., Huang, H., Trauth, E., & Juntiwassarakij, S. (2011). Analyzing ICT and development: Thailand's path to the information economy. *Journal of Global Information Management*, 19(1), 1-29
- Ter, K. L. (2017). Combating cybercrime in Singapore. *TIJ's Research Journal of Social Science & Management (RJSSM)*, 7(1), 45-53.
- Thai Examiner. (2024). *Campaign to fight cybercrime in Thailand*. Retrieved from <https://www.thaia Examiner.com/thai-news-foreigners/2024/08/19/campaign-to-fight-cybercrime-in-thailand/>
- Thangamuthu, P., Rathee, A., Palanimuthu, S., & Balusamy, B. (2020). Cybercrime. In M. Khosrow-Pour (Ed.), *Encyclopedia of criminal activities and the deep web* (pp. 1-22). Hershey, PA: IGI Global.

- Tilleke & Gibbins. (2024a). *Thailand establishes a technology crime court*. Retrieved from <https://www.mondaq.com/thailand/crime/1302912>
- Tilleke & Gibbins. (2024b). *Thailand's new cybercrime measures enlist aid of banks and service providers*. Retrieved from <https://www.tilleke.com/insights/thailands-new-cybercrime-measures-enlist-aid-of-banks-and-service-providers/>
- Ungkap, P., & Daengsi, T. (2022, March). Cybersecurity Awareness Modeling Associated with Influential Factors Using AHP Technique: A Case of Railway Organizations in Thailand. *2022 International Conference on Decision Aid Sciences and Applications (DASA)* (pp. 1359-1362). IEEE.
- Verma, S., & Gupta, N. (2020). Application of Artificial Intelligence in Cybersecurity. In H. S. Saini, R. Sayal, R. Buyya, & G. Aliseri (Eds.), *Innovations in Computer Science and Engineering* (pp. 65–72). Singapore: Springer.
- Williams, M., Brown, T., & Clark, L. (2019). Income disparity and the rise of cybercrime. *Crime, Law, and Social Change*, 10(2), 123-145.
- Worldmetrics. (2024). *Thailand Crime Rate Statistics: Market Data Report 2024*. Retrieved from <https://www.worldmetrics.org>
- Yamcharoen, P., Bayewu, A., Ojo, T. P., & Fatoye, O. E. (2022). Evaluating state cybersecurity laws and regulations in the United States. *Advances in Multidisciplinary and Scientific Research*, 8(3), 47-56.

การศึกษาระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 เพื่อการพัฒนารูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันที่เหมาะสมแก่ประชากรไทยตามแต่ละช่วงวัย

Exploring Intelligent Business Systems and Marketing 5.0: Developing a Suitable Preventive Health System Model for the Thai Population Across

Diverse Age Cohorts

คชาภรณ์ สุขนิต¹ ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน² ไพรินทร์ ทองภาพ³

Khachaporn Suknit¹ Supasit Lertbuasin² Phairin Thongpharp³

¹นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา

¹Graduate Student of Master of Business Administration, Burapha University, Thailand

E-mail: 63710030@go.buu.ac.th

²อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

²Lecturer, Faculty of Business Administration Burapha University, Thailand

E-mail: supasitlbs2010@gmail.com

³อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาล คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

³Lecturer of Human Resource Development, Faculty of Education Burapha University, Thailand

E-mail: phairint@go.buu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: September 5, 2024 ; Revised: October 6, 2024; Accepted: October 8, 2024)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาปัญหาสุขภาพของประชากรไทยในแต่ละช่วงวัย และนำระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 ช่วยออกแบบและพัฒนาระบบสุขภาพเชิงป้องกัน ให้เหมาะสมกับประชากรไทยในแต่ละช่วงวัย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงเอกสารและใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบสุขภาพเชิงป้องกัน ระบบธุรกิจอัจฉริยะ และการตลาด 5.0 ระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ ของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 20 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยกรสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ประชากรไทยป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังจำนวนมาก 5 อันดับแรก ได้แก่ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคหลอดเลือดสมอง และโรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง โดยระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 สามารถจัดการข้อมูล เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์

และพยากรณ์ระบบสุขภาพเชิงป้องกันได้ โดยการทำการตลาดในปัจจุบันต้องอาศัยข้อมูลของผู้บริโภคเป็นสำคัญในการวิเคราะห์และออกแบบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพเชิงป้องกัน เพื่อให้เหมาะสมกับประชากรไทยแต่ละช่วงวัย รวมถึงแต่ละบุคคลได้ โดยการป้องกันก่อนการเกิดโรคเป็นสิ่งที่ประชากรไทยทุกช่วงวัยควรให้ความสำคัญ สามารถทำได้โดยการตรวจสุขภาพเชิงป้องกันของแต่ละโรงพยาบาลที่มีอยู่ สามารถตรวจคัดกรองได้ไม่ครอบคลุมครบทุกโรค และยังต้องมีการพัฒนาหรือปรับปรุงระบบสุขภาพเชิงป้องกันเพิ่มเติม โดยรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันควรให้ผู้ใช้บริการได้เลือกด้วยตนเอง เพื่อให้เหมาะสมในการตรวจคัดกรองโรคของประชากรไทยแต่ละช่วงวัย

คำสำคัญ: ระบบสุขภาพเชิงป้องกัน, การตลาด 5.0, ระบบธุรกิจอัจฉริยะ

Abstract

The objective of this research is to study the health problems of the Thai population across diverse age cohorts and to utilize intelligent business systems and Marketing 5.0 to design and develop a preventive health system tailored to each age group. This qualitative research employs document analysis and in-depth interviews with key informants involved in preventive health systems, intelligent business systems, and Marketing 5.0 at both executive and operational levels in large private hospitals in Chonburi Province. The researcher selected a purposive sample of 20 participants and collected data through semi-structured in-depth interviews, followed by content analysis. The findings reveal that the top five chronic non-communicable diseases among the Thai population are hypertension, diabetes, cardiovascular disease, stroke, and chronic obstructive pulmonary disease. Intelligent business systems and Marketing 5.0 can manage data for analysis and forecasting of preventive health systems. Current marketing strategies must prioritize consumer data to analyze and design preventive health products that are suitable for each age group and individual. Preventive measures before the onset of disease are crucial for all age groups in Thailand. However, the existing preventive health check-up services in hospitals do not cover all diseases comprehensively, indicating a need for further development or improvement. The preventive health system model should allow users to choose the services themselves, ensuring suitability for disease screening for the Thai population across diverse age cohorts.

Keywords: Preventive Health System, Marketing 5.0, Intelligent Business Systems

บทนำ

ประชากรไทยมีปัญหาด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จากการสำรวจของกรมควบคุมโรคพบว่า ประชากรไทยจำนวนมากในปัจจุบันป่วยเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังซึ่ง 5 อันดับแรก ได้แก่ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดสมอง โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง (ถุงลมโป่งพอง) โดยมีสาเหตุหลักมาจากพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิต การรับประทานอาหารที่ไม่เหมาะสม รวมถึงมลพิษทางอากาศ กลุ่มโรคไม่ติดต่อนี้ถือเป็นปัญหาด้านสุขภาพอันดับต้น ๆ ทั้งของประเทศไทย โดยในแต่ละปีมีจำนวนผู้ป่วยและเสียชีวิตเพิ่มขึ้น ดังแสดงได้จากข้อมูลสถิติสุขภาพของประชากรไทยที่กระทรวงสาธารณสุขได้รวบรวมไว้ พบว่าในระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2566 ประชากรไทยมีอัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเพิ่มขึ้นทุกปี (กรมควบคุมโรค, 2566)

จากอัตราประชากรไทยที่ป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า โรคความดันโลหิตสูง เป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่มีอัตราการเจ็บป่วยของประชากรไทยสูงที่สุดในจำนวน 5 โรค และมีอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยพบผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงมากถึง 14 ล้านคน และมากกว่า 7 ล้านคนที่ป่วยแต่ยังไม่เข้ารับการรักษา ซึ่งโรคความดันโลหิตสูงมักจะไม่มีแสดงอาการ หากผู้ป่วยมีความดันโลหิตสูงเป็นระยะเวลานานและไม่ได้รับการรักษา ความรุนแรงของโรคจะเพิ่มมากขึ้น และอาจส่งผลให้เกิดอาการต่าง ๆ เช่น เวียนศีรษะ ปวดศีรษะ หน้ามืด ใจสั่น ตาพร่ามัว เป็นลมหมดสติ และเกิดโรคแทรกซ้อนตามมา ได้แก่ โรคหัวใจ โรคไตเรื้อรัง โรคอัมพฤกษ์ อัมพาต เป็นต้น (กรมประชาสัมพันธ์, 2566) แต่หากผู้ป่วยได้รับการรักษาตั้งแต่เริ่มต้น และมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตพร้อมติดตามวัดความดันโลหิตด้วยตนเองที่บ้านอย่างสม่ำเสมอ ก็จะสามารถควบคุมความดันโลหิตได้ดียิ่งขึ้น และสามารถช่วยลดภาวะแทรกซ้อน ที่รุนแรงได้ (สถานีวิทย์โรคหัวใจแห่งประเทศไทย, 2566) โรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่คนไทยป่วยรองลงมา คือ โรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคหลอดเลือดสมองและปอดอุดกั้นเรื้อรัง ตามลำดับ ซึ่งโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง 5 โรค มีแนวโน้มอัตราการเจ็บป่วยของประชากรไทยเพิ่มทุกปี สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ระบุว่าโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 1 ของประชากรไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 75 ของสาเหตุการเสียชีวิตทั้งหมด หรือเกือบ 4 แสนคนต่อปี โดยจำนวนครึ่งหนึ่งของประชากรที่เสียชีวิตเป็นการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร และคิดเป็นความสูญเสียทางเศรษฐกิจของไทยถึง 1.6 ล้านล้านบาทต่อปี โดยในกลุ่มประชากรไทยวัยแรงงานมีพฤติกรรมเสี่ยงสูงที่สุด พบแนวโน้มผู้ป่วยโรคเบาหวานและโรคความดันโลหิตสูงมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงปีละร้อยละ 5 (ผู้จัดการออนไลน์, 2567)

ซึ่งจะพบว่าประชากรไทยแต่ละช่วงวัยมีปัญหาด้านสุขภาพและการดูแลสุขภาพที่แตกต่างกันทำให้ทางการแพทย์อาจต้องมีการวิเคราะห์และจัดระบบสุขภาพให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัยและรายบุคคล ในปัจจุบันทางการแพทย์ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยทั้งด้านการรักษา วินิจฉัยโรคอย่างมีประสิทธิภาพ

อีกทั้งยังช่วยลดภาระงานบุคลากรทางการแพทย์ได้ รวมถึงมีการจัดเก็บและบันทึกข้อมูลสุขภาพของผู้ป่วย ทำให้โรงพยาบาลทั้งภาคเอกชนและภาครัฐมีข้อมูลด้านสุขภาพของผู้ป่วยอยู่ในฐานระบบข้อมูลที่สามารณนำมาใช้ประโยชน์และอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ได้ ด้วยกระแสความนิยมด้านสุขภาพนี้ทำให้ตลาดสุขภาพเติบโตขึ้น จากผลการสำรวจของศูนย์ดูแลสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งระบุว่า ในปี 2563 ที่ผ่านมา ประชากรไทยมีสถิติเข้าพบแพทย์เพื่อปรึกษาเกี่ยวกับการเสริมภูมิคุ้มกันเพิ่มขึ้น ถึงร้อยละ 20.65 อาจด้วยกระแสด้านสุขภาพ สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่เป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่ทำให้ประชากรไทยหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพเชิงป้องกันกันเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และในปัจจุบันกระแสด้านสุขภาพมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปเป็นการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันมากขึ้น (ศูนย์ดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โรงพยาบาลพระรามเก้า, 2566) ทำให้ตลาดบริการสุขภาพเชิงป้องกันมีโอกาสเติบโตไปพร้อมกระแสสังคมสูงอายของประชากรไทยที่สอดคล้องไปกับการใช้ชีวิตวิถีใหม่ ที่ให้ความสำคัญด้านสุขภาพมากขึ้น และมีการคาดการณ์จากสถาบันโกลบอลเวลเนสว่าในปี 2568 เศรษฐกิจเพื่อสุขภาพของทั่วโลก จะมีมูลค่าประมาณ 7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 230 ล้านล้านบาท (กรุงเทพธุรกิจ, 2566) ซึ่งจะเห็นว่าตลาดสุขภาพนี้มีการแข่งขันสูงขึ้น ทั้งด้านการบริการ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เทคโนโลยีการรักษา และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

การที่ตลาดสุขภาพมีการนำแนวคิดการตลาด 5.0 ที่เป็นการตลาดที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและความเป็นมนุษย์ผนวกกัน เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภคมากขึ้น และการตลาด 5.0 จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคมีข้อมูลและทางเลือกมากขึ้น ทำให้การตลาด 5.0 ปรับตัวให้เข้ากับบริบท พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของระบบสุขภาพเชิงป้องกันที่กำลังเป็นกระแสความนิยมของประชากรไทย และศึกษาถึงการนำระบบธุรกิจอัจฉริยะที่มีพื้นฐานในการนำข้อมูลขนาดใหญ่ที่แต่ละโรงพยาบาลและหน่วยงานสาธารณสุขมีอยู่ในฐานระบบเวชระเบียนอิเล็กทรอนิกส์ มาช่วยวิเคราะห์หาโปรแกรมสุขภาพที่เหมาะสมกับประชากรไทยในแต่ละช่วงวัยและสามารถอำนวยความสะดวกในการใช้บริการสุขภาพเชิงป้องกัน รวมถึงการนำทฤษฎีทางการตลาด 5.0 มาประยุกต์ใช้ในการบริการให้ประชาชนเข้าถึงบริการสุขภาพแต่ละช่วงวัย รวมถึงการคัดสรรโปรแกรมสุขภาพที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัยและนำไปสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมสุขภาพรายบุคคล

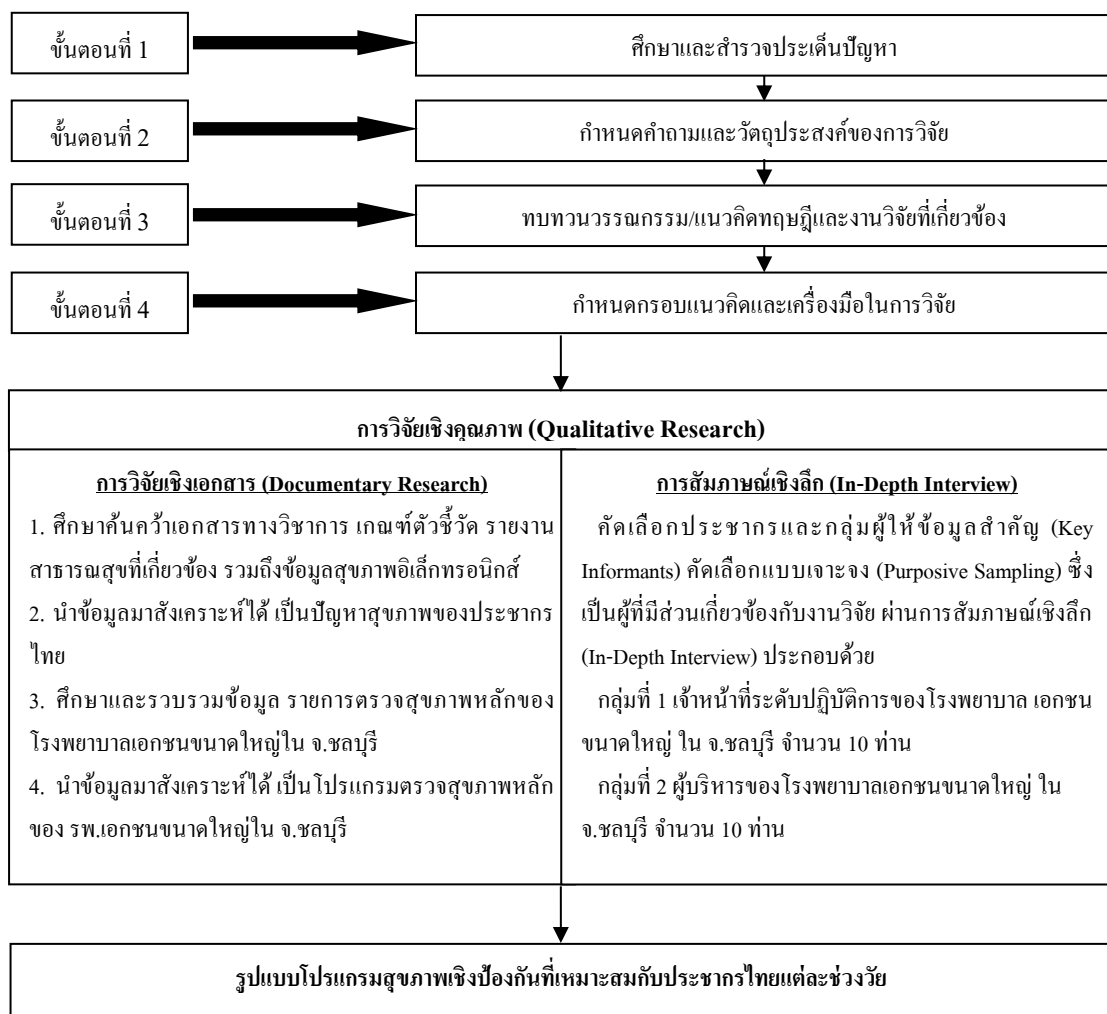
คำถามของการวิจัย

ประชากรไทยแต่ละช่วงวัยมีปัญหาสุขภาพที่แตกต่างกัน การนำระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 มาช่วยออกแบบและพัฒนาระบบสุขภาพเชิงป้องกันให้เหมาะสมกับประชากรไทยแต่ละช่วงวัย อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาสุขภาพของประชากรไทยในแต่ละช่วงวัย
2. เพื่อนำระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 มาช่วยออกแบบและพัฒนาระบบสุขภาพเชิงป้องกันให้เหมาะสมกับประชากรไทยแต่ละช่วงวัย

กรอบขั้นตอนของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบขั้นตอนของการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดระบบธุรกิจอัจฉริยะ

ระบบธุรกิจอัจฉริยะ คือ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการสรุปภาพรวมของข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อช่วยในการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ สำหรับผู้ปฏิบัติงานผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับสูง ซึ่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เป็นการใช้ในระบบการรวบรวมข้อมูลทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หากลั่นกรอง เพื่อแปลงเป็นสารสนเทศที่เหมาะสม โดยจะออกมาในรูปแบบรายงานที่แสดงให้เห็นถึงมุมมองเชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริหาร โดยระบบธุรกิจอัจฉริยะสามารถทำการคาดคะเนหรือประมาณได้ว่าอนาคตจะเป็นอย่างไร หรือเรียกว่า การพยากรณ์นั่นเอง ซึ่งแต่ละปัญหาที่จะแตกต่างกัน ทำให้การพยากรณ์แต่ละปัญหามีความแตกต่างกันออกไปด้วย (ชนรัตน์ บาลทิพย์, 2565) กลุ่มซอฟต์แวร์หรือระบบที่ถูกพัฒนาขึ้นมา สำหรับเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมไว้ในคลังข้อมูล (Data Warehouse) เพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผน รวมถึงการบริหารงานของผู้บริหาร โดยมีการประมวลผลออนไลน์เชิงวิเคราะห์ (Online Analytical Processing) จึงช่วยให้องค์กรพยากรณ์ความต้องการของผู้บริโภคได้แม่นยำ และถูกต้อง ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพการดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ศรีสมบัติ แวงชิน, 2554) และยังช่วยในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้เป็นไปตามเป้าประสงค์ โดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Data Warehouse) คลังข้อมูลขนาดเล็ก (Data Mart) การทำเหมืองข้อมูล (Data Mining) และ เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ระบบธุรกิจอัจฉริยะ (Business Intelligence) มีพื้นฐานมาจากระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support Systems) ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการเชื่อมต่อฐานข้อมูลที่เร็วขึ้น การสร้างแบบจำลองที่ซับซ้อนขึ้น ซึ่งนักวิเคราะห์อาจจะได้เรียนรู้ถึงระบบ AI (Artificial Intelligence) และถือเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งของวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ หรือการเชื่อมต่อของผู้ใช้งานบนมือถือและเว็บไซต์ แต่หลักการของระบบธุรกิจอัจฉริยะก็ยังคงเหมือนเดิม (บริษัท บิสซิเนส พอร์ทัล จำกัด, 2561)

แนวคิดการตลาด 5.0

การตลาด 5.0 คือ การใช้เทคโนโลยีที่เลียนแบบมนุษย์มาใช้สร้าง สื่อสาร ส่งมอบและเพิ่มมูลค่าตลอดการเดินทางของผู้บริโภค (Customer Journey) โดยให้ความสำคัญของข้อมูลและการนำเอาแพลตฟอร์มที่เหมาะสมมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ หลักของการตลาด 5.0 มีพื้นฐานมาจากการตลาด 3.0 ที่เน้นความเข้าใจมนุษย์ และการตลาด 4.0 ที่เน้นพลังของเทคโนโลยีและให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก (Customer Centric) ดังนั้นการตลาด 5.0 จึงเป็นการผสมผสานจุดเด่นของการตลาด 3.0 และ 4.0 เข้าด้วยกัน เป็นการตลาดที่นำเอาเทคโนโลยีมาช่วยเพื่อช่วยทำความเข้าใจมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น

หลักของการตลาด 5.0 สามารถอธิบายให้เข้าใจได้อย่างง่ายตามสมการ ดังต่อไปนี้ “มนุษย์ + ข้อมูล + เทคโนโลยี + แพลตฟอร์ม + วิเคราะห์ = การตลาด 5.0” (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2564) หลักการดังกล่าวนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ศึกษา ทำความเข้าใจ และผสมผสาน เพื่อการทำการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยมีการนำเอาเทคโนโลยีทางการตลาด (Mar Tech) มาใช้ โดยมีฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เป็นฐานรองรับ (Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I., 2021)

การนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาปรับใช้ในการตลาด เพื่อสื่อสาร ส่งมอบและเพิ่มคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) ซึ่งถือเป็นหนึ่งของคุณค่าสำคัญของการตลาด 5.0 ที่เป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง ที่มีความสามารถในการเลียนแบบมนุษย์ เพื่อมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเพิ่มศักยภาพให้นักการตลาดดิจิทัล ในการประมวลข้อมูลที่มีอยู่จำนวนมหาศาล มาใช้ในการวิเคราะห์ การตัดสินใจที่เหมาะสม และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านั้น ประกอบด้วย

1. Artificial Intelligence: AI เป็นปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกได้ มีความชาญฉลาดคล้ายกับสมองของมนุษย์

2. Natural Language Processing: NLP เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ที่ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถเข้าใจภาษาของมนุษย์ ได้

3. ระบบเซนเซอร์

4. Augmented Reality: AR เป็นการใช้เทคโนโลยีมาผสมผสานระหว่างโลกเสมือนจริง และโลกแห่งความเป็นจริง

5. Virtual Reality: VR เป็นการใช้เทคโนโลยีโลกเสมือน ซึ่งเป็นการจำลองสภาพแวดล้อมจริงเข้าไปให้ดูเสมือนจริง

6. Internet of Things: IoT เป็นอุปกรณ์ สิ่งของ ที่มีการฝังระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบเซนเซอร์ หรือ ซอฟต์แวร์ลงไปเพื่ออำนวยความสะดวกบางอย่างของมนุษย์

7. Block Chain: (BT) ระบบเทคโนโลยีที่สร้างความปลอดภัย
แนวคิดสุขภาพเชิงป้องกัน

ศาสตร์ทางการแพทย์แขนงหนึ่ง เรียกว่า เวชศาสตร์เชิงป้องกัน (Preventive Medicine) ที่ให้ความสำคัญในการดูแลและป้องกันสุขภาพ ก่อนการเกิดโรค รวมถึงลดการแพร่กระจายของโรคติดต่อ และไม่ติดต่อ ซึ่งเป็นการนำความรู้ทุกด้านมาประยุกต์ใช้ร่วมกันแบบองค์รวม เพื่อให้บุคคลทุกช่วงอายุ และทุกเพศ มีการป้องกันแบบ 3 ระดับ ดังนี้

1. การป้องกันก่อนการเกิดโรค เป็นการค้นหาปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรค เพื่อให้แต่ละบุคคลมีองค์ความรู้ในการดูแลป้องกันสุขภาพของตนเอง

2. การตรวจคัดกรองโรค เป็นการตรวจและวินิจฉัยโรค เพื่อหาโอกาสและความเสี่ยงในการเกิดโรค รวมถึงแนวทางการรักษาที่เหมาะสมและถูกต้องแม่นยำสำหรับแต่ละบุคคล

3. การป้องกันและฟื้นฟูสภาพหลังจากเป็นโรค เป็นการลดโอกาสและป้องกันการเกิดโรคซ้ำ

โดยการป้องกันควบคุมโรค ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การป้องกันโรค (Prevention) และการควบคุมโรค (Control) โดยตามความหมายเดิมนั้น การป้องกันโรค หมายถึง มาตรการและกิจกรรมที่ดำเนินการ ก่อนที่จะเกิดโรคหรือภัย เพื่อไม่ให้เกิดโรคหรือภัยดังกล่าว ส่วนการควบคุมโรค นั้น หมายถึง มาตรการและกิจกรรมที่ดำเนินการหลังจากที่เกิดโรคหรือภัยขึ้นแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ให้อาการหรือภัยนั้นสงบโดยเร็ว ก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิตและความเป็นอยู่ (เช่น ความเจ็บป่วย ความพิการ การตาย ความสูญเสียทางสังคม และความสูญเสียทางเศรษฐกิจ) น้อยที่สุด และไม่เกิดขึ้นอีก หรือหากเกิดขึ้น ก็สามารับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Effectively) และประสิทธิภาพ (Efficiently) มากขึ้น (กรมควบคุมโรค, 2561)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรนิษฐา ธรรมชั้น และคณะ (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาโปรแกรมสารสนเทศการจัดการข้อมูลผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง โรงพยาบาลหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อพัฒนาและศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมสารสนเทศ การจัดการข้อมูลผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง เป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา โดยแบ่งการดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะวิเคราะห์สถานการณ์ ระยะดำเนินการ และระยะประเมินผล โดยใช้การพัฒนาในรูปแบบ System Development Life Cycle (SDLC) พบว่าผลการศึกษาในระยะวิเคราะห์สถานการณ์ มีการกำหนดแนวทางและระยะเวลาในการติดตามดูแลผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองหลังจากคนไข้ออกจากโรงพยาบาล โดยผู้วิจัยจะมีการติดตามผู้ป่วยตามความรุนแรงของโรค และมีการแบ่งขอบเขตการรับผิดชอบของแต่ละโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ผู้วิจัยพบปัญหาของการส่งต่อข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่ให้บริการผู้ป่วย โดยผลการรวบรวมข้อมูลทาง Application Line หรือ Messenger พบว่ามีข้อมูลไม่ครบถ้วนและไม่ชัดเจน ขาดการบันทึกข้อมูลสำคัญในการรักษา และผลการศึกษาในระยะดำเนินการ พบว่า โปรแกรมฯ ที่ถูกพัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ (1) การเข้าใช้งานระบบ (2) การแสดงข้อมูลผู้ป่วย (3) ข้อมูลการดูแลผู้ป่วยที่บ้าน และ (4) ระบบรายงาน ผลการศึกษาในระยะประเมินผล จากการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้โปรแกรมฯ พบว่า โปรแกรม ใช้งานง่าย สะดวก และยังช่วยลดระยะเวลาในการส่งต่อข้อมูลโดยการเชื่อมฐานข้อมูลผู้ป่วย เพื่อให้ได้ ข้อมูลผู้ป่วยที่ถูกต้องครบถ้วน

ปัทมา เทียงสมบุญ และนิเวศ จิระวิเศษชัย (2561) ได้ศึกษา การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะ เพื่อสนับสนุนการพยากรณ์และการตัดสินใจของผู้บริหาร กรณีศึกษา กลุ่มโรงพยาบาล เพื่อพัฒนาและทดสอบความพึงพอใจของระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการพยากรณ์และการตัดสินใจของผู้บริหารเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ การศึกษาวิจัยนี้ใช้โปรแกรม Microsoft Power BI ร่วมกับ

Oracle Database Server 11g 2. เพื่อนำข้อมูลการรักษากลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ปี 2553-2560 จากฐานข้อมูลระบบสารสนเทศของโรงพยาบาล (Hospital Information System) มาสร้างเป็น หน้าจอสรุปข้อมูล (Dashboard) และรายงานอัจฉริยะ เพื่อวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ โดยระบบจะทำปรับเปลี่ยนมุมมองในการวิเคราะห์และการพยากรณ์ข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ระบบธุรกิจอัจฉริยะที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ในงานวิจัยสามารถใช้สนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้เป็นอย่างดี ซึ่งทำการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบ จากผู้บริหารที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัย

James, K., Elrod, L., John, L., & Fortenberry, Jr. (2020) ได้ศึกษาการตลาดทางตรงด้านสุขภาพและการแพทย์ โดยใช้การตลาดผ่านอีเมล และวิธีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้ป่วยมีส่วนร่วมด้านการตลาดแบบทางตรง การส่งข้อความทางไปรษณีย์ อินเทอร์เน็ต และเส้นทางที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันไปยังผู้บริโภค ถูกใช้อย่างกว้างขวางโดยองค์กรด้านการดูแลสุขภาพเพื่อดึงดูดและแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ป่วย สามารถยกตัวอย่างของการตลาดแบบตรง ได้ดังนี้ คือ การตลาดทางตรงโดยจดหมาย การตลาดทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตโดยเลือกช่องทางการสื่อสารตามความสามารถในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมาย การตลาดทางตรงเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารการตลาดที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด ส่วนหนึ่งมาจากการใช้อย่างแพร่หลายและการมีส่วนร่วมโดยตรงกับผู้บริโภค ในขณะที่บางแอปพลิเคชันอาจสร้างการรบกวนผู้บริโภค เช่น เมลล์ขยะ สแปมในกล่องข้อความอีเมล การวิจัยนี้นำเสนอภาพรวมของการตลาดแบบทางตรงและแบ่งปันข้อมูลเชิงลึกในการปรับใช้และประสบการณ์จาก Willis-Knighton Health System พบว่าการตลาดแบบทางตรงเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประโยชน์ เพื่ออำนวยความสะดวกสุขภาพและการแพทย์ เพื่อให้ความรู้และให้ความเข้าใจอย่างชัดเจนแก่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

Haun, J., & et al. (2018) ได้ศึกษาการนำกลยุทธ์การ แพทย์เสมือนจริง มาใช้สำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลผู้ป่วย สำนักงานบริหารสุขภาพทหารผ่านศึก (VHA) การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบ วิธีการของโปรโตคอล PACT เพื่อส่งเสริมการใช้แบบบูรณาการเชิงรุกของ HIT ด้วยการสนทนาแบบกลุ่มในกลุ่มเป้าหมาย ทีมผู้วิจัยได้ร่วมมือกับแพทย์ และนักวิจัยด้านสุขภาพอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเป็นรายบุคคล โดยการวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การนำไปใช้และเนื้อหาที่จำเป็นในการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนา และจัดประชุมเพื่อประเมินเนื้อหาผลลัพธ์ จากการวิจัยครั้งนี้จะเห็นได้ว่าทีมผู้วิจัยเน้นถึงปัจจัยในทางปฏิบัติ เทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกในการดำเนินการ งานวิจัยออกแบบมาเพื่อดึงดูดสมาชิกทางคลินิกของ PACT ในการใช้งาน HIT แบบบูรณาการเชิงรุก ความพยายามเหล่านี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อสนับสนุนการใช้ VA HIT แบบบูรณาการและเชิงรุกเพื่อสนับสนุนการประสานงานด้านการดูแลสุขภาพทางคลินิกในลักษณะที่สอดคล้องกับ PACT โดยตรง

รูปแบบการวิจัย

1. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ เกณฑ์ตัวชี้วัด รายงานสาธารณสุขที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลสุขภาพอิเล็กทรอนิกส์และรายการตรวจสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยเอกสาร บทความทางวิชาการ เกณฑ์ตัวชี้วัดด้านการแบ่งช่วงวัยของประชากรไทย แบ่งตามเกณฑ์ของกรมอนามัย เกณฑ์ตัวชี้วัดด้านการแบ่งช่วงวัยของประชากรไทย แบ่งตามเกณฑ์ของกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงสาธารณสุข และรายการตรวจสุขภาพหลักของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ใน จ.ชลบุรี ที่มีจำนวนเตียงรองรับผู้ป่วยจำนวนมากกว่า 100 เตียงขึ้นไป

ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และทำการสุ่มด้วยวิธีการแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้มาทั้งหมด 4 โรงพยาบาล ได้แก่ โรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชา โรงพยาบาลสมิติเวชชลบุรี โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา และโรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา ที่มีจำนวนเตียงรองรับผู้ป่วยจำนวนมากกว่า 100 เตียงขึ้นไปตามลำดับ และนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) มาสังเคราะห์เป็นปัญหาสุขภาพของประชากรไทยแต่ละช่วงวัย และโปรแกรมสุขภาพหลักของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ใน จ.ชลบุรี เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการวิจัยต่อไป

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยซึ่งได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ใช้ในการวิจัย จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชี่ยวชาญ ตลอดจนบุคคลที่มีความสำคัญในการพัฒนาระบบสุขภาพเชิงป้องกัน ด้วยแนวคิดระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 โดยดำเนินการกระบวนการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยตนเอง เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากระบบการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชี่ยวชาญ ตลอดจนบุคคลที่มีความสำคัญ โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบสุขภาพเชิงป้องกัน ระบบธุรกิจอัจฉริยะ และการตลาด 5.0 โดยมีการคัดเลือกและการสุ่มกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 คือ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกประกอบด้วย 1) มีหน้าที่หลักเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจอัจฉริยะ การตลาด 5.0 รวมถึงแนวคิดสุขภาพเชิงป้องกัน 2) มีความเชี่ยวชาญ ความรู้ ความเข้าใจและมีประสบการณ์ในงานสาขาที่ตนเอง

รับผิดชอบ ที่มีอายุงาน 5 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) จากจำนวนเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี ในฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยขนาดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ต้องการจำนวน 10 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับระดับปฏิบัติการของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี ทั้ง 4 โรงพยาบาล ที่มีจำนวนเตียงรองรับผู้ป่วยจำนวนมากกว่า 100 เตียงขึ้นไป

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 2 คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระดับบริหารของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ใน จ.ชลบุรี จำนวน 10 ท่าน โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบเฉพาะเจาะจง (Purpose Sampling) เพื่อทำการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินงาน ทั้งด้านการบริหาร การเงิน การแพทย์และการตลาด รวมถึงมีความรู้ ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในด้านการบริหารและระบบสุขภาพเชิงป้องกันของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุงาน 5 ปีขึ้นไป

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยขั้นตอนนี้ใช้กระบวนการวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดให้มีการสัมภาษณ์ที่มีลักษณะให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured interview) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ด้วยวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ด้านปัญหาสุขภาพของประชากรไทยในแต่ละช่วงวัยและโปรแกรมตรวจสุขภาพหลักของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำแนวคิดระบบธุรกิจอัจฉริยะ การตลาด 5.0 และการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน มาประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบและพัฒนารูปแบบโปรแกรมสุขภาพเชิงป้องกันที่เหมาะสมแก่ประชากรไทยแต่ละช่วงวัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. เมื่อสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi –Structured interview) เรียบร้อยแล้วนำแบบสัมภาษณ์ ให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) ผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ของแต่ละข้อไม่น้อยกว่า 0.5 (จรรยาพร ธีระพจน์, 2562)

2. ยื่นพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2565 (เอกสารที่ IRB4-245/2565)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured interview) ที่เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด โดยให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แสดงทรรศนะและเสนอความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมากที่สุด และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการดำเนินการกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้เพื่อนำมาซึ่งการตอบโจทย์การวิจัย โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ตามรูปแบบการวิเคราะห์แบบ Thematic Analysis (อานุกาญญา อ่าง และลิซ่า ลูคัส, 2560) มาถอดเทป (Transcribe) เพื่อสังเคราะห์และแยกแยะความหมายออกมาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งจะพิจารณาสิ่งที่เหมือนและแตกต่างกันของข้อมูล (Krueger, 1998) เพื่อจัดระบบข้อมูลและลดทอนข้อมูลที่ไม่จำเป็นออก (Data Reduction) จากนั้นทำการตีความ (Interpret) โดยตีความหมายของข้อมูลออกมา จากข้อมูลที่มีอยู่และหาความเชื่อมโยงกันของข้อมูลที่ปรากฏ (Ritchie and Spencer, 2002) ซึ่งผู้วิจัยจะสามารถสร้างข้อสรุปได้ จากกระบวนการตีความ แล้วจึงหาข้อสรุปที่เชื่อมโยงหรือมีความสอดคล้องของกลุ่มข้อมูลเทียบกับแนวคิดและกรอบขั้นตอนของการวิจัยเพื่อนำระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 มาช่วยในการออกแบบและพัฒนาระบบสุขภาพเชิง ป้องกัน ที่เหมาะสมกับประชากรไทยแต่ละช่วงวัย

ผลการวิจัย

1. สรุปผลของการวิจัยเชิงเอกสาร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลโปรแกรมตรวจสุขภาพจากโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ โรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชา, โรงพยาบาลสมิติเวชชลบุรี, โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา และ โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา ตามลำดับ พบว่าแต่ละโรงพยาบาลได้ออกแบบโปรแกรมการตรวจสุขภาพออกมาหลากหลายโปรแกรม ตามแต่ละความเสี่ยงการเกิดโรคและการเปลี่ยนแปลงของร่างกายตามแต่ละช่วงวัย โดยแบ่งโปรแกรมตรวจสุขภาพเป็น 4 ช่วงวัยดังนี้

1. อายุต่ำกว่า 35 ปี จะเป็นโปรแกรมตรวจสุขภาพพื้นฐาน มีรายการตรวจที่ไม่ซับซ้อน เช่น การตรวจความสมบูรณ์ของเลือด การตรวจการทำงานของตับและไต ตรวจปัสสาวะแบบสมบูรณ์

ตรวจเอ็กซเรย์ปอดและหัวใจ ระดับน้ำตาลและไขมันในเส้นเลือด ซึ่งเป็นการคัดกรองความเสี่ยงการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในอนาคตได้

2. อายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป จะเป็นโปรแกรมตรวจสุขภาพที่มีรายการตรวจที่เจาะลึกและเฉพาะทางมากขึ้น เน้นตรวจอวัยวะที่สำคัญของร่างกายโดยละเอียดด้วยเครื่องมือพิเศษทางการแพทย์ร่วมด้วยเพื่อค้นหาความเสี่ยงการเกิดโรคร้ายในอนาคต และตรวจการทำงานของร่างกายครบทุกระบบเนื่องจากเป็นวัยที่อวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง มีความเสี่ยงการเกิดโรคเพิ่มมากขึ้น

3. อายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป จะเป็นโปรแกรมตรวจสุขภาพที่มีรายการตรวจเฉพาะทางเพิ่มมากขึ้น ตรวจการทำงานของอวัยวะโดยละเอียด เช่น การทำงานของตับ การทำงานของไต ระดับไขมันและน้ำตาลในเส้นเลือด ระบบปัสสาวะและอูจจาระ ตรวจการได้ยิน ตรวจสายตา ตรวจคัดกรองความเสี่ยงการเกิดโรคมะเร็งต่าง ๆ ทั้งในเพศหญิงและเพศชาย ตรวจโดยเครื่องมือพิเศษทางการแพทย์เพื่อดูความผิดปกติภายในร่างกาย ที่อาจเป็นสาเหตุการเกิดโรคในวัยสูงอายุได้

4. อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จะเป็นโปรแกรมตรวจสุขภาพที่มีเฉพาะโรงพยาบาลพญาไทศรีราชา ซึ่งมีรายการตรวจแบบครบระบบโดยละเอียดทั้งการตรวจจากเลือด ปัสสาวะ และอูจจาระ รวมถึงตรวจโดยใช้เครื่องมือพิเศษทางการแพทย์ เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่ต้องได้รับการดูแลร่างกายเป็นพิเศษ ระบบต่าง ๆ ภายในร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจเป็นสาเหตุของการเกิดโรคต่าง ๆ ได้ ทั้งโรคไม่ติดต่อเรื้อรังและโรคไม่เรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคเบาหวาน โรคมะเร็ง เป็นต้น

2. สรุปผลของการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม รวม 20 ท่าน ตามหัวข้อการศึกษาพบว่า

2.1 หัวข้อการศึกษาที่ 1 ระบบธุรกิจอัจฉริยะ สามารถช่วยจัดการข้อมูล เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และพยากรณ์ระบบสุขภาพเชิงป้องกัน

ข้อมูลส่วนมากที่โรงพยาบาลได้รับจากผู้ให้บริการ คือ ข้อมูลชื่อ-สกุล, อายุ, เพศ, สิทธิการรักษา และ ข้อมูลสุขภาพของผู้ให้บริการ ถือเป็นข้อมูลขนาดใหญ่ที่รวบรวมได้และมีความสัมพันธ์กับระบบสุขภาพเชิงป้องกันสามารถนำมาประกอบการวิเคราะห์และพยากรณ์ระบบสุขภาพเชิงป้องกันได้ โดยแต่ละโรงพยาบาลมีการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าวลงในระบบสารสนเทศของโรงพยาบาลซึ่งแต่ละที่ก็จะมีระบบสารสนเทศที่แตกต่างกันออกไป แต่มีหลักการทำงานคล้ายคลึงกัน โดยเก็บเป็นฐานข้อมูลเมื่อต้องการเรียกใช้ข้อมูลจะให้สิทธิ์ผู้เกี่ยวข้องเท่านั้นที่จะสามารถดึงข้อมูลที่ต้องการออกมาได้ เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และพยากรณ์ระบบสุขภาพเชิงป้องกัน

ข้อมูลดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับระบบสุขภาพเชิงป้องกัน และสามารถนำข้อมูลมาประเมินรายการตรวจสุขภาพหรือรายการวัคซีนป้องกันการเกิดโรคต่าง ๆ ได้ ในส่วนของผู้บริหารสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจในด้านการลงทุนและประกอบการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการหรือการลงทุนด้านเครื่องมือทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับระบบสุขภาพเชิงป้องกันได้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบสุขภาพเชิงป้องกัน

ปัจจุบันแต่ละโรงพยาบาลได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสามารถช่วยในการวิเคราะห์ ออกแบบและพยากรณ์ระบบสุขภาพเชิงป้องกันได้ เมื่อโรงพยาบาลมีข้อมูลที่ชัดเจน ก็สามารถที่จะใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นแนวทางในการออกแบบโปรแกรมตรวจสุขภาพเชิงป้องกัน หรือโปรแกรมอื่น ๆ ได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการและทันตามช่วงเวลา สถานการณ์ ได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น

2.2 หัวข้อการศึกษาที่ 2 การตลาด 5.0 สามารถพัฒนาและออกแบบรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัย

การตลาดในปัจจุบัน ถูกขับเคลื่อนด้วยข้อมูลตลอดเวลา ซึ่งในการทำการตลาดต้องอ้างอิงบนพื้นฐานของข้อมูลที่เชื่อถือได้ ต้องพยากรณ์ได้ว่าแนวโน้มตลาดในอนาคตจะเป็นอย่างไร ซึ่งการที่โรงพยาบาลรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้บริการและข้อมูลด้านการตลาดถือเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถช่วยในการออกแบบรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันได้ และเนื่องด้วยพฤติกรรมสุขภาพของผู้ใช้บริการแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกัน เมื่อมีข้อมูลส่วนนี้สามารถช่วยในการออกแบบรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันได้ จนถึงระดับผลิตภัณฑ์รายบุคคลได้ เพราะเป็นข้อมูลที่มีความละเอียดและแม่นยำมากขึ้นกว่าในอดีต

ปัจจุบันแต่ละโรงพยาบาลมีการนำเทคโนโลยีด้านการตลาด 5.0 เข้ามาช่วยผู้ให้บริการในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล การตลาดเชิงคาดการณ์ การตลาดเชิงบริบท การตลาดเชิงศักยภาพ และการตลาดแบบจับใจ เพื่อช่วยลดความซ้ำซ้อนในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานอีกด้วย โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนบุคคลได้ถือเป็นสิ่งที่น่าสนใจ โดยโรงพยาบาลแต่ละที่จะมีการสร้างและพัฒนาแอปพลิเคชันสุขภาพขึ้นมาช่วยเชื่อมต่อข้อมูลสุขภาพระหว่างผู้ให้บริการกับโรงพยาบาล และเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารระหว่างโรงพยาบาลและผู้ให้บริการ เป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาเชื่อมต่อระหว่างโรงพยาบาลกับผู้ให้บริการ แบบเสมือนจริง เสมือนมีโรงพยาบาลมาอยู่ในโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากแอปพลิเคชันสามารถตอบสนองความต้องการแบบรายบุคคลได้ และยังเป็นผู้ช่วยในการประเมินภาวะสุขภาพพร้อมให้คำแนะนำในการดูแลอีกด้วย

ในการออกแบบรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันต้องมีการทำงานร่วมกันของหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนกการตลาด แผนกตรวจสอบคุณภาพ แพทย์ รวมถึงฝ่ายบริหาร เป็นต้น เพื่อร่วมกันในการคิดวิเคราะห์ เพื่อออกแบบโปรแกรมตรวจสอบคุณภาพและโปรแกรมชั้นสุขภาพต่าง ๆ ออกมา เนื่องจากแต่ละฝ่ายจะมีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันและรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันยังถือเป็นเรื่องใหม่ และยังไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่ารูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันที่แต่ละโรงพยาบาลออกแบบมา มีความเหมาะสมในการคัดกรองโรคหรือดูแลสุขภาพเชิงป้องกันสำหรับประชากรไทยแต่ละช่วงวัยมากน้อยเพียงใด จึงต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งกันและกัน

2.3 หัวข้อการศึกษาที่ 3 แนวคิดสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Medicine) ที่ให้ความสำคัญกับการป้องกัน และลดการแพร่ระบาด

การป้องกันก่อนการเกิดโรคสามารถทำได้โดยการตรวจสอบสุขภาพ ฉีดวัคซีนป้องกันการเกิดโรคต่าง ๆ และการปรับพฤติกรรมการดำเนินชีวิต ซึ่งถือเป็นการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน การดูแลสุขภาพเชิงป้องกันสามารถป้องกันการเกิดโรคได้ และหากปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวไม่ว่าจะเป็น การตรวจสอบสุขภาพ การฉีดวัคซีนป้องกันการเกิดโรค การปรับพฤติกรรมการดำเนินชีวิตจะสามารถป้องกันการเกิดโรคได้มาก ซึ่งรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันของแต่ละโรงพยาบาลที่มีอยู่อาจจะยังไม่ได้ดีที่สุด มีความเหมาะสมสำหรับตรวจคัดกรองในบางโรค บางโรคก็อาจจะยังไม่เหมาะสม โดยแต่ละโรงพยาบาลยังคงต้องมีการพัฒนาหรือปรับปรุงซึ่งรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันเพิ่มเติม เพื่อให้เป็นไปตามแนวโน้มตลาดสุขภาพ และตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันควรให้ผู้ให้บริการได้เลือกด้วยตนเอง และเพื่อให้เหมาะสมในการตรวจคัดกรองโรคของประชากรไทยแต่ละช่วงวัย

เนื่องจากประชากรไทยแต่ละช่วงวัยมีสุขภาพแตกต่างกัน ดังนั้นควรได้รับการตรวจคัดกรองโรคแตกต่างกันไปตามความเสี่ยงและปัญหาสุขภาพของแต่ละช่วงวัย โดยเริ่มจากวัยเด็ก ควรตรวจคัดกรองในด้านระดับโภชนาการที่ไม่สมดุล ตรวจเกี่ยวกับด้านพัฒนาการ รวมถึงการฉีดวัคซีนพื้นฐานในเด็กที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด สำหรับวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานควรตรวจสอบสุขภาพพื้นฐานคัดกรองโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เกิดจากพฤติกรรมการดำเนินชีวิต เนื่องจากช่วงวัยดังกล่าวมีอัตราการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องมาจากพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และวัยสูงอายุควรมีการตรวจแบบละเอียดทุกระบบของร่างกาย เนื่องจากเป็นวัยที่ระบบในร่างกายเสื่อมถอย หากเกิดอาการเจ็บป่วยต้องทำการรักษาโดยใช้ยา ร่วมกับการปรับพฤติกรรม และสำหรับการตรวจสอบสุขภาพเป็นประจำทุกปี เพื่อคัดกรองความเสี่ยงการเกิดโรค และการฉีดวัคซีนป้องกันโรค ถือเป็นส่วนหนึ่งในแนวทางป้องกันการเกิดโรคซ้ำ เพราะเป็นการตรวจสอบร่างกายอีกครั้ง รวมถึงเป็นการดูแลสุขภาพเบื้องต้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพของประชากรไทยแต่ละช่วงวัย และการนำระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 มาพัฒนารูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันให้เหมาะสมกับประชากรไทยแต่ละช่วงวัย นำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาปัญหาสุขภาพของประชากรไทยในแต่ละช่วงวัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาสุขภาพของประชากรไทยทุกกลุ่มอายุ ทุกช่วงวัยและทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยอ้างอิงตามเขตสาธารณสุขทั้งหมด 12 เขต ระหว่างปี 2560–2566 พบว่าประชากรไทยมีอัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable diseases-NCDs) ได้แก่ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคหลอดเลือดสมอง และโรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง (ถุงลมโป่งพอง) เป็นจำนวนมากและมีอัตราผู้ป่วยเพิ่มขึ้นทุกปี ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable diseases-NCDs) มีสาเหตุการเกิดโรคมาจากพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิต ยกตัวอย่างเช่น พฤติกรรมการรับประทานอาหาร พฤติกรรมด้านการออกกำลังกาย พฤติกรรมด้านการนอนหลับพักผ่อน เป็นต้น ซึ่งโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable diseases-NCDs) ไม่ได้เกิดจากการติดเชื้อโรค และไม่สามารถแพร่กระจายเชื้อไปสู่ผู้อื่นได้ โรคในกลุ่มนี้จะมีการดำเนินโรคอย่างช้า ๆ มีอาการเจ็บป่วยสะสมโดยที่ผู้ป่วยไม่รู้ตัว และหากไม่ได้รับการตรวจสุขภาพเป็นประจำก็อาจจะไม่ทราบและไม่ได้รับการรักษาอย่างถูกต้องทันเวลา จนมีความรุนแรงของโรคมามากขึ้น และกลายเป็นอาการเรื้อรังในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวัลลภา อังคารา (2561) ที่ได้ศึกษาภาวะสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของ ประชาชนในชุมชนบ้านเอื้ออาทรบางเขน (คลองถนน) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาวะอ้วนและมีความดันโลหิตสูง โดยสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการให้ความรู้ด้านสุขภาพ เพื่อให้ประชาชน ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพเพื่อการมีสุขภาพที่ดี โดยเฉพาะพฤติกรรมสุขภาพด้านการออกกำลังกาย และการลดการสูบบุหรี่หรือดื่มสุรา

2. วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อนำระบบธุรกิจอัจฉริยะและการตลาด 5.0 มาช่วยออกแบบและพัฒนาระบบสุขภาพเชิงป้องกันให้เหมาะสมกับประชากรไทยแต่ละช่วงวัย

ผลการวิจัยพบว่า ระบบธุรกิจอัจฉริยะ สามารถช่วยจัดการข้อมูล เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และพยากรณ์ระบบสุขภาพเชิงป้องกัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ระบบธุรกิจอัจฉริยะสามารถช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่โรงพยาบาลได้รับจากผู้ให้บริการ โดยนำข้อมูลขนาดใหญ่ที่โรงพยาบาลได้รับจากผู้ให้บริการได้แก่ ชื่อ, นามสกุล, อายุ, เพศ, สิทธิการรักษา และ ข้อมูลสุขภาพ เป็นต้น มารวบรวมเข้าสู่ระบบสารสนเทศของแต่ละโรงพยาบาล ซึ่งแต่ละระบบจะมีการทำงานที่คล้ายคลึงกัน และเมื่อต้องการนำข้อมูลจากระบบสารสนเทศมาใช้เพื่อช่วยในการพยากรณ์ระบบ

สุขภาพเชิงป้องกัน จะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประมวลผล เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและคาดการณ์แนวโน้มตลาดสุขภาพได้ รวมถึงผู้บริหารสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาร่วมประกอบการตัดสินใจในการลงทุนโครงการหรือเครื่องมือทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับระบบสุขภาพเชิงป้องกันได้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบสุขภาพเชิงป้องกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปัทมา เทียงสมบุญ และนิเวศ จิระวิจิตชัย (2561) ที่ได้ศึกษา การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการพยากรณ์และการตัดสินใจของผู้บริหาร กรณีศึกษา กลุ่มโรงพยาบาล เพื่อพัฒนาและทดสอบความพึงพอใจของระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการพยากรณ์และการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งระบบธุรกิจอัจฉริยะที่ได้พัฒนาขึ้นมาสามารถใช้สนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้เป็นอย่างดี

และการตลาด 5.0 สามารถช่วยออกแบบและพัฒนารูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัยได้ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก การทำการตลาดในยุคปัจจุบันจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่น่าเชื่อถือและแม่นยำ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบในการทำการตลาด ออกแบบผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และคาดการณ์แนวโน้มตลาดในอนาคต อีกทั้งข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลจริงที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ได้แก่ พฤติกรรมด้านสุขภาพ พฤติกรรมการสอบถามผ่านทางช่องทางสื่อสารของโรงพยาบาลทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ พฤติกรรมการซื้อโปรแกรมสุขภาพของโรงพยาบาล เป็นต้น ส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ใน จังหวัดชลบุรี สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้งานได้จริงจนนำไปสู่การออกแบบรูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันให้เหมาะสมกับประชากรไทยแต่ละช่วงวัยได้ รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีด้านการตลาดเข้ามาช่วย ผู้ให้บริการในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างโรงพยาบาลและผู้ให้บริการ เป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาเชื่อมต่อระหว่างโรงพยาบาลกับผู้ให้บริการ ให้เข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ James, K., Elrod, L., John, L., & Fortenberry, Jr. (2020) ได้ศึกษาการตลาดทางตรงด้านสุขภาพและการแพทย์: โดยใชการตลาดผ่านอีเมลและวิธีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้ป่วยมีส่วนร่วม ด้านการตลาดแบบทางตรง การส่งข้อความทางไปรษณีย์ อินเทอร์เน็ต และเส้นทางที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันไปยังผู้บริโภค โดยการตลาดแบบทางตรงเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประโยชน์ เอื้ออำนวยต่อสุขภาพและการแพทย์ เพื่อให้ความรู้และให้ความเข้าใจอย่างชัดเจนแก่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ในกรณีของการใช้มากเกินไปและการใช้งานในทางที่ผิดโดยองค์กร อย่างไรก็ตาม ต้องใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่งในการออกแบบและปรับใช้การริเริ่มด้านการตลาดแบบทางตรงอย่างไม่เหมาะสม การออกแบบและดำเนินการด้วยความเคารพ การตลาดทางตรงช่วยอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารที่สำคัญ สร้างรายได้ ให้กับองค์กรด้านสุขภาพได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ควรให้ความสำคัญด้านข้อมูล (Data) เน้นย้ำการบันทึกข้อมูลลงในระบบสารสนเทศของโรงพยาบาลอย่างถูกต้องและแม่นยำ เมื่อนำระบบธุรกิจอัจฉริยะมาช่วยในการจัดการข้อมูลข้อมูลที่ประมวลออกมาจะเป็นข้อมูลจริงที่น่าเชื่อถือ และสามารถนำไปต่อยอดในการคาดการณ์แนวโน้มตลาดไปจนถึงแนวโน้มธุรกิจได้ และควรให้ความสำคัญในการอบรมและฝึกปฏิบัติการใช้งานระบบธุรกิจอัจฉริยะที่ถูกต้องให้แก่ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องในโรงพยาบาล

1.2 แผนการตลาด และ ผู้บริหารการตลาด ควรนำข้อมูลที่ผ่านมาผ่านการสังเคราะห์จากระบบธุรกิจอัจฉริยะ มาเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มตลาดในอนาคต และเป็นแนวทางในการออกแบบโปรแกรมโฆษณาหรือโปรแกรมตรวจสอบสุขภาพเชิงป้องกันต่างๆ

1.3 ผู้บริหารของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี ควรส่งเสริมให้มีนโยบายเน้นการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันสำหรับให้บริการแก่ผู้ให้บริการโรงพยาบาลและประชาชนในพื้นที่ โดยสามารถให้ผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันด้วยตนเองได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการขยายขอบเขตของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อศึกษาข้อมูลสำคัญในกลุ่มที่กว้างขึ้น เพื่อนำมาพัฒนาเป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบระบบสุขภาพเชิงป้องกันที่เหมาะสมกับประชากรไทยแต่ละช่วง อาทิ ผู้ให้บริการโรงพยาบาลรัฐบาลประชากรที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออก และ ประชากรไทยทุกภูมิภาค เป็นต้น

2.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรแยกชุดคำสัมภาษณ์ของแต่ละกลุ่มตามหน้าที่การปฏิบัติงานรายละเอียดดังนี้

1) เจ้าหน้าที่เวชระเบียน ใช้ชุดคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการ

2) เจ้าหน้าที่สารสนเทศ ใช้ชุดคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับด้านระบบธุรกิจอัจฉริยะ โดยเจาะลึกถึงระดับการใช้งานระบบ

3) เจ้าหน้าที่การตลาด ใช้ชุดคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับด้านการทำการตลาด

4) แพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู ใช้ชุดคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับด้านสุขภาพ

เนื่องจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลบางท่านที่ไม่มีความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ อาจให้ข้อมูลได้ไม่ชัดเจน

2.3 การศึกษาครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ บนพื้นฐานของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 จากผู้ให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลรัฐบาล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและมีการออกแบบแบบสอบถามเฉพาะกลุ่ม โดยแยกชุดคำถามสำหรับผู้ให้บริการโรงพยาบาลเอกชนและผู้ให้บริการโรงพยาบาลรัฐบาล เพื่อให้ได้ข้อมูลจริงจากผู้ให้บริการ และสามารถนำมาประกอบการวิเคราะห์ผลการวิจัยได้

REFERENCES

- Bangkok Business. (2023). *Are you at risk of "weak heart"? Warning signs of heart disease and coronary artery disease*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1098273>.
- Business Portal Co., Ltd. (2018). *Business Intelligence system (Business Intelligence) and Big Data management*. Retrieved from <https://mbamagazine.net/index.php/intelligent/nida-wisdom/item/626-business-intelligence-big-data>.
- Department of Disease Control. (2018). *Thailand's 20-Year Disease Prevention and Control Development Plan (2017-2057)*. Bangkok: Akson Graphic & Design Press.
- Department of Disease Control. (2023). *The Department of Disease Control campaigns for World Diabetes Day 2023, focusing on educating the public about diabetes risks and how early detection can reduce severe complications*. Retrieved from https://ddc.moph.go.th/brc/news.php?news=38403&deptcode=brc&news_views=2606
- Haun, J., Chavez, M., Hathaway, W., Antinori, N., Melillo, C., Cotner, B., . . . Nazi, K. (2018). Virtual Medical Modality Implementation Strategies for Patient-Aligned Care Teams to Promote Patient Care: Protocol for a Mixed-Methods Study. *JMIR Research Protocols*, 7(8), e11262.
- James, K. E., & John, L. F. (2020). Advertising in health and medicine: Using mass media to communicate with patients. *BMC Health Services Research*, 20(2020), Article818. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05599-3>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. New Jersey: John Willey & Sons.
- Krueger, R. A. (1998). *Moderating Focus Groups*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mahidol University. (2021). *Health behavior modification with lifestyle medicine*. Retrieved from <https://www.thaihealth.or.th/?p=236894>
- Manager Online. (2024). *NCDs claim 75% of Thai lives, with diabetes and hypertension increasing by 5% annually*. Retrieved from <https://mgronline.com/qol/detail/9670000015146>
- National Broadcasting Services of Thailand. (2023). *Ministry of Public Health reveals*

- that in 2023, Thailand has seen more than 349,000 stroke patients. Retrieved from <https://nbt2hd.prd.go.th/th/content/category/detail/id/2153/iid/227609>
- Public Relations Department. (2023). *The Department of Disease Control advises the public to regularly check their blood pressure: "Know the numbers, know the risks, avoid non-communicable diseases"*. Retrieved from <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/182186>
- Rama 9 Hospital's Holistic Health Care Center. (2023). *Three trending wellness health care practices in 2023*. Retrieved from <https://w9wellness.com/th/wellness-trends-2023>
- Ritchie, J., & Spencer, L. (2002). Qualitative Data Analysis for Applied Policy Research. In A. M. Huberman & M. B. Miles (Eds.), *The Qualitative Researcher's Companion* (pp. 305-329). SAGE Publications, Inc.
- Ruanggoon, J. (2019). *Development of tourism group leaders to promote cultural tourism on the old Chao Phraya River trail*. Bangkok: Thonburi Rajabhat University.
- Thammakhun, W., Boonchieng, W., Thongprachum, A., & Boonchieng, E. (2021). Development of the Information System Program for Data Management among Patients with Cerebrovascular Diseases Hod Hospital, Chiang Mai Province. *Journal of Nursing and Public Health Research*, 1(2), 42-56.
- Thupa-ang, A., & Lucas, L. (2017). The Quality of Teaching and Quality Assurance in Higher Education in Thailand: an exploration of academic perceptions and experiences. *Journal of Educational, Srinakharinwirot University*, 18(2), 243-258.
- Tiangsombun, P., & Chirawichitchai, N. (2018). Business Intelligence Systems to Support Executive Forecasting and Decisions Making Case Study: Healthcare. *Veridian E-Journal, Science and Technology Silpakorn University*, 5(4), 16-30.
- Undara, W. (2018). The Study of Health Status and Health Behaviors of People in Baan Aur-Arthorn Community Bangkhen (Klong Thanon). *Royal Thai Navy Medical Journal*, 45(1), 121-138.
- Waengchin, S. (2011). Development of business intelligence with data warehousing. *Journal of Executive Management*, 31(1), 160-165.
- Wiwattanakornwong, K., Limlawan, V., Jangruxsakul, S., Khumboon, R., & Banthip, T. (2022). Business Intelligence Development to Supporting Logistics Management For SMEs: A Case Study of XYZ Company. *Suthiparit Journal*, 36(3), 65-82.