



ISSN 1686-5731

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์

BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์

Business Administration and Economics Review

เจ้าของ : คณะบริหารธุรกิจ คณะบัญชี และ คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
(Business Administration and Economics Review)

บรรณาธิการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานะ เงินศรีสุข
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการบริหาร (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตต์ วรรณศิลป์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาดา คุปตานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันฤดี สุขสงวน

ดร.เฉลิมพร เย็นเอือก

อาจารย์พงษ์ยุทธ กล้ายุทธ

คุณจันทนา ก้อนทอง

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ กลั่นกรองบทความ (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมนต์ วิเศษสรรพ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุภาภา แฝงเกษร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตต์ วรรณศิลป์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตศร เทอดเผ่าพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาดา คุปตานนท์

ดร.กฤษฎา มุ้ยหมัด

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ กลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ อรุณี นรินทรกุล ณ อยุธยา
รองศาสตราจารย์ กุสุมา เวชชบูล
รองศาสตราจารย์ จารุพร ไวยนันท์
รองศาสตราจารย์ ดร.ราเชนทร์ ชินทยารังสรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ
รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ
ดร.วรศักดิ์ พุมมานนท์

รองศาสตราจารย์ ธาวิ หิรัญรัมย์
รองศาสตราจารย์ ศศนันท์ 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 ตรีหังน
นาวาอากาศเอก ศาสตราจารย์ ไชยา วงษ์กระจ่าง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานพ เรียวเดช
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา วัจนะสาลิกกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา พฤษาพันธุ์รัตน์
รองศาสตราจารย์ ดร.มณฑล ศาสนนันท์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิติพัฒน์ ฉัตรอัครพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุชจรี พิเชฐกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล พันธุ์ภักดิ์
รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา
ดร.พิสิทธิ์ พัวพันธ์

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

ดร.กิตติ 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 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ทรงคุณวุฒิประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจ
แห่งชาติ กระทรวงการคลัง

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช
วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้อำนวยการสายงานวิศวกรรมและการผลิต บริษัท ดีเอสแอล
ซีฟลายเซน (ประเทศไทย) จำกัด
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าธนบุรี
คณะกรรมการและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง



รองศาสตราจารย์ ดร.นิติ รัตนปรีชาเวช

ดร.สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลสุชาดา ศิริสม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิระ บุญยเนตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม

ดร.นพภูฏล สุวรรณทรัพย์

ผู้อำนวยการโครงการธุรกิจจอสั่งหริมทรัพย์ คณะ

พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะกรรมการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

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 : www.rsu.ac.th/bae/

ออกแบบและจัดพิมพ์ที่ :

สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต

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

โทร. (02) 997-2222 ต่อ 5229, 5231

วัตถุประสงค์ (Objectives)

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review)

มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางด้านวิชาการและการวิจัยในสาขาต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐศาสตร์
บริหารธุรกิจ และการบัญชี
2. เพื่อเป็นแหล่งระดมความคิดในการศึกษาค้นคว้าวิจัยและการพัฒนาทางด้านเศรษฐศาสตร์
บริหารธุรกิจ และการบัญชี
3. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแนวความคิดความรู้ ความก้าวหน้าในด้านการวิจัย และการ
ให้บริการวิชาการ
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 | ● การตลาด |
| ● การเงินและการลงทุน | ● การบัญชี |
| ● การจัดการการขนส่ง ซัพพลายเชน และโลจิสติกส์ | ● การจัดการทรัพยากรมนุษย์และองค์กร |
| ● การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ | ● การจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ |
| ● การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ | ● การจัดการทั่วไป |

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ เป็นวารสารราย 6 (1 ปี มี 2 ฉบับ) คือ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

เลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (International Standard Serial Number – ISSN) คือ 1686-5731

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 ที่สนับสนุนหรือด้านต่อทฤษฎีหรือองค์ความรู้ทางวิชาการเดิมหรือเป็นการนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีผู้ใดวิเคราะห์หรือเรียบเรียงมาก่อน

- บทความวิจัย (Research Article) เป็นงานเขียนที่มาจากการวิจัยของผู้เขียนหรือผู้ร่วมการทำการวิจัยอย่างเป็นระบบและไม่เคยได้ทำการตีพิมพ์มาก่อน

- บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นงานเขียนบทความที่วิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระของหนังสือหรือบทความเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ต่อไปของผู้อ่าน

องค์ประกอบของบทความดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

บทความวิชาการ (Academic Article) และบทความวิจัย (Research Article) ประกอบด้วย

1. **ชื่อเรื่อง (Title)** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดต้องมีชื่อเรื่องเป็นภาษาไทย)

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 สารบัญประเด็นต่างๆ (Contents)
- 1.3 อภิปรายและสรุป (Discussion/Conclusion)
- 1.4 เอกสารอ้างอิง (References)

2. บทความวิจัย (Research Article) ควรประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

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

6. เอกสารอ้างอิง (References)

บทความทุกบทความที่ส่งมายังวารสารเพื่อพิจารณาทั้งบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้องเขียนอ้างอิงเอกสารหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ในการตอนท้ายของบทความเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น และให้เขียนในรูปแบบของ APA (American Psychology Association) โดยผู้ส่งบทความต้องตรวจสอบความถูกต้องของการเขียนอ้างอิงให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ บทความใดที่มีรูปแบบการอ้างอิงไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดจะไม่ได้รับการพิจารณาการประเมินบทความในขั้นตอนถัดไป

ตัวอย่างการอ้างอิงตามหลักเกณฑ์ APA ได้แก่

การอ้างอิงข้อบทความในวารสาร

❖ 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) ประกอบด้วยการแนะนำเกี่ยวกับหนังสือที่วิจารณ์ ส่วนที่แสดงความคิดเห็นและรายละเอียดของการวิจารณ์พร้อมการกล่าวถึงจุดเด่นและจุดด้อยของหนังสือโดยอธิบายอย่างมีหลักเกณฑ์และเหตุผลตามหลักวิชาการ
5. บทสรุป (Conclusion) โดยการเขียนสรุปความคิดเห็นทั้งหมดที่ทำการวิจารณ์ พร้อมทั้งเสนอแนวคิดหรือข้อสังเกตของผู้วิจารณ์เอง

กระบวนการพิจารณาบทความ (Review Process)

บทความที่ผู้ส่งมาเพื่อพิจารณาสำหรับการลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาตามขั้นตอน ดังนี้

1. เมื่อทางกองบรรณาธิการได้รับบทความแล้วจะทำการแจ้งไปยังผู้ส่งบทความ
2. ทางกองบรรณาธิการจะตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความว่ามีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของวารสารหรือไม่ รวมถึงประโยชน์ของบทความนั้นๆ ว่านำไปใช้กับผู้อ่านหรือไม่ทั้งในเชิงทฤษฎีและการประยุกต์เพื่อนำไปใช้
3. เมื่อกองบรรณาธิการพิจารณากลับครั้งแรกแล้วก็จะนำส่งไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความนั้นๆ 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/

ค่าธรรมเนียมการตรวจพิจารณาบทความ

ผู้ส่งบทความเพื่อให้ทางกองบรรณาธิการพิจารณาสำหรับการตีพิมพ์ ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการตรวจพิจารณาคุณภาพบทความในส่วนค่าตอบแทนของผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นจำนวนเงิน 4,000 บาท ต่อ 1 บทความ

โดยโอนเงินเข้า : บัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาอยุธยาวิทยาลัยรังสิต ชื่อบัญชี “เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์” เลขที่บัญชี 020-0-04710-8 ซึ่งหลังการโอนเงิน โปรดแจ้งแก่ทางกองบรรณาธิการ เพื่อการตรวจสอบและดำเนินการในขั้นตอนต่อไป หรือท่านอาจส่งหลักฐานการโอนเงินไปยังโทรสาร หมายเลข (02) 997-2222 ต่อ 1076

ทั้งนี้ กรณีบทความซึ่งผ่านการตรวจคุณภาพปรากฏผลการพิจารณาว่าถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ เจ้าของบทความไม่สามารถเรียกร้องขอค่าธรรมเนียมคืนจากทางกองบรรณาธิการ

การสมัครสมาชิกและการต่ออายุสมาชิก

ท่านที่ต้องการบอกรับเล่มวารสารสามารถสมัครสมาชิกใหม่และต่ออายุสมาชิกได้โดยการถ่ายสำเนาใบสมัครสมาชิกจากด้านหลังเล่มวารสาร หรือ Print out ใบสมัครสมาชิกจากทางเว็บไซต์ของวารสารและกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนพร้อมชำระเงินโดยการโอนเงินเข้าทางบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาอยุธยาวิทยาลัยรังสิต ชื่อบัญชี “เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์” เลขที่บัญชี 020-0-04710-8 ซึ่งหลังการโอนเงิน โปรดส่งใบสมัครสมาชิก และสำเนาการชำระเงินมายังกองบรรณาธิการ หรือส่งผ่านทางโทรสาร หมายเลข (02) 997-2222 ต่อ 1076

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

- การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษา
ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 1
โดย ดวงนภา สุวรรณธาดา
- ปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน ของ
พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในกลุ่มบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) 25
โดย อนันต์ เกลี้ยงแก้ว และ นิภา นิรุตติกุล
- คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัท
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 46
โดย เทชนัฐ ศรีรัชดากร และ นิมนวล วิเศษสรรพ
- ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา
ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต 67
โดย อธิเมศร์ ธนาชัยสุขพัฒน์ และ ศรุตฯ แพ่งเกษร

บทความวิชาการ

- นีโอแบงก์ธุรกิจการเงินกับการแทนที่ธนาคารเพื่อรายย่อยในอนาคต 85
โดย ศรร์ สุทธิคุณ โอริณรักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษา
ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

**Confirmatory Factor Analysis in Factors Affecting Loyalty of Undergraduate
Students of Regular Programs, Rajabhat Maha Sarakham University**

ดวงนภา สุวรรณธาดา

Duangnapa Suwannatada

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand

Tel: 08-4334-1561 Email: suwannatada561@gmail.com

(Received: October 30, 2021 ; Revised: November 12, 2021 ; Accepted: December 10, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 425 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผลการวิจัยพบว่า โมเดลของตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษาคุณภาพการ บริการและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 29 ตัวแปร

คำสำคัญ: ความจงรักภักดีต่อองค์กร, การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน, สถาบันอุดมศึกษา

Abstract

Research subject Confirmatory Factor Analysis in Factors Affecting Loyalty of Undergraduate Students of Regular Programs, Rajabhat Maha Sarakham University, the objective was to test factors that pass on loyalty to institution of students of Rajabhat Maha Sarakham University, a sample group of university students Rajabhat Maha Sarakham consisted of 425 people,

using a simple random sampling method. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics including average percentage and using confirmatory factor analysis, analyzing the coherence of the model with the empirical data, the results revealed that model of latent variables of student satisfaction, service quality and university image consistent with empirical data with a total of 28 observable variables.

Keywords: *Organization loyalty, Confirmatory Factors Analysis, Higher education institutions*

บทนำ

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของไทยจัดว่าเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ที่มีกระบวนการดำเนินงานที่ซับซ้อน นอกจากนั้นแล้วยังมีบทบาทหน้าที่ที่มีความหลากหลายทั้งการพัฒนานักศึกษา การพัฒนางานวิจัยและการให้บริการสังคม ดังนั้น การดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา จึงมีความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมรวมไปถึงนักศึกษาหรือผู้เรียนที่มีสัมพันธ์กับกิจกรรมการจัดการเรียนการสอน อันเป็นหน้าที่หลักของสถาบันอุดมศึกษาและเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อบทบาทการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา แต่จำนวนของนักศึกษาที่เข้าเรียนในระดับอุดมศึกษากลายมาเป็นปัญหาที่หลายมหาวิทยาลัยกำลังเผชิญ โดยกรอบแผนการศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ (Office of the National Higher Education Commission, 2007) ระบุว่า ประชากรไทยยังมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ ส่งผลต่อจำนวนเด็กและเยาวชนที่ลดลง จึงชี้ให้เห็นว่าประชากรวัยอุดมศึกษาคือมีอายุในช่วง 18-22 ปี จากข้อมูลการลดลงของนักศึกษา อันมีสาเหตุมาจากอัตราการเกิดของประชากรลดลงส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาอย่างมาก ต้องมีการปรับตัวในการดำเนินงาน บางสถาบันได้รับผลกระทบจนมีการเลิกกิจการ นอกจากอัตราประชากรแล้วปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาคือนโยบายของรัฐบาลที่อนุญาตให้สถาบันการศึกษาจากต่างประเทศเข้ามาดำเนินงานในประเทศได้ส่งผลให้การแข่งขันเพื่อแย่งชิงจำนวนผู้เรียนมีความรุนแรงมากขึ้น และมหาวิทยาลัยราชภัฏก็เผชิญปัญหานี้เช่นกัน

ข้อมูลจากแผนบริหารความเสี่ยงมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามประจำปี 2561 (Rajabhat Mahasarakham University, 2018) ได้ระบุจำนวน นักศึกษาที่ลดลงเป็นความเสี่ยงในการดำเนินงานโดยมีปัจจัยเสี่ยงคือ การลดลงของประชากรวัยเรียน ทำให้แนวโน้มนักศึกษาเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามลดลงและแนวโน้มการเข้าเรียนต่อ สายสามัญลดลงจากนโยบายส่งเสริมให้นักเรียนศึกษาต่อในสายอาชีวะเพิ่มขึ้น การแข่งขันของมหาวิทยาลัยทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อจำนวนนักศึกษาที่เข้า ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยของ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

มหาสารคาม และปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวพบว่าถูกระบุไว้ในแผนบริหารความเสี่ยงปี 2564 (Rajabhat Mahasarakham University, 2018) แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามได้เผชิญกับปัญหาจำนวนนักศึกษาที่ลดลงอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายปี

สภาวะจำนวนนักศึกษาที่ลดลงนั้นได้อยู่ในความสนใจของผู้วิจัยและนำมาศึกษาเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา มีงานวิจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงการเชื่อมโยงหลักการทฤษฎีด้านการบริหาร การจูงใจ และการตลาดเข้ามาเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา ขณะที่ทางด้านผู้เรียนนั้นมีโอกาสเข้าถึงการศึกษาในระดับอุดมศึกษาได้ง่ายมากขึ้น มีโอกาสเข้าเรียนในสถาบันที่มีชื่อเสียงได้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยจะเป็นการศึกษาในขั้นตอนของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

บททวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีงานวิจัยระบุว่าการศึกษาที่ผู้เรียนเลือกสถานที่เรียนระดับอุดมศึกษานั้น ผู้เรียนพิจารณาจากภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและหลักสูตรในระดับมากที่สุด Suwanwong. N. (2017) และ Saengchan. K. (2006) พบว่าผู้เรียนมีระดับการตัดสินใจต่อการเลือกหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพาในระดับมาก ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ โดยอาจารย์ผู้สอนมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือหลักสูตร ภาพลักษณ์ของวิทยาลัย และการบริหารจัดการของวิทยาลัย ส่วนด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนในระดับปานกลาง Sudsanguan. K. (2017) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษานั้นในด้านสถาบันเหตุผลส่วนตัว และด้านเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก Samrit. W. (2017) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้นักเรียนโรงเรียนรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนมากที่สุดคือสถานศึกษา ขณะที่ Saikham1. R, Padgate. W. (2017, p.1348-1358) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคเหนือตอนล่าง พบว่าปัจจัยด้านระบบการสอบคัดเลือกมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือสภาพแวดล้อมของสถาบัน และค่าธรรมเนียมการศึกษา/แหล่งเงินทุน/ค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามลำดับ ยังมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนในระดับอุดมศึกษาในอีกมุมมองที่ต่างออกไป คือเมื่อผู้เรียนเข้ามาศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาแล้วผู้เรียนได้ผ่านประสบการณ์ด้วยตนเองแล้วผู้เรียนมีทัศนคติอย่างไรเมื่อเข้ามาสู่กระบวนการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แท้จริงของสถาบัน โดยเฉพาะการศึกษาภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างสูงของสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบัน ผลจากการวิจัยของ Wattana. N, Tantong. P. (2018, p. 632-650) Adisairattanakun. N, Ritkaew. S. (2017, p.72-82)

พบว่าความจงรัก- รักดีต่อองค์กรเป็นผลมาจากการที่ลูกคามีทัศนคติในเชิงบวกต่อองค์กรมีการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือ บอกต่อไปยังลูกค้าคนอื่นซึ่งเป็นผลต่อองค์กรในด้านภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือนำไปสู่ความ- สัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กร ในขณะที่ Sue Ling Lai (2019) ได้ทำการศึกษาความจงรักภักดีของนักศึกษา ชาวเวียดนามที่ไปศึกษาในระดับอุดมศึกษาทั่วโลก โดยศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความจงรัก- รักดีซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือความจงรักภักดีทางทัศนคติและความจงรักภักดีทางพฤติกรรม พบว่า ความภักดีของนักเรียนต่างชาติเป็นปัจจัยที่สามารถผลักดันองค์กรไปสู่ความยั่งยืนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในด้านการเงิน การจัดอันดับและทรัพยากรมนุษย์ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าเมื่อผู้เรียนได้ตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาแล้วการที่จะทำให้ผู้เรียนมีความจงรักภักดีต่อสถาบันนั้นจะนำไปสู่ความผูกพันต่อสถาบันในระยะยาว

Kanraweekulthana. N, Kongmalai. O. (2017, p.19-36) ได้วิจัยเรื่อง ความเสี่ยงในการดำเนินการของมหาวิทยาลัยต่อความจงรักภักดีของนักศึกษา: บริบทการจัดการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความเสี่ยงทางการตลาดในมุมมองของนักศึกษาที่ส่งผลต่อความภักดีของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และเสนอแนะแนวทางการบริหารความเสี่ยงเพื่อเพิ่มผล สัมฤทธิ์ในการพัฒนาประเด็นเชิงกลยุทธ์ด้านการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยในการศึกษาวิจัยได้นำทฤษฎีด้านการตลาดมาใช้ ผลการวิจัยพบว่าความ สัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความเสี่ยงของการศึกษาระดับอุดมศึกษา (7C's Higher Education) และความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันองค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อลดความเสี่ยง

Charoenpanit. T. (2017) วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในแบรนด์สถาบันการศึกษากรณีศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตหาดใหญ่ พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อความภักดีในแบรนด์สถาบันการศึกษามี 4 ตัวเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีผลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ ความผูกพันที่มีต่อแบรนด์สถาบันการศึกษา การรับรู้คุณค่าแบรนด์สถาบันการศึกษา ภาพลักษณ์ของแบรนด์สถาบันการศึกษา และความไว้วางใจที่มีต่อแบรนด์สถาบันการศึกษา ตามลำดับ

Trakulkasemsuk. P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017) วิจัยเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของนักศึกษาและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยต่อความภักดีของนักศึกษาต่างชาติในมหาวิทยาลัยเอกชนไทย ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักศึกษาต่างชาติสูงสุด รองลงมาคือความพึงพอใจของนักศึกษา ในขณะที่คุณภาพการบริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักศึกษาต่างชาติ ทั้งยังพบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษาค่อนข้างสูงมากแต่ไม่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ในขณะที่ความพึงพอใจของนักศึกษากับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ

และผลย้อนกลับ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจของนักศึกษามีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยค่อนข้างสูงมาก แต่ในทางกลับกันภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยกลับมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษาต่างชาติเป็นลบ

Laomalo. W. (2019) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มีกลุ่มประชากรคือนักศึกษาชั้น ม.6 ที่สนใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มากที่สุดคือ กลุ่ม ปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยทางด้านสังคม ตามลำดับ

Songsraboon. R. (2021, p. 220-231) วิจัยเรื่อง โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย พบว่า คุณภาพบริการ ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

ผู้วิจัยทำการสรุปกรอบแนวคิดวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่จะพัฒนาไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

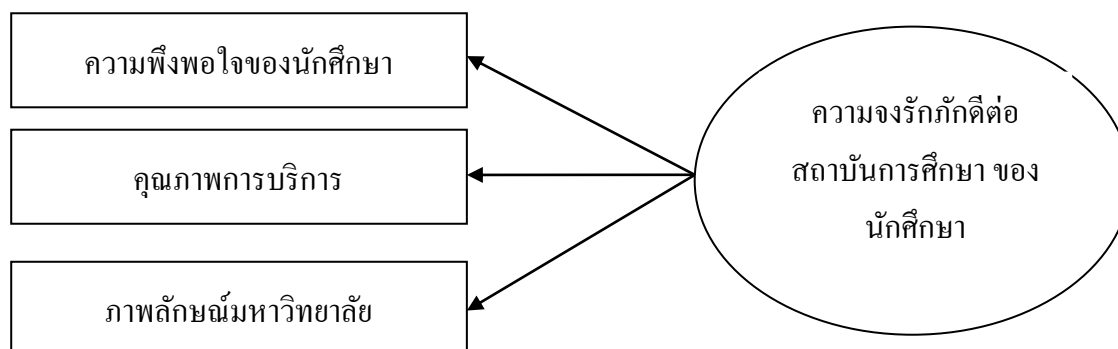
ตารางที่ 1 การพัฒนารอบแนวคิดวิจัย

ผู้วิจัย	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
Charoenpanit. T. (2017)	1.ความไว้วางใจ 2.คุณภาพบริการ 3.ความผูกพัน	ความจงรักภักดีของนักศึกษา
Kanrawee kulthana. N, Kongmalai. O. (2017)	ความเสี่ยงทางการตลาด 1.คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ 2.ราคา หรือ ต้นทุน 3.ความสะดวก 4.การติดต่อสื่อสาร 5.การดูแลเอาใจใส่ 6.ความสะดวกสบาย 7.ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ	ความจงรักภักดีของนักศึกษา

ตารางที่ 1 การพัฒนารอบแนวคิดวิจัย (ต่อ)

ผู้วิจัย	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
Sue Ling Lai (2019)	1.การเงิน 2.การจัดอันดับ 3.ทรัพยากรมนุษย์	ความจงรักภักดีของนักศึกษา ชาวเวียดนาม
Laomalo. W. (2019)	1.ปัจจัยทางด้านบุคคล 2.ปัจจัยทางด้าน การเงิน 3.ปัจจัยด้านหลักสูตร 4.ปัจจัยทางด้าน สถาบันการศึกษา 5.ปัจจัยด้านครอบครัว 6. ปัจจัยด้านสังคม	การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับ ปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้วิจัย	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
Trakulkasemsuk, P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017)	1. ความพึงพอใจของนักศึกษา 2. คุณภาพการบริการ 3. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย	ความภักดีต่อ สถาบันอุดมศึกษา
Songsraboon. R. (2021)	1. ความพึงพอใจของนักศึกษา 2. คุณภาพการบริการ 3. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย	ความภักดีเชิงพฤติกรรมของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีด้านการบริหารจัดการและการตลาดเป็นตัวแปรหรือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ภายใต้สถานการณ์ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเผชิญมาเป็นเวลาหลายปีด้านจำนวนนักศึกษาที่ลดลงนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจนำหลักการด้านการบริหารและการตลาดจากงานวิจัยของ Trakulkasemsuk. P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017) ที่ได้ศึกษาวิจัยในพื้นที่มหาวิทยาลัยเอกชนมาใช้ในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างและมีความแตกต่างด้านเป้าหมายการดำเนินงานของสถาบัน โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมีบทบาทหน้าที่หลักในการพัฒนาชุมชนและคนในพื้นที่เป็นหลัก และยังมีความแตกต่างในกลุ่มนักศึกษาที่มีพื้นฐานครอบครัวและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ แตกต่างกัน ผู้วิจัยสรุปแนวคิด ผลการศึกษา และกรอบตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่กรอบตัวแปรวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย (ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข และคณะ, 2560)

นำไปสู่สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐาน 1 โมเดลวัดตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษามีความตรงเชิงโครงสร้าง

สมมติฐาน 2 โมเดลวัดตัวแปรคุณภาพการบริการมีความตรงเชิงโครงสร้าง

สมมติฐาน 3 โมเดลวัดตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความตรงเชิงโครงสร้าง

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจของนักศึกษา หมายถึง ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อคุณภาพด้านวิชาการ คุณภาพสังคม บรรยากาศการเรียนการสอน การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการศึกษา

คุณภาพการบริการ หมายถึง คุณภาพการบริการ ความเอาใจใส่ต่อนักศึกษาของสถาบัน ความน่าเชื่อถือ ความเป็นมืออาชีพ ความมีน้ำใจ

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย หมายถึง อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ทางภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ทางพฤติกรรม

ความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษา หมายถึง ภาวะความผูกพันของนักศึกษาที่เกิดจากทัศนคติ และพฤติกรรมที่แสดงออกด้วยความรู้สึกพึงพอใจในคุณภาพโดยรวมที่ได้รับเกินความคาดหวังจากสถาบันการศึกษาทั้งในด้านการบริการ และตัวบุคคล เกิดเป็นความเชื่อถือ เชื่อมั่น ในชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของสถาบัน การบริการ และตัวบุคคล ที่ได้รับอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นความคิดเห็นของนักศึกษาโดยตรง ผู้วิจัยมุ่งนำเสนอในด้านของนักศึกษาโดยไม่มีอิทธิพลจากบุคคลอื่น ใช้เครื่องมือวิจัยในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือนักศึกษาภาคปกติมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีสถานะปกติในปีการศึกษาที่ 2563 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 13,510 คน (Rajabhat Mahasarakham University, 2020, online) กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% จึงมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน แจกแบบสอบถามด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ในการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัย ทำการเก็บแบบสอบถามในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด - 19 จึงใช้การแจกแบบสอบถาม ออนไลน์ และเลือกใช้การสุ่มอย่างง่ายในการแจกแบบสอบถามด้วยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไป ยังคณะ ต่างๆ เพื่อกระจายแบบสอบถามไปยังกับนักศึกษาในสังกัดคณะ โดยได้ส่งแบบสอบถามถึง ทุกคณะที่มีการจัดการเรียนการสอน ระดับปริญญาตรี ภาคปกติของมหาวิทยาลัยโดยมีผู้ตอบ แบบสอบถาม จำนวน 425 คน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามตามแนวทางในงานวิจัยของ Trakulkasemsuk. P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017) เพื่อเก็บข้อมูลจากนักศึกษาภาคปกติ ซึ่งเป็นการสอบถามความคิดเห็นหรือการวัดทัศนคติเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ข้อคำถาม 91 ข้อ ประกอบด้วยตัวแปรและข้อคำถาม ดังนี้

ตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษา ประกอบด้วยคำถาม 30 ข้อแบ่งเป็นด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านบรรยากาศการเรียนการสอน (envi) จำนวน 4 ข้อ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา (Fee) จำนวน 4 ข้อ ด้าน

การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก (Faci) จำนวน 12 ข้อ ด้านคุณภาพสังคม (Soci) จำนวน 5 ข้อ ด้านคุณภาพวิชาการ (Edu) จำนวน 5 ข้อ

ตัวแปรคุณภาพการบริการ ประกอบด้วยคำถาม 44 ข้อแบ่งเป็นด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านความมีน้ำใจ (kind) จำนวน 9 ข้อ ด้านความเป็นมืออาชีพ (Pro) จำนวน 15 ข้อ ด้านความน่าเชื่อถือ (Trust) จำนวน 11 ข้อ ด้านความเอาใจใส่นักศึกษา (Care) จำนวน 5 ข้อ ด้านคุณภาพการบริการ (Serv) จำนวน 4 ข้อ

ตัวแปรอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยคำถาม 17 ข้อแบ่งเป็นด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านอัตลักษณ์ทางพฤติกรรม (identB) จำนวน 7 ข้อ ด้านอัตลักษณ์ทางภาพลักษณ์ของสถาบัน (identi) จำนวน 5 ข้อ ด้านอัตลักษณ์ทางวินัยภาษา (identL) จำนวน 5 ข้อ

นำแบบสอบถามทำการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ผลการทดสอบค่า ครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีค่าความน่าเชื่อมั่นระหว่าง 0.867-0.984 อยู่ในเกณฑ์ที่มากกว่า 0.7 ไปจนถึงเข้าใกล้ 1 หมายความว่าตัวแปรมีค่าอยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก (Hari et.,al, 2010)

สถิติในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน วิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อศึกษาค่าน้ำหนักของตัวแปรต่อความ จงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษา การวิจัยนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) พัฒนาให้เป็นโมเดลการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากแบบสอบถาม และสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
$\bar{X}$	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
p	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
CMIN/DF	ดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์
GFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (goodness of fit index)
AGFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (adjust goodness of fit index)
CFI	ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
RMSEA	ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 296 คน (69.6 %) และเพศชาย จำนวน 129 คน (30.4%) โดยเป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากศึกษาในระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 169 คน (39.8%) รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 126 คน (29.6%) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 88 คน (20.7%) และ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 2 คน (9.9%) ตามลำดับ ด้านที่พักอาศัยระหว่างเรียนในมหาวิทยาลัยนักศึกษส่วนใหญ หอพักเอกชนจำนวน 317 คน (74.6%) รองลงมาคือ พักกับครอบครัว จำนวน 75 คน (17.6%) หอพักมหาวิทยาลัย จำนวน 23 คน (5.4%) และ พักบ้านญาติ จำนวน 10 คน (2.4%) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงมาก (ไม่เกิด Multicollinearity) ทำการตรวจสอบ Multicollinearity ด้วยค่า Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ ดังนี้ VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 และหากค่า $Tolerance < 0.2$ แสดงว่าเกิด Multicollinearity จากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ค่า VIF มีค่าระหว่าง 3.597 – 7.933 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.126 – 0.278 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่เกิด Multicollinearity

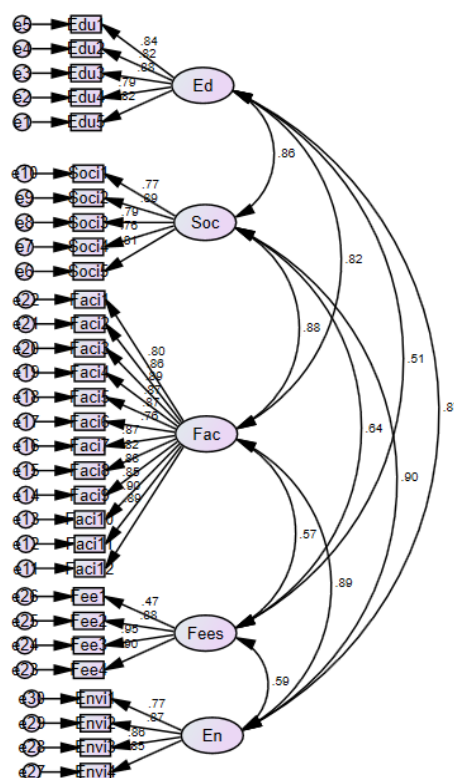
การตรวจสอบค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อน (Homoscedasticity) พบว่าไม่เกิดปัญหา เช่นเดียวกับการตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) พบว่าไม่เกิดปัญหาเช่นกัน โดยใช้สถิติทดสอบ durbin Watson ซึ่งต้องมีค่าระหว่าง 2-5 ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่า durbin Watson อยู่ในระดับ 2.012 (Hari et.,al, 2010)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

เกณฑ์ทางสถิติในการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้วิจัยเลือกใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้ $CMIN/df < 5$ (Schumacker and Lomax, 2004) $GFI \geq 0.90$ (Kline, 1998; Byrne, 1994) $CFI > 0.92$ (Hair, et al., 2010) $AGFI \geq 0.9$ (Kline, 1998 Hair et al.,2010 Lomax & Schumacker,2010) $RMSEA < 0.07$ เมื่อ $CFI \geq 0.92$ (Hair, et al.,2006)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษา

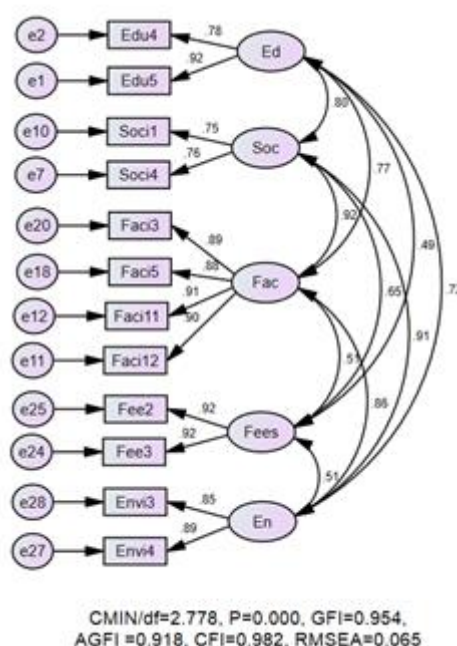
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรแฝง 5 ตัวแปรและตัวแปรสังเกตได้จำนวน 30 ตัวแปร นำตัวแปรทั้งหมดเข้าสู่โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์ค่าสถิติตั้งต้น ดังนี้



CMIN/df=8.055, P=0.000, GFI=0.691,
AGFI=0.636, CFI=0.812, RMSEA=0.129

รูปที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษา

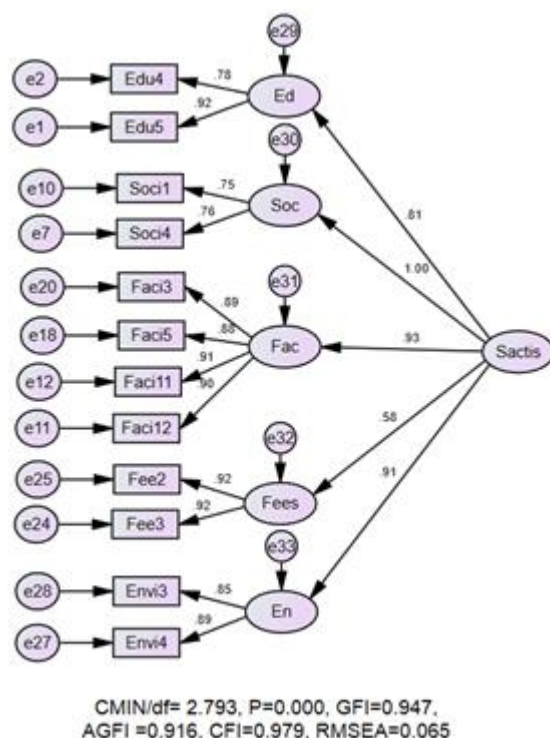
ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด ค่า CMIN/df=8.055, P=0.000, GFI=0.691, AGFI =0.636, CFI=0.812, RMSEA=0.129 แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดความพึงพอใจของนักศึกษาไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นำไปสู่โมเดลความพึงพอใจของนักศึกษาในรูปที่ 3



รูปที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษาลำดับที่ 1

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 พบว่าตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา มีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ CMIN/df=2.778, P=0.000, GFI=0.954, AGFI=0.918, CFI=0.982, RMSEA=0.065, โดยผลการทดสอบค่า CMIN/df แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตทั้ง 5 ตัวของตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา พบว่าค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ (Edu4) เกณฑ์ประเมินการเรียนการสอนที่เหมาะสม(0.78) (Edu5) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา (0.92) (Fee2) ค่าบำรุงการศึกษา/ค่าธรรมเนียม (0.92) (Fee3) ค่าครองชีพ (0.92) (Faci11) เทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย (0.91)(Faci12) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเรียนการสอนที่เหมาะสม (0.90) (Faci3) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียน (0.89) (Envi4) ความสะอาดของห้องเรียน (0.89) (Faci5) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและความสะดวกในการเดินทาง (0.88) (Envi3) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องเรียน (0.85) (Soci4) สัมพันธภาพกับอาจารย์ (0.76) (Soci1) การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม (0.75) ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัวแปรแฝง 5 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการวัดความพึงพอใจของนักศึกษา โดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดความพึงพอใจของนักศึกษาแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง จึงนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 มาผลการทดสอบในรูปที่ 4

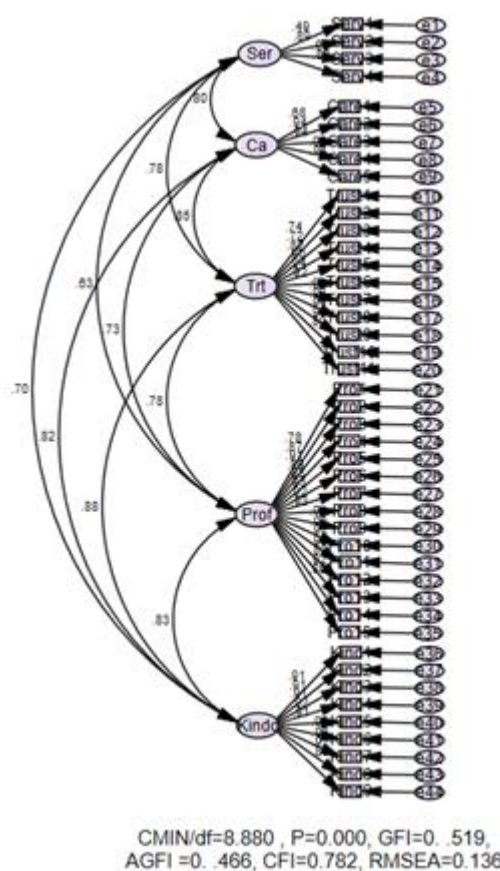


รูปที่ 4 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษาลำดับที่ 2

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 พบว่าตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา มีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ CMIN/df= 2.793, P=0.000, GFI=0.947, AGFI =0.916, CFI=0.979, RMSEA=0.065 โดยผลการทดสอบค่า CMIN/df แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษาค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแปรแฝง คุณภาพสังคม (1.00) ตัวแปรการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก (0.93) ตัวแปรบรรยากาศการเรียนการสอน (0.91) ตัวแปรแฝง คุณภาพด้านวิชาการ (0.81) ตัวแปรค่าใช้จ่ายในการศึกษา (0.58)

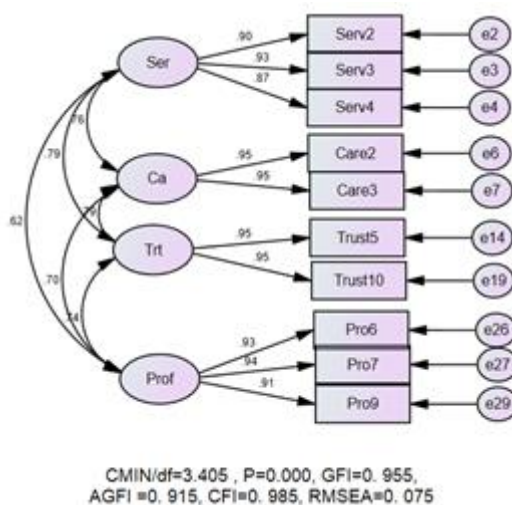
จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการวัดความพึงพอใจของนักศึกษา โดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดองค์กรผู้นำแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง

จึงยอมรับสมมติฐาน 1 โมเดลวัดตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษามีความตรงเชิงโครงสร้าง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรคุณภาพการบริการ



รูปที่ 5 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการ

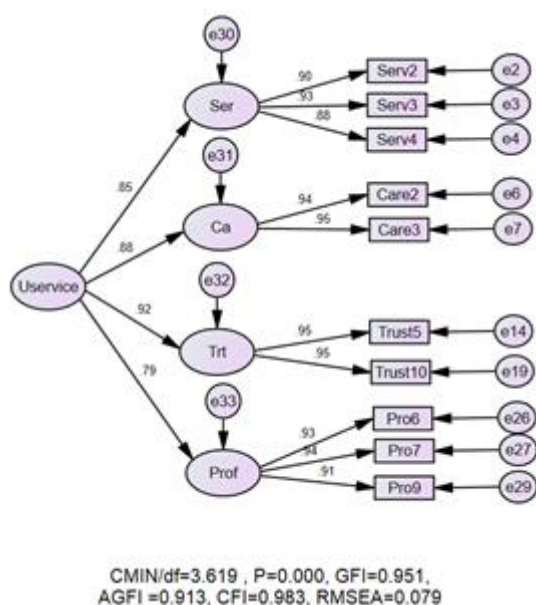
ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด ค่า CMIN/df=8.880, P=0.000, GFI=0.519, AGFI=0.466, CFI=0.782, RMSEA=0.136 แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดคุณภาพการบริการไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงทำการปรับโมเดล นำไปสู่โมเดลคุณภาพการบริการในรูปที่ 6



รูปที่ 6 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการลำดับที่ 1

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 1 พบว่าตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการมีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ CMIN/df=3.405, P=0.000, GFI=0.955, AGFI=0.915, CFI=0.985, RMSEA=0.075 โดยผลการทดสอบค่า CMIN/df แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตทั้ง 4 ตัวของตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ (Care2) ติดต่อประสานงานด้วยความใส่ใจ (0.95) (Care3) เสนอผลประโยชน์/ทางเลือกที่ดีที่สุดแก่นักศึกษา(0.95) (Trust5) เจ้าหน้าที่อธิบายรายละเอียดในการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน (0.95) (Trust10) ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ (0.95) (Pro7) ความพร้อมของอาจารย์ที่จะให้คำปรึกษาเมื่อนักศึกษาเข้าพบ (0.94) (Pro6) การให้คำแนะนำแก่นักศึกษาได้อย่างรวดเร็วของอาจารย์ (0.93) (Serv3) ความตั้งใจและความกระตือรือร้น (0.93) (Pro9) การปฏิบัติตนน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์ (0.91) (Serv2) ความพร้อมในการให้บริการ (0.90) (Serv4) การให้บริการที่รวดเร็ว และไม่ขึ้นตอนที่ซับซ้อน (0.87) ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการวัดคุณภาพการบริการโดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดคุณภาพการบริการแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงจึงนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 2 มาผลการทดสอบในรูปที่ 7

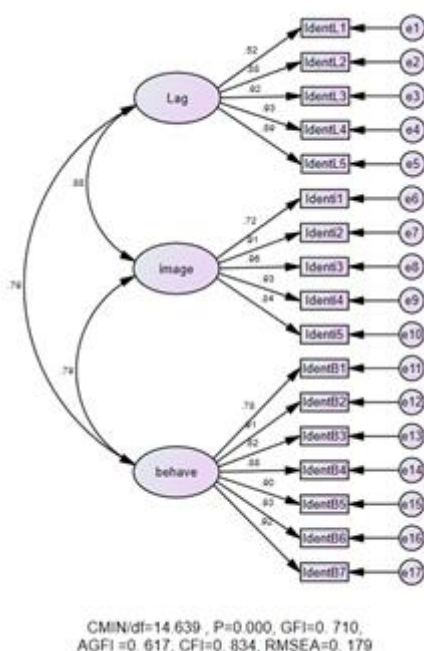


รูปที่ 7 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการลำดับที่ 2

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 พบว่าตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการมีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ CMIN/df=3.619, P=0.000, GFI=0.951, AGFI =0.913, CFI=0.983, RMSEA=0.079 โดยผลการทดสอบค่า CMIN/df แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวของตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการลำดับที่ 2 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแปรความน่าเชื่อถือ (0.92) ตัวแปร ความเอาใจใส่นักศึกษา (0.88) ตัวแปรคุณภาพการบริการ (0.85) ตัวแปรความเป็นมืออาชีพ (0.79) ตามลำดับ

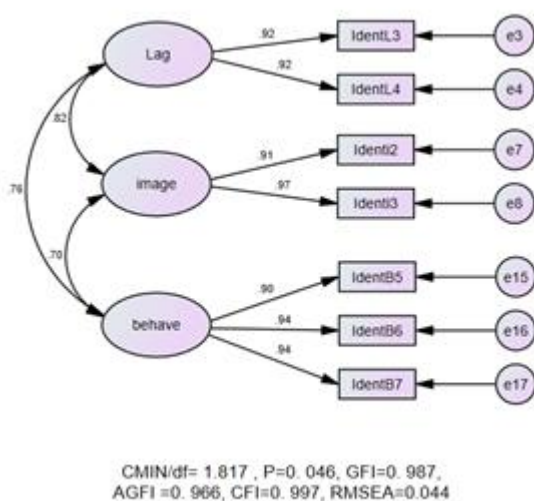
จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 และตัวแปรแฝง 4 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในคุณภาพการบริการโดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดองค์กรผู้นำแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 โมเดลวัดตัวแปรคุณภาพการบริการมีความตรงเชิงโครงสร้าง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย



รูปที่ 8 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

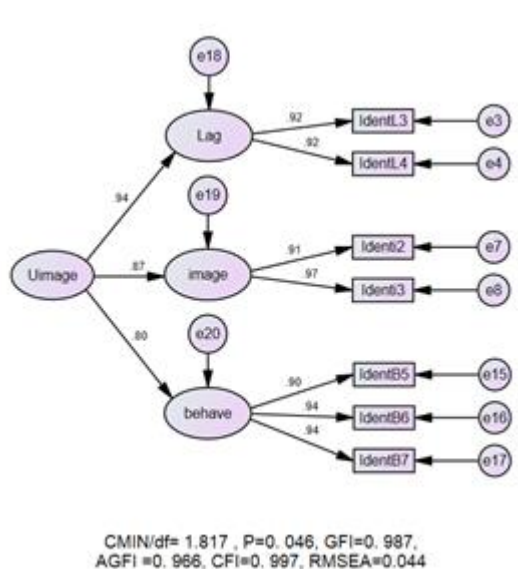
ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด ค่า CMIN/df=14.639, P=0.000, GFI=0.710, AGFI=0.617, CFI=0.834, RMSEA=0.179 แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นำไปสู่โมเดลภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในรูปที่ 9



รูปที่ 9 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยลำดับที่ 1

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 พบว่าตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ $CMIN/df = 1.817$, $P = 0.046$, $GFI = 0.987$, $AGFI = 0.966$, $CFI = 0.997$, $RMSEA = 0.044$ โดยผลการทดสอบค่า $CMIN/df$ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี $RMSEA$ มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตทั้ง 7 ตัวของตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ (Ident3) รูปแบบของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย (0.97) (IdentB6) บุคลิกลักษณะโดยรวมของนักศึกษา (0.94) (IdentB7) จรรยาบรรณของมหาวิทยาลัย (0.94) (IdentL3) เพลงประจำมหาวิทยาลัย (0.92) (IdentL4) การบอกปากต่อปาก การถูกกล่าวถึง (0.92) (Ident2) ตัวแทนหรือผู้นำเสนอมหาวิทยาลัย (0.91) (IdentB5) กิจกรรมเพื่อสังคม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (0.90) ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 7 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง จึงนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 มาผลการทดสอบในรูปที่ 10



รูปที่ 10 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยลำดับที่ 2

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 2 พบว่าตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ $CMIN/df = 1.817$, $P = 0.046$, $GFI = 0.987$, $AGFI = 0.966$, $CFI = 0.997$, $RMSEA = 0.044$ โดยผลการทดสอบค่า $CMIN/df$ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี $RMSEA$ มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแปรด้านอัตลักษณ์ทางวันภาษา (0.94) ตัวแปรด้านอัตลักษณ์ทางภาพลักษณ์ของสถาบัน (0.87) ตัวแปรอัตลักษณ์ทางพฤติกรรม (0.80) ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 7 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 โมเดลวัดตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความตรงเชิง โครงสร้าง

การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาเอกสารด้านปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของผู้เรียนพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาประกอบด้วยตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษา คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยการศึกษาวิจัยนี้ใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรวมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักศึกษามีองค์ประกอบของปัจจัยมีค่า KMO เท่ากับ 0.898 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และมียังมีองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ เกณฑ์ประเมินการเรียนการสอนที่เหมาะสม (0.78) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา (0.92) การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม (0.75) สัมพันธภาพกับอาจารย์ (0.76) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียน (0.89) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและความสะดวกในการเดินทาง (0.88) เทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย (0.91) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเรียนการสอนที่เหมาะสม (0.90) ค่าบำรุงการศึกษา/ค่าธรรมเนียม (0.92) ค่าครองชีพ (0.92) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องเรียน (0.85) ความสะอาดของห้องเรียน (0.89)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรของโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี ตัวแปรแฝง 5 ตัวได้แก่ ได้แก่ คุณภาพด้านวิชาการ คุณภาพสังคม การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และบรรยากาศการเรียนการสอน ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ (Edu4) เกณฑ์ประเมินการเรียนการสอนที่เหมาะสม (Edu5) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา (Soci1) การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม (Soci4) สัมพันธภาพกับอาจารย์ (Faci3) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียน ((Faci5) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและความสะดวกในการเดินทาง (Faci11) เทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย (Faci12) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเรียนการสอนที่เหมาะสม (Fee2) ค่าบำรุงการศึกษา/ค่าธรรมเนียม (Fee3) ค่าครองชีพ (Envi3) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องเรียน (Envi4) ความสะอาดของห้องเรียน

2. คุณภาพการบริการ มียังองค์ประกอบของปัจจัยมีค่า KMO เท่ากับ 0.889 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และมียังองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ ความพร้อมในการให้บริการ (0.90) ความตั้งใจและความกระตือรือร้น (0.93) การให้บริการที่รวดเร็ว และไม่มีการขึ้นตอนที่ซับซ้อน (0.87) ติดต่อประสานงานด้วยความใส่ใจ (0.95) เสนอผลประโยชน์/ทางเลือกที่ดีที่สุดแก่นักศึกษา(0.95) เจ้าหน้าที่อธิบายรายละเอียดในการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน (0.95) ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ (0.95) การให้คำแนะนำแก่นักศึกษาได้อย่างรวดเร็วของอาจารย์ (0.93) ความพร้อมของอาจารย์ที่จะให้คำปรึกษาเมื่อนักศึกษาเข้าพบ (0.94) การปฏิบัติตนน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์ (0.91)

พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี ตัวแปรแฝง 4 ตัวได้แก่ ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความเอาใจใส่นักศึกษา ความน่าเชื่อถือ และความเป็นมืออาชีพ ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ (Serv2) ความพร้อมในการให้บริการ (Serv3) ความตั้งใจและความกระตือรือร้น (Serv4) การให้บริการที่รวดเร็ว และไม่มีการขึ้นตอนที่ซับซ้อน (Care2) ติดต่อประสานงานด้วยความใส่ใจ (Care3) เสนอผลประโยชน์/ทางเลือกที่ดีที่สุดแก่นักศึกษา (Trust5) เจ้าหน้าที่อธิบายรายละเอียดในการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน (Trust10) ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ (Pro6) การให้คำแนะนำแก่นักศึกษาได้อย่างรวดเร็วของอาจารย์ (Pro7) ความพร้อมของอาจารย์ที่จะให้คำปรึกษาเมื่อนักศึกษาเข้าพบ (Pro9) การปฏิบัติตนน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์

3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มียังองค์ประกอบของปัจจัยมีค่า KMO เท่ากับ .764 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และมียังองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ เพลงประจำมหาวิทยาลัย (0.92) การบอกปากต่อปาก การถูกกล่าวถึง(0.92) ตัวแทนหรือผู้นำเสนอมหาวิทยาลัย (0.91) รูปแบบของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย (0.97)

กิจกรรมเพื่อสังคม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (0.90) บุคลิกลักษณะโดยรวมของนักศึกษา (0.94) จรรยาบรรณของมหาวิทยาลัย (0.94)

พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี ตัวแปรแฝง 4 ตัวได้แก่ ได้แก่ อัตลักษณ์ทางวินัยภาษา อัตลักษณ์ทางภาพลักษณ์ของสถาบัน และอัตลักษณ์ทางพฤติกรรม ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ (IdentL3) เพลงประจำมหาวิทยาลัย (IdentL4) การบอกปากต่อปาก การถูกกล่าวถึง (IdentI2) ตัวแทนหรือผู้นำเสนอมหาวิทยาลัย (IdentI3) รูปแบบของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย (IdentB5) กิจกรรมเพื่อสังคม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (IdentB6) บุคลิกลักษณะโดยรวมของนักศึกษา (IdentB7) จรรยาบรรณของมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ จากผลการวิจัยพบว่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงควรมีการนำมาพัฒนาต่อเพื่อใช้ในขั้นตอนการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัย และเนื่องจากการเก็บข้อมูลในช่วงที่มีการระบาดของเชื้อโควิด 19 ซึ่งนักศึกษาต้องเรียนออนไลน์เต็มรูปแบบ ต่อเนื่องมาจากปลายปี พ.ศ. 2562 นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจึงถือว่าไม่อยู่ในสถานการณ์ปกติ ไม่มีการจัดกิจกรรมภายในสถาบันการศึกษา ไม่มีการพบปะอาจารย์ผู้สอนและเพื่อนร่วมสถาบัน การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยจึงไม่ได้รับความสะดวกในบางครั้ง สามารถเก็บข้อมูลในช่วงเวลาปกติและนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบผลการวิจัยเพื่อยืนยันผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ในการวิจัยครั้งต่อไปการศึกษาวเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามสามารถขยายกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ประชากรและองค์การมีความใกล้เคียงกัน และเพื่อความแม่นยำในการวิเคราะห์ทางสถิติสามารถใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้นให้มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากขึ้นเพื่อให้เห็นถึงค่าสถิติวิเคราะห์จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น

สามารถพัฒนาเครื่องมือวิจัยไปสู่การวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Resesrch) เข้ามาโดยใช้การเก็บข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

การพัฒนาตัวแปรด้านการตลาดเข้ามาร่วมในการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจต่อสถาบันการศึกษา

REFERENCES

- Adisairattanakun, N, Ritkaew, S. (2017). Customer Loyalty to FTTx Products & Services Provided by TOT Public Company Limited in Suratthani. *WMS Journal of Management Walailak University*. Vol.6 No.3 (Sep – Dec 2017): 72-82. (in Thai)
- Byrne, B. M. (1994). *Structural Equation Modelling with EQS and EQS/Windows: Basic Concepts, Applications, and Programming*. California: Sage Publications.
- Charoenpanit, T. (2017). Factors Influencing Band Loyalty Institutions: A Stusy of Prince of Songkla University Hat Yai Campus. Songkla. Master Degree of Business Administration in Marketing. Prince of Songkla University. Retrieved from <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12512?mode=full>. (in Thai)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, JF, Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis , vol. 6*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kanraweekulthana, N, Kongmalai, O. (2017). Operational Risks of Loyalty to the University of the Students: in the Context of Science and Technology Education. The context of educational management in science and Technology. *Journal of Education*, Vol. 43, No. 1 (January - March 2015), 19-36. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/32652>. (in Thai)
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. NY: Guilford Press.
- Laomalo, W. (2019). Factors Affecting Students' Decision to Study Undergraduate Studies Khon Kaen University Academic Year 2019 through the selection process with the TCAS system. Office of Academic Administration and Development. Khon Kaen University. Retrieved from https://registrar.kku.ac.th/policy/download/research/research62_7.pdf. (in Thai)
- Namthip, S, Kongmalai, O, Kanraweekulthana, N. (2014). Satisfaction and loyalty of student: Perspective on Higher Education. *Veridian E-Journal*. Year 7, Issue 3, September – December 2014. 888-900. (in Thai)

- Office of the National Higher Education Commission. (2007). 15-Year Long-Term Educational Plan Framework, Issue 2 (2008-2022). Retrieved from <http://www.sci.ubu.ac.th/assets/upload/files/HEPlan-Final.pdf>. (in Thai)
- Rajabhat Mahasarakham University. (2018). *Risk Mamagement Plan Rajabhat Mahasarakham University Fiscal year 2018*. Mahasarakham, Thailand. (in Thai)
- Rajabhat Mahasarakham University . (2020). 1 September 2020. <https://regis.rmu.ac.th>
- Rajabhat Mahasarakham University. (2021). *Risk Mamagement Plan Rajabhat Mahasarakham University Fiscal year 2021*. Mahasarakham, Thailand. (in Thai)
- Saengchan, K. (2006). Factors Affecting Decision to Study in Public Administration Program Master's Degree College of Public Administration Burapha University. Chonburi : Graduate School, Burapha University. Retrieved from <https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve.DOI=10.14457/BUU.res.2006.45>. (in Thai).
- Saikhaml, R, Padgate, W. (2017). Factors Affecting Decision-Making to Further Study at Higher Education Level of High School Students in the Lower Northern Region of Thailand. Naresuan Research No. 13: *Research and Innovation Driving Economics and Society*. 1348-1358. Retrieved from https://registrar.kku.ac.th/policy/download/research/research62_7.pdf. (in Thai)
- Samrit, W. (2017). Factors that Influenced The Decision Making of Public High School Students in Bangkok to Study in Bachelor's Degree, International Program. *Journal of Humanities and Social Sciences Rajapruerk University*. Year 2 No. 3 (October 2016 – January 2017). (in Thai)
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling, Second edition*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling (3rd eds.)*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Songsraboon, R. (2021). The Structural Equation Model of Factors Influencing Behavioral Loyalty of Private University Students in Thailand. *Journal of Educational Measurement*, Mahasarakham University. No. 27 Issue No. 1: January - June 2021. 220-231. (in Thai)
- Sudsanguan, K. (2017). The Research on Decision Factors for Further Education in Higher Education of Senior Secondary students in Demonstration School of Silpakorn University. *Veridian E-Journal*, Silpakorn University. Retrieved from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/85435>. (in Thai)



- Sue Ling Lai , Hiep-Hung Pham , Hong-Kong To Nguyen, The-Cuong Nguyen and Anh-Vinh Le. (2019). Toward Sustainable Overseas Mobility of Vietnamese Students: Understanding Determinants of Attitudinal and Behavioral Loyalty in Students of Higher Education. Sustainability 2019, 11(2), 383; <https://doi.org/10.3390/su11020383>
- Suwanwong. N. (2017). Factors affecting the decision to choose to study for a bachelor's degree in Rajamangala University of Technology Isan Nakhon Ratchasima (quota system). Rajamangala University of Technology. (in Thai)
- Trakulkasemsuk. P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017). Factors Driving Loyalty toward Thai private higher education institutions: Offerings from Administrators to Stakeholders' Responses. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts). No.10, Issue 2, May – August 2017. 1755-1770 Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/article/view/126834>. (in Thai)
- Wattana. N, Tantong. P. (2018). Tourist's Loyalty in Social Commerce Context. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts) No. 11, Issue 2, May - August 2018, 632-650. Retrieved from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/140333>. (in Thai)

ปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในกลุ่มบริษัท ABC จำกัด (มหาชน)

Workplace Social Support Factors Affecting Work-Life Balance of Employees of Petrochemical Plants in ABC Public Company Limited Group

อนันต์ เกลี้ยงแก้ว¹ นิภา นิรุตติกุล²

Anan Kliangkaew¹ Nipa Niruttikul²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

¹Student, Master of Business Administration (Industrial Management and Development),

Academy of Management Sciences; Kasetsart University Si Racha Campus

Tel. 08-1377-1788 E-mail: anan.kliangkaew@gmail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

²Assistant Professor, Academy of Management Sciences; Kasetsart University Si Racha Campus

Tel. 09-2415-6995 Email: nipa.niruttikul@gmail.com

(Received: September 29, 2021 ; Revised: October 18, 2021 ; Accepted: December 9, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับ ปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานและสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในกลุ่มบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในกลุ่ม บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในกลุ่มบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง จำนวน 386 คน โดยส่วนใหญ่สังกัดหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตในโรงงานปิโตรเคมี ทั้งส่วนการผลิตโดยตรง และส่วนสนับสนุนการผลิต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน และความมีอิสระในการทำงานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่างครบทั้ง 3 ด้าน คือ ทั้งสมดุลด้านเวลา ด้านการมีส่วนร่วม และด้านความพึงพอใจ ส่วนการสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลต่อสมดุล 2 ด้านคือ ด้านเวลาและด้านความ

พึงพอใจ ในขณะที่ภาระงานและความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ ส่งผลทางด้านลบต่อสมดุลเวลาแต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น

คำสำคัญ: สมดุลชีวิตและการทำงาน ภาระงาน ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน ความมีอิสระในการทำงาน การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนจากหัวหน้างาน

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the level of workplace social support factors of the employees in petrochemical plants in ABC public company limited group 2) to examine the influence of workplace social support factors affecting work-life balance of employees in petrochemical plants in ABC public company limited group. The questionnaires were given to 386 employees in petrochemical plants in ABC public company limited group who are working in the units under the operation lines in Rayong province. The implemented statistical methods were descriptive statistics and inferential statistics including multiple linear regressions. The findings indicated that co-workers support and job autonomy affect work-life balance of employees in all 3 components, time balance, involvement balance and satisfaction balance. Supervisor support affect work-life balance in 2 components, time balance and satisfaction balance while workload and role conflict affect work-life balance of employees in negative way only for time balance but no affects to involvement balance and satisfaction balance.

Keywords: *work-life balance, workload, role conflict, flexible work arrangement, Job autonomy, co-worker support, supervisor support.*

บทนำ

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน เป็นองค์ประกอบสำคัญอันหนึ่งที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและการทำงานที่ดีของบุคคล (Walton, 1973) และแน่นอนว่าคนทำงานทุกคนล้วนมุ่งหวังอยากมีชีวิตการทำงานที่ดีมีคุณภาพด้วยกันทั้งสิ้น แต่ดูเหมือนว่าแนวโน้มปัญหาเรื่องการสร้างเสริมสมดุลชีวิตและการทำงานที่ดีของบุคลากรของแต่ละองค์กรทั่วโลกยังคงมีอยู่ หลักฐานชี้ชัดและสนับสนุนข้อสังเกตนี้ปรากฏอยู่ในงานสำรวจประจำปีของ ของ บมจ.ซีกน่า ประกันภัย เมื่อปี ค.ศ. 2019 (2019 Cigna 360 Well-Being survey) ที่ทำการสำรวจใน 5 ประเด็นสำคัญ ด้านครอบครัว สุขภาพ สังคม

การเงิน และการงาน ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างจาก 23 ประเทศ ในทุกภูมิภาคทั่วโลก ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแสดงให้เห็นว่าร้อยละ 84 ของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมกำลังได้รับผลกระทบจากปัญหาความเครียด โดยเฉพาะความเครียดที่เกิดจากการทำงานสูงถึงร้อยละ 87 (Cigna, 2019) และจากการสำรวจเดียวกันในส่วนของประเทศไทยพบว่า คนไทยมีความเครียดสูงติดอันดับ 5 จากทั้งหมด 23 ประเทศที่รวมให้ข้อมูลการสำรวจในครั้งนี้ โดยพนักงานที่ทำงานอยู่ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตเป็นอีกกลุ่มบุคคลหนึ่งที่ได้รับผลกระทบมากในการบริหารจัดการสมดุลชีวิตและการทำงาน ด้วยธรรมชาติตามลักษณะของกิจกรรมในงาน สิ่งแวดล้อมรอบตัวในสถานที่ทำงานที่อาจประกอบไปด้วยความเสี่ยงในหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งพนักงานส่วนมากที่ใช้ชีวิตส่วนใหญ่ในแต่ละวันอยู่ในสถานที่ทำงาน ปัจจัยด้านการงานและนโยบายการบริหารจัดการหรือส่งเสริมคุณภาพการทำงานที่ดีขึ้นของพนักงานกลุ่มนี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสนใจ

อุตสาหกรรมปิโตรเคมีของไทยเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่มีความสำคัญยิ่งต่ออุตสาหกรรมผลิตสินค้าต่อเนื่องต่าง ๆ อีกมากมาย ด้วยตัวเลขการลงทุนและผลิตสินค้า ไม่ต่ำกว่า 900,000 ล้านบาทต่อปี (The Office of Industrial Economics, 2018) ผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ด้านโรงงานปิโตรเคมี ส่วนใหญ่แล้วตั้งอยู่ภายในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดและพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดระยอง พนักงานในอุตสาหกรรมนี้จึงกลายเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ในพื้นที่นี้ด้วย ทั้งนี้ด้วยกระบวนการผลิตที่ดำเนินการต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง การบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ เช่น ตารางการปฏิบัติงาน ปัจจัยแวดล้อมในการทำงานด้านต่าง ๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่โดยรวมของพนักงานส่วนใหญ่ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ รวมทั้งผลกระทบต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานกลุ่มนี้ด้วย ย่อมเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสนใจอย่างมาก ทั้งจากตัวพนักงานเองและองค์กรที่พวกเขาสังกัดอยู่ ที่ผ่านมามีข้อมูลหนึ่งที่ที่น่าสนใจอย่างยิ่ง จากผลการสำรวจความสุขชุมชน ของศูนย์วิจัยความสุขชุมชน มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เมื่อปี พ.ศ. 2556 ซึ่งพบว่าระยองเป็นจังหวัดที่ประชาชนมีความสุขชุมชนอยู่ในอันดับที่ 70 จากทั้งสิ้น 77 จังหวัด ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ประชาชนมีผลการสำรวจความสุขในระดับต่ำก็คือความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและชุมชนอยู่ในขั้นวิกฤต เป็นพื้นที่ที่มีความขัดแย้งรุนแรง มีปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม สุขภาพกายและจิตของประชาชนอยู่ในเกณฑ์ที่น่าเป็นห่วง (ABAC POLL, 2013. <https://www.ryt9.com>, 15 March 2019) ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในกลุ่ม บริษัท ABC จำกัด (มหาชน) มาใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ด้วยเห็นถึงความสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ต่อระบบอุตสาหกรรมผลิตของประเทศ และเพราะตระหนักว่าพนักงานในองค์กรเหล่านี้คือตัวจักรสำคัญที่คอยขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจของประเทศ จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งขององค์กรในการดูแลให้พนักงานเหล่านี้มีสุขภาพกายและจิตที่สมบูรณ์แข็งแรง มีความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ดูแลให้พวกเขาสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับองค์กร สังคมรอบข้าง และประเทศชาติโดยภาพรวม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับ ปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานและสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในกลุ่มบริษัท ABC จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในกลุ่ม บริษัท ABC จำกัด (มหาชน)

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความสมดุลในชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance)

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ในการวิจัยนี้ หมายถึง การที่บุคคล สามารถบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความสมดุลและความพึงพอใจในบทบาทหน้าที่หลักที่ตนต้องรับผิดชอบ คือระหว่างบทบาทหน้าที่ของการทำงานและบทบาทหน้าที่ในการใช้ชีวิตส่วนตัวและครอบครัว ทั้งนี้ Greenhaus, Collins and Shaw (2003) ได้เสนอแนวคิดในการแยกสมดุลชีวิตและการทำงาน ออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) สมดุลด้านเวลา องค์ประกอบนี้ให้ความสำคัญกับความสมดุลด้านเวลา ที่บุคคลใช้ไปในแต่ละวันในการทำงานเพื่อการหาเลี้ยงชีพ และเวลาที่ให้แก่ครอบครัวและการใช้ชีวิตส่วนตัวหรือในสังคม 2) สมดุลด้านการมีส่วนร่วม องค์ประกอบนี้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคคลตามบทบาทหน้าที่ในฐานะต่าง ๆ ทางครอบครัว ทางสังคม และในที่ทำงาน 3) สมดุลด้านความพึงพอใจ องค์ประกอบนี้ให้ความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของบุคคลในมิติต่าง ๆ เช่น ความสุขที่มีต่อสภาพแวดล้อมโดยรวมขององค์กร มุมมองด้านการใส่ใจสุขภาพอนามัยของพนักงาน เป็นต้น โดยความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานจะทำให้เกิดประโยชน์ขึ้นแก่ทั้งตัวพนักงานเอง และต่อองค์กรด้วย ในด้านที่เป็นประโยชน์กับตัวของพนักงาน เช่น ทำให้พนักงานสามารถบริหารจัดการเวลาของตนเองได้ดีขึ้น สร้างชีวิตความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดีขึ้น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานให้สูงขึ้น ในด้านที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร เช่น องค์กรจะมีผลิตภาพโดยรวมเพิ่มมากขึ้น (Lau , 2000) อัตราการลาออกของพนักงานลดลงเมื่อพนักงานทำงานอยู่กับองค์กรแล้วมีความสุข สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร เป็นองค์กรที่ใคร ๆ อยากเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และนำมาซึ่งความภาคภูมิใจให้กับองค์กร เป็นต้น

การสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน (Workplace Social Support)

การสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ในงานวิจัยนี้ หมายถึง การให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็น ที่ได้มาจากบุคคลในทุกระดับชั้นที่มีความเกี่ยวพันกันทางสังคมในสถานที่ทำงาน เพื่อมุ่งหวังให้บุคคลสามารถมีชีวิตการทำงานที่ปกติสุขได้ทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต การให้การสนับสนุนทางสังคมที่ได้จากสถานที่ทำงานนั้น สามารถแบ่งย่อยลงไปได้ออกเป็น 3 ระดับ (Skinner, 2005) คือ

1. การสนับสนุนระดับองค์กร เป็นการให้การสนับสนุนที่มาจากนโยบายต่าง ๆ ขององค์กร จึงทำให้มีลักษณะที่เป็นทางการ และเป็นรูปธรรมเพราะถ้าองค์กรวางแผนทางเอาไว้อย่างชัดเจนแล้วสิ่งเหล่านั้นย่อมเกิดขึ้นได้ง่าย ทุกคนย่อมยึดถือและปฏิบัติตาม (Rhoades and Eisenberger, 2002) รูปแบบของการวางนโยบายการสนับสนุนขององค์กรอาจเป็นได้ หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับทางผู้บริหารให้ความสำคัญหรือพิจารณาแล้วเห็นว่า ควรเลือกนโยบายการสนับสนุนใดมาให้แก่พนักงาน เพื่อกระตุ้นหรือส่งเสริมให้พนักงาน มีสมรรถนะชีวิตและการทำงานที่ดีขึ้น เช่น

การให้ความยืดหยุ่นในการทำงาน องค์กรที่พนักงานในยุคปัจจุบันอยากร่วมงานด้วย ควรเป็นองค์กรที่ คำนึงถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความยืดหยุ่น ด้วยพนักงานถือว่าความยืดหยุ่นนับเป็นบริบทใหม่ (New Normal) ของคนทำงานในยุคปัจจุบันไปแล้ว องค์กรใดที่ขาดนโยบายด้านความยืดหยุ่นในการทำงานมีแนวโน้มที่จะสูญเสียพนักงานที่มีความรู้ความสามารถได้ง่ายกว่าองค์กรที่มีความยืดหยุ่นในการทำงาน ความยืดหยุ่นสร้างได้ทั้งในด้านเวลาทำงาน และสถานที่ทำงานที่ควรจะมีได้ ซึ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กว่าร้อยละ 85 ขององค์กรต่างๆ ได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายในการทำงานที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Thos, 2019. www.mmtailand.com, 15 April 2020) นักวิจัยหลายท่านศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ความยืดหยุ่นในการทำงานและสมรรถนะชีวิตและการทำงาน เช่น Wong, Bandar and Saili (2017) ซึ่งพบว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับสมรรถนะชีวิตและการทำงานของพนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Babajide (2019) ที่พบว่าความยืดหยุ่นในการทำงาน ส่งผลต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่างที่เขาศึกษา ด้วยเช่นกัน

การให้คามมีอิสระในการทำงาน องค์กรที่ให้อิสระในการทำงานแก่พนักงาน จะเป็นสิ่งแสดงถึงความเป็นองค์กรแห่งความไว้วางใจกัน ในด้านทักษะการทำงาน ความรู้ความสามารถของพนักงาน การส่งเสริมอิสระในการทำงานสามารถทำได้ โดยการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ วางระเบียบปฏิบัติ สร้างมาตรฐานการทำงานของเขาเอง ให้แสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ เช่น ออกแบบและวางแผนตารางการทำงานด้วยตนเอง เป็นต้น การให้อิสระในการทำงานจะเป็นการสร้าง แรงจูงใจ เพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน เป็นผลด้านบวกต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานของ

พนักงาน ดังปรากฏในงานวิจัยของ Walia (2014) ที่พบว่าความมีอิสระในการทำงาน มีความสัมพันธ์ด้านบวกกับสมดุลชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่างที่เขาศึกษา Lehmann (2012) ก็พบความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระหว่างความมีอิสระในการทำงานกับสมดุลชีวิตในการทำงาน นั่นคือถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความอิสระในการทำงานสูงพวกเขาก็มีสมดุลชีวิตและการทำงานของสูงด้วย

นโยบายด้านต่างๆ ที่สร้างขึ้นภายในองค์กรโดยมากเพื่อให้เป็นปัจจัยด้านบวกต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน ทั้งนี้ภายในสถานที่ทำงานก็อาจเกิดมีปัจจัยอิทธิรูปแบบหนึ่ง ที่เกิดขึ้นมาและเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กร อาจจะโดยตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจก็ตาม อาจเกิดจากลักษณะทางวัฒนธรรมการทำงาน ค่านิยมภายในองค์กร แล้วส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน และบางอย่างอาจเป็น ปัจจัยด้านลบต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน เช่น การเป็นองค์กรที่เน้นผลงานทั้งปริมาณและคุณภาพอย่างมากแต่ไม่ได้มีการจัดสรรทรัพยากรด้านต่าง ๆ ให้กับพนักงานอย่างเพียงพอและเหมาะสม ไม่มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน กำลังแรงงานที่ไม่เพียงพอต่อปริมาณงาน เป็นต้น ปัจจัยที่อาจพบเจอได้ในสถานที่ทำงาน แล้วก็จะส่งผลด้านลบต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน เช่น

ภาระงาน ที่อาจไม่สมดุลกับความรู้ความสามารถที่พนักงานจะจัดการได้อาจเป็นเพราะการมอบหมายงานไม่ตรงกับทักษะความรู้ที่พนักงานมี หรือบางคนมีปริมาณงานที่ต้องรับผิดชอบมากเกินไป หรือการมีหลายบทบาทหน้าที่เกินไป (Role Overload) แล้วอาจจะนำไปสู่การทำงานด้วยชั่วโมงที่ยาวนานขึ้นเพราะงานไม่สามารถเสร็จได้ทันในเวลาปกติจึงอาจต้องมีการทำงานล่วงเวลา (Fletcher and Payne, 1980) ภาระงานที่มากอาจส่งผลให้เกิดความเครียดเมื่อรู้สึกว่าจะไม่สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายนั้นให้สำเร็จได้ทันตามกำหนดเวลา จากการศึกษาของ Omar, Mohd and Ariffin (2015) พบว่า ภาระงาน มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงในทิศทางลบกับสมดุลชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีภาระงานมากก็ทำให้สมดุลชีวิตและการทำงานของพวกเขาลดลง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Suhaimi et al. (2018) ที่พบความสัมพันธ์แบบเดียวกันระหว่างภาระงาน กับสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน และก็สอดคล้องกับงานของ Wisassinthu and Rojniruttikul (2017) ที่พบความสัมพันธ์ในลักษณะเช่นเดียวกัน ด้วย

ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ เกิดจากลักษณะการไม่สอดคล้องในความคาดหวังของพนักงานและหัวหน้างานในการทำงาน หรือการสื่อสาร ประสานงานที่ไม่ครบถ้วนชัดเจน แล้วผลงานที่ออกมาก็ไม่เป็นไปตามศักยภาพที่ควรจะเป็น ไม่ได้ตามเป้าประสงค์ที่คาดหวังของหัวหน้างานหรือตัวพนักงานเอง และอาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในการทำงาน พนักงานอาจไม่แน่ใจว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไร เกิดเป็นความเครียด ความสับสนกับบทบาทของตนเอง กับสิ่งที่ถูกคาดหวังแล้วส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานได้ จากการศึกษาของ Omar, Mohd and Ariffin (2015) เขาพบว่า ความ

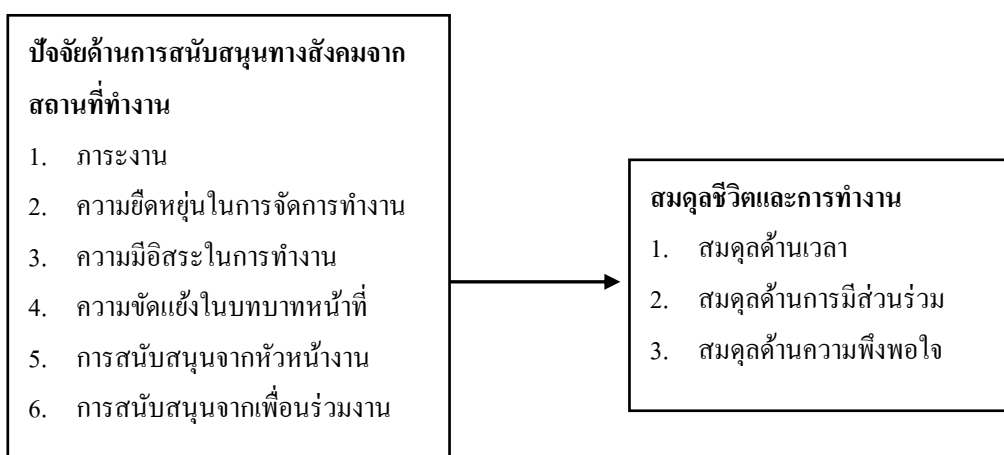
ขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ มีความสัมพันธ์ด้านลบต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน นั่นคือ ถ้าพนักงานมีระดับความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่สูง ก็ส่งผลให้ระดับสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานต่ำลง เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Suhaimi et al. (2018) ที่ได้ความสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกันระหว่างความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่กับสมดุลชีวิตและการทำงาน

2) การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ซึ่งหัวหน้างานเป็นผู้ที่มีบทบาทและอำนาจ ที่ให้ผลได้โดยตรงต่อการทำงานของพนักงาน (Fenlason and Beehr, 1994) พนักงานมักมองว่าหัวหน้างานเป็นเสมือนตัวแทนขององค์กร ที่มีหน้าที่รับผิดชอบการทำงานและประเมินการทำงานของพนักงาน พนักงานจึงให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของหัวหน้างานเป็นสำคัญ (Smith et al., 1983) การสนับสนุนของหัวหน้างานมิได้ตั้งแต่การให้คุณค่าและความใส่ใจต่อการทำงานของพนักงาน ความห่วงใยสุขภาพกายและจิตใจของพนักงาน หัวหน้างานจะเป็นตัวเชื่อมและแลกเปลี่ยนระหว่างพนักงานและองค์กร หากพนักงานรู้สึกกว่าตนเองได้รับการสนับสนุนและดูแลที่ดีแล้ว ก็จะทำให้มีความรู้สึกว่าจะต้องทำงานอย่างทุ่มเทเพื่อตอบแทนองค์กร (Yooprot, 2013) ในทางตรงข้ามหากพนักงานประเมินการสนับสนุนจากหัวหน้างานไปในทางลบก็จะส่งผลให้ความผูกพันที่มีต่อองค์กรลดลงด้วย พนักงานอาจเกิดความเบื่อหน่ายไม่อยากมาทำงานและอาจนำไปสู่ความตั้งใจในการลาออกจากองค์กรได้ Wong, Bandar and Saili (2017) ศึกษาและพบว่า การสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง แต่ผลที่ได้ก็ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Shahid et al. (2016) ที่เขาพบว่า การสนับสนุนของหัวหน้างาน ไม่มีความสัมพันธ์กับสมดุลชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน มีรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ แต่กลับมีนัยสำคัญค่อนข้างมาก เพราะเพื่อนร่วมงานด้วยกันสามารถสร้างปัจจัยการสนับสนุนได้ทั้งในลักษณะ การสนับสนุนทางอารมณ์และสังคม (Social/Emotional Support) และการให้การช่วยเหลือโดยตรงเป็นสิ่งของหรือการกระทำ (Johnson and Hall, 1988) เพื่อนร่วมงานคือกลุ่มคนที่ถือว่าเป็นผู้ใกล้ชิดกับตัวพนักงานมากที่สุด ในสถานที่ทำงาน อยู่ใกล้กันทั้งในเวลาทำงาน เวลาพัก หรือแม้แต่หลังเลิกงานไปแล้ว การศึกษาของ Shahid et al. (2016) พบว่า การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานนั้นส่งผลกระทบด้านบวกต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Wong, Bandar and Saili (2017) ก็พบว่า การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานก็มีความสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกันต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน of พนักงาน ถ้าระดับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานสูง สมดุลชีวิตและการทำงาน of พนักงานก็มีระดับสูงด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยได้กำหนดตัวแปรต้นที่จะนำมาศึกษา เป็นตัวแปรการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ประกอบด้วย ภาระงาน ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน ความมีอิสระในการทำงาน ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ส่วนตัวแปรตามคือ สมดุลชีวิตและการทำงาน ทั้ง 3 ด้าน โดยนำมาวางเป็นกรอบแนวคิดการศึกษา ดังแสดง ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน: ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน

สมมติฐานย่อยที่ 1 : ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลา

สมมติฐานย่อยที่ 2 : ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านการมีส่วนร่วม

สมมติฐานย่อยที่ 3 : ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจ

วิธีการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีการสำรวจ (Survey) ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อปัจจัยการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน และระดับสมรรถนะชีวิตและการทำงานของพนักงาน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรเป้าหมาย ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในกลุ่มบริษัท ABC จำกัด (มหาชน) ภายในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดและพื้นที่ใกล้เคียง ในจังหวัดระยอง โดยศึกษาพนักงานที่ทำงานอยู่ในสายการผลิต (Operation Line) อันประกอบไปด้วย พนักงานในส่วนปฏิบัติการผลิตโดยตรง และส่วนสนับสนุนการผลิตต่าง ๆ จากพนักงานรวมของทุกบริษัท มีจำนวน 2,815 คน เมื่อคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ต้องไม่ต่ำกว่า 351 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดคลาดเคลื่อนผู้วิจัยจึงทำการปรับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เพิ่มอีกร้อยละ 10 เป็นจำนวนการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 386 คน ในการเก็บข้อมูลนั้น ผู้ศึกษาได้ส่งแบบสอบถามเพื่อการเก็บแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) แบบสอบถามถูกแจกออกไปในแบบ online รวมทั้งสิ้น 386 ชุด และมีผู้ตอบแบบสอบถาม กลับมายังผู้ศึกษา รวมทั้งสิ้น 386 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับ (Response Rate) เท่ากับร้อยละ 100 ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของข้อมูลซึ่งในนี้มีอยู่ 382 ชุด เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) เกี่ยวกับ ปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานที่มีผลต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานของพนักงาน ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นโดย อาศัยแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิด ที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ถามเกี่ยวกับการะงาน (Omar et al., 2015) ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ (Omar et al., 2015) ความมีอิสระในการทำงาน (Morgeson, 2006) ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน (Oludayo, 2019) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Kopp, 2013) และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Kopp, 2013) ซึ่งในส่วนนี้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะชีวิตและการทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คำถามในส่วนนี้ ประกอบด้วยข้อคำถาม เกี่ยวกับสมรรถนะ

เวลา สมดุลด้านการมีส่วนร่วม และสมดุลด้านความพึงพอใจ ซึ่งคำถามในส่วนนี้ได้ปรับปรุงมาจาก (Al-Saidi, 2015)

แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความสอดคล้องด้านเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนใช้จริง (Pre - Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 40 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งแบบสอบถามที่พิจารณาได้มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับนั้น ควรมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha ไม่ต่ำกว่า 0.7 ขึ้นไป (Triraganan, 2013) และจากผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha ของตัวแปรต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 1 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามที่นำมาใช้ของทุกตัวแปร มีความน่าเชื่อถือที่ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้และเหมาะสมแก่การนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของตัวแปร (N = 40)

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	Cronbach's α
ปัจจัยการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน	30	
ภาระงาน	5	0.866
ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่	5	0.892
ความมีอิสระในการทำงาน	5	0.952
ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน	5	0.757
การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	5	0.940
การสนับสนุนจากหัวหน้างาน	5	0.942
ความสมดุลชีวิตและการทำงาน	15	
สมดุลด้านเวลา	5	0.884
สมดุลด้านการมีส่วนร่วม	5	0.921
สมดุลด้านความพึงพอใจ	5	0.919

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส จำนวนผู้ที่อยู่ในอุปการะ รายได้ต่อเดือน หน่วยงานที่สังกัด ตำแหน่งงาน อายุงาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในส่วนการวิเคราะห์ ตัวแปรปัจจัยการสนับสนุนทางสังคมจากที่ทำงาน อันได้แก่ ภาระงาน ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน ความมีอิสระในการทำงาน ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ การสนับสนุนจากหัวหน้างาน การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ตัวแปรสมมูลชีวิตและการทำงาน อันได้แก่ สมมูลด้านเวลา สมมูลด้านการมีส่วนร่วม และสมมูลด้านความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยเช่นกัน

2. การวิเคราะห์เพื่อการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาการส่งผลของตัวแปร การสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานต่อสมมูลชีวิตและการทำงาน ใช้การวิเคราะห์ด้วยการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยใช้วิธี Stepwise เพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

จากจำนวนชุดข้อมูลที่มีความสมบูรณ์และสามารถนำมาเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสิ้น 382 ชุด ในส่วนข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว และอยู่ร่วมกับคู่สมรส ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ที่อยู่ในอุปการะ 1-2 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นพนักงานปฏิบัติการที่สังกัดหน่วยงานฝ่ายผลิตโดยตรง และส่วนใหญ่อายุงานมากกว่า 15 ปี แล้ว

ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน พบว่า ภาระงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($M=3.02$, $SD = 0.85$), ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ อยู่ในระดับ น้อย ($M=2.53$, $SD = 0.91$), ความมีอิสระในการทำงาน อยู่ระดับปานกลาง ($M=3.24$, $SD = 0.83$), ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน อยู่ระดับปานกลาง ($M=3.24$, $SD = 0.83$), การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานอยู่ระดับมาก ($M=3.48$, $SD = 0.76$) และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน อยู่ระดับ ปานกลาง ($M=3.31$, $SD = 0.80$)

ผลระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างด้านสมมูลชีวิตและการทำงาน พบว่า สมมูลด้านเวลา อยู่ในระดับ ปานกลาง ($M=3.40$, $SD = 0.68$), ด้านการมีส่วนร่วม อยู่ในระดับ มาก ($M=3.63$, $SD = 0.64$) และด้านความพึงพอใจ อยู่ระดับ มาก ($M=3.48$, $SD = 0.67$) ด้วยเช่นกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานย่อยที่ 1 : ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลา

ตารางที่ 2 ลักษณะอิทธิพลของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลา (Stepwise Method)

ตัวแปรต้น	B	SE	β	t	p	VIF
ค่าคงที่ (constant)	1.482	0.159	-	9.342*	0.000	-
1. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	0.330	0.045	0.365	7.250*	0.000	1.612
2. การสนับสนุนจากหัวหน้างาน	0.163	0.0450	0.191	3.613*	0.000	1.771
3. ความมีอิสระในการทำงาน	0.163	0.041	0.198	3.946*	0.000	1.598
4. ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่	-0.133	0.039	-0.177	-3.40*	0.001	1.734
5. ภาระงาน	-0.210	0.043	-0.261	-4.921*	0.000	1.784

$SE_{est} = 0.528$; Durbin-Watson = 1.917

$R = 0.639$; $R^2 = 0.409$; Adjusted $R^2 = 0.401$; $F = 52.018^*$; $sig = 0.001$

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลา พบว่า มีตัวแปรต้น 5 ตัวที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน คือ การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนจากหัวหน้างานและความมีอิสระในการทำงาน ที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลาในทิศทางเดียวกันและเป็นด้านบวก ส่วนภาระงานและความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลาในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งสอดคล้องกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีการทดสอบก่อนการหาค่าการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ จะเห็นว่าตัวแปรต้นทั้ง 5 ตัว ร่วมกันอธิบายความสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลาได้ร้อยละ 40.90 ($R^2=0.409$) และได้ค่าที่ปรับแก้แล้ว ร้อยละ 40.10 ($R^2_{adjusted}=0.401$) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=52.019$, $p=0.001$) โดยตัวแปรที่น่าออกจากแบบจำลองการถดถอยคือ ตัวแปรความขัดแย้งในการทำงาน เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากผลการวิเคราะห์จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 1 นั่นคือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลา

สมมติฐานย่อยที่ 2 : ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานส่งผลต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานด้านการมีส่วนร่วม

ตารางที่ 3 ลักษณะอิทธิพลของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ที่ส่งผลต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานด้านการมีส่วนร่วม (Stepwise Method)

ตัวแปรต้น	B	SE	β	t	p	VIF
ค่าคงที่ (constant)	1.833	0.139	-	13.224*	0.000	-
1. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	0.378	0.040	0.448	9.345*	0.000	1.274
2. ความมีอิสระในการทำงาน	0.149	0.037	0.193	4.032*	0.000	1.274

$SE_{est} = 0.529$; Durbin-Watson = 1.975

$R = 0.564$; $R^2 = 0.318$; Adjusted $R^2 = 0.314$; $F = 88.292^*$; sig = 0.000

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานด้านการมีส่วนร่วม พบว่า มีตัวแปรต้นเพียง 2 ตัว คือ ความมีอิสระในการทำงาน การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ที่ส่งผลต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานด้านการมีส่วนร่วม ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถร่วมกันอธิบายสมรรถนะชีวิตและการทำงานด้านการมีส่วนร่วม ได้ร้อยละ 31.80 ($R^2=0.318$) และค่าที่ปรับแก้แล้วร้อยละ 31.40 ($R^2_{adjusted}=0.314$) โดยตัวแปรที่นำออกจากแบบจำลองการถดถอยคือ ตัวแปรความยืดหยุ่นในการทำงาน การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ภาระงาน และ ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากผลการวิเคราะห์จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 2 นั่นคือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ส่งผลต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานด้านการมีส่วนร่วม

สมมติฐานย่อยที่ 3 : ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานส่งผลต่อสมรรถนะชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจ

ตารางที่ 4 ลักษณะอิทธิพลของปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจ (Stepwise Method)

ตัวแปรต้น	B	SE	β	t	p	VIF
ค่าคงที่ (constant)	0.795	0.123	-	6.449*	0.000	-
1. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	0.324	0.038	0.364	8.629*	0.000	1.621
2. ความมีอิสระในการทำงาน	0.207	0.034	0.255	6.006*	0.000	1.732
3. การสนับสนุนจากหัวหน้างาน	0.194	0.040	0.229	4.890*	0.000	1.453
4. ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน	0.080	0.037	0.091	2.170*	0.031	1.743

$SE_{est} = 0.439$; Durbin-Watson = 1.925

$R = 0.760$; $R^2 = 0.577$; Adjusted $R^2 = 0.573$; $F = 128.640^*$; sig = 0.000

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจ พบว่า มีตัวแปรต้นเพียง 4 ตัวเท่านั้น คือ การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ความมีอิสระในการทำงาน การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน ที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถร่วมกันอธิบายสมดุลชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจ ได้ร้อยละ 57.70 ($R^2=0.577$) และค่าที่ปรับแก้แล้วร้อยละ 57.30 ($R^2_{adjusted}=0.573$) โดยตัวแปรที่นำออกจากแบบจำลองการถดถอยคือ ภาระงาน และ ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญ และจากผลการวิเคราะห์จึง ขอมรับสมมติฐานย่อยที่ 3 นั่นคือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยสนับสนุนทางสังคมจากสถานที่ทำงาน และสมดุลชีวิตและการทำงาน

ภาระงาน พบว่า ภาระงาน ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน ด้านสมดุลด้านเวลาในทิศทางลบแต่เพียงด้านเดียว แต่ไม่ส่งผลต่อสมดุลด้านการมีส่วนร่วม และด้านความพึงพอใจ นั่นหมายความว่า ถ้าพนักงานมีภาระงานที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดความรู้สึกยากลำบากในการจัดสรรเวลา และมีเวลาน้อยลงเพื่อการทำบทบาทหน้าที่เพื่อครอบครัว สังคม หรือเพื่อชีวิตส่วนตัว แต่ก็มีได้หมายความว่า ผลของภาระงานที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมต่อครอบครัว ต่อสังคม

หรือต่อการใช้ชีวิตส่วนตัวของพนักงาน และพนักงานอาจไม่ได้รู้สึกไม่ดี หรือไม่พึงพอใจต่อผลกระทบจากภาระงานที่เพิ่มขึ้นแต่เพียงอย่างเดียว ผลที่ได้จากการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Omar et al. (2015) เรื่อง ภาระงาน ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ และสมดุลชีวิตและการทำงาน ซึ่งเขาพบว่า ภาระงาน ส่งผลกระทบต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Wisassinthu and Rojniruttikul (2017) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานบริษัทฟาสต์ฟู้ดแห่งหนึ่ง โดยพบว่า ภาระงาน ส่งผลกระทบต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน และยังพบว่าสอดคล้องกับการศึกษาของ Suhaimi et al. (2018) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ ของภาระงาน และความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ กับสมดุลชีวิตและการทำงาน ซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์ในทางลบของภาระงาน กับสมดุลชีวิตและการทำงาน

ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ พบว่า ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ ส่งผลในทิศทางลบต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลา นั่นคือ ถ้าพนักงานมีระดับของความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่มากขึ้น จะทำให้สมดุลชีวิตและการทำงานด้านเวลาลดลง อาจเป็นเพราะในบางครั้งพนักงานจำเป็นต้องรับทำงานบางอย่างที่ถูกเพิ่มเข้ามาโดยปัจจุบันทันด่วน เนื่องจากความจำเป็นบางอย่างขององค์กร หรือหัวหน้างานในระดับที่สูงกว่าหัวหน้างานโดยตรงของเขา แต่ไม่ใช่งานรับผิดชอบหลักของหน่วยงานตนเอง และโดยมากมักจะไม่ใช่งานประจำ งานลักษณะนี้มักทำให้พนักงานรู้สึกขัดแย้งว่าทำไมตนต้องมารับผิดชอบ อย่างไรก็ตามความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ก็มิได้ส่งผลต่อความสมดุลด้านการมีส่วนร่วม และด้านความพึงพอใจของพนักงาน เพราะผลการทดสอบไม่พบการส่งผลจากความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ต่อสมดุลด้านการมีส่วนร่วม และสมดุลด้านความพึงพอใจของพนักงาน ผลที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Omar et al. (2015) เรื่อง ภาระงาน ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ และสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน ซึ่งเขาพบว่า ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ ส่งผลกระทบต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Suhaimi et al. (2018) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ ของภาระงาน และความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ กับสมดุลชีวิตและการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่างโดยการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ในทางลบอย่างมีนัยสำคัญ ของความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่กับสมดุลชีวิตและการทำงาน

ความมีอิสระในการทำงาน พบว่า ความมีอิสระในการทำงาน ส่งผลในทิศทางบวกต่อสมดุลชีวิตและการทำงานทั้ง 3 ด้าน สมดุลด้านเวลาที่ดีขึ้นเมื่อพนักงานมีความมีอิสระในการทำงานมากขึ้น อาจเป็นเพราะว่าพนักงานรู้สึกที่ไม่ถูกจำกัดหรือควบคุมอยู่ในกรอบเวลาที่ตายตัวในการทำงาน เขาสามารถจัดสรรเวลาในการทำงานได้อย่างอิสระ ในส่วนสมดุลด้านการมีส่วนร่วมที่ดีขึ้น อาจเป็นเพราะการที่พนักงานได้มีโอกาส ในการกำหนดวิธีการทำงานของตนเอง ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาวางแผนการทำงานเอง พนักงานจะรู้สึกถึงการมีบทบาทที่สำคัญมากขึ้นของตัวเอง รู้สึกรับผิดชอบมาก

ขึ้น และอยากสร้างผลงานอย่างเต็มศักยภาพของตนเอง และแน่นอนว่า เมื่อพนักงานมีส่วนร่วมด้วยความเต็มใจ ความพึงพอใจก็จะตามมาด้วย ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Walia (2014) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างสมดุลชีวิตและการทำงาน กับความหลากหลายของบทบาทหน้าที่ และ ความมีอิสระในการทำงาน ในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่าง ความมีอิสระในการทำงานกับสมดุลชีวิตและการทำงาน

ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน พบว่า ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน ส่งผลในทิศทางบวกต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจ โดยเฉพาะต่อกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่ต้องเข้ามาทำงานในสำนักงานเป็นหลัก ถ้าไม่ต้องเข้ามาในที่ทำงานบ้างในบางครั้งแต่นั่งทำงานอยู่กับบ้านได้ น่าจะส่งผลดีต่อสภาพจิตใจในการทำงาน ลดความกดดันหรือความเครียดในหลาย ๆ ด้านลง ทั้งนี้ในการศึกษานี้พบว่า ความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน มิได้ส่งผลต่อสมดุลด้านการมีส่วนร่วม และด้านเวลาของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยผลการศึกษานี้ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Tausig and Fenwick (2001) เรื่อง Unbinding Time: Alternate Work Schedules and Work-Life Balance ซึ่งไม่พบการส่งผลของความยืดหยุ่นในการจัดการทำงาน ต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน และการศึกษานี้ก็ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Abendroth and Dulk (2011) เรื่อง การให้การสนับสนุนเพื่อความสมดุลในชีวิตและการทำงานในยุโรป ซึ่งไม่พบการส่งผลของความยืดหยุ่นในการทำงานต่อสมดุลชีวิตและการทำงานแต่อย่างใด แต่การศึกษานี้พบว่ามีความสอดคล้องในแง่ของผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือการศึกษาของ Wong et al. (2017) เรื่อง ปัจจัยการสนับสนุนจากสถานที่ทำงาน และสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน ที่พบว่าความยืดหยุ่นในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน และยังพบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Babajide (2019) เรื่อง ผลกระทบของความยืดหยุ่นในการทำงานต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน ที่พบว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานส่งผลกระทบต่อสมดุลชีวิตและการทำงานเช่นกันแต่ในระดับที่ไม่สูงนัก

การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน พบว่า การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ส่งผลในทิศทางบวกต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเวลา ด้านการมีส่วนร่วม และด้านความพึงพอใจ เพื่อนร่วมงานคือกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์และใกล้ชิดกับตัวพนักงานแต่ละคนมากที่สุด เพื่อนร่วมงานที่ทำงานอยู่ในลักษณะงานแบบเดียวกัน การพึ่งพาอาศัยระหว่างกันก็สามารถยังประโยชน์ซึ่งกันและกันได้เต็มที่ ในด้านอารมณ์ความรู้สึกหรือชีวิตส่วนตัว ถ้าระหว่างเพื่อนร่วมงานด้วยกันความสัมพันธ์เป็นไปในลักษณะที่ดี ย่อมส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกของพฤติกรรมด้านบวกต่าง ๆ ได้หลายลักษณะ ผลจากการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Wong et al. (2017) เรื่อง ปัจจัยการสนับสนุนจากสถานที่ทำงานและสมดุลชีวิตและการทำงาน ของพนักงาน ซึ่งพบว่า การ

สนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Abendroth and Dulk (2011) เรื่อง การให้การสนับสนุนเพื่อความสมดุลในชีวิตและการทำงานในยุโรป ที่พบว่า การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน และผลของการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Shahid et al. (2016) เรื่อง การสนับสนุนทางสังคม อารมณ์เชิงลบ และสมดุลชีวิตและการทำงานของนักวิชาการในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ซึ่งพบว่า การสนับสนุนของเพื่อนร่วมงาน ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่างด้วยเช่นกัน

การสนับสนุนจากหัวหน้างาน พบว่า การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ส่งผลในทิศทางบวกต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน ด้านเวลา และด้านความพึงพอใจ ทั้งนี้ด้วย หัวหน้างาน มีบทบาทสำคัญในฐานะเป็นตัวแทนขององค์กร ในการบริหารจัดการและดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของผู้ใต้บังคับบัญชา ทั้งในเรื่องการทำงานและชีวิตส่วนตัว ทำหน้าที่ในการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร นโยบายต่าง ๆ ขององค์กร มาปรับใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนจากหัวหน้างาน มิได้ส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานด้านการมีส่วนร่วม ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ผลการศึกษานี้ มีความสอดคล้องกับงานของ Abendroth and Dulk (2011) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การให้การสนับสนุนเพื่อความสมดุลในชีวิตและการทำงานในยุโรป ซึ่งพบว่า การสนับสนุนของหัวหน้างานส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน แต่การศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับงานของ Shahid et al. (2016) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสนับสนุนทางสังคม อารมณ์เชิงลบ และสมดุลชีวิตและการทำงานของนักวิชาการ จากการศึกษาไม่พบการส่งผลของ การสนับสนุนจากหัวหน้างานต่อสมดุลชีวิตและการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง และการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานของ Wong et al. (2017) เรื่อง ปัจจัยการสนับสนุนจากสถานที่ทำงาน และสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการซึ่งพบว่า การสนับสนุนจากหัวหน้างานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ สมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ผู้บริหารหรือผู้มีส่วนในการวางแผนบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ในองค์กรที่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่มีโครงสร้างหรือฟังก์ชันคล้าย ๆ กับกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษานี้ ควรให้ความสำคัญและลองพิจารณาการประยุกต์ใช้ ปัจจัยด้านต่าง ๆ เพื่อการส่งเสริมสมดุลชีวิตและการทำงาน of พนักงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ ผู้ทำการศึกษาจึงอยากเสนอข้อเสนอแนะที่อาจจะเป็นประโยชน์สำหรับการนำไปปรับใช้ เพื่อช่วยให้พนักงานภายในองค์กร มีชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวที่สมดุล ดังนี้ คือ

1. จากผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน มีความสำคัญมากต่อการส่งผลถึงระดับความสมดุลชีวิตและการทำงานของพนักงาน ดังนั้นองค์กร ควรมีการส่งเสริมหรือออกแบบโปรแกรมต่าง ๆ เพื่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน เช่น การจัดกิจกรรมอบรมสัมมนาที่ไม่เป็นทางการร่วมกัน กิจกรรมสันทนาการ การทำกิจกรรม Team Building เพื่อการท่องเที่ยวให้ทุกคนได้ผ่อนคลายกับความเครียดในการทำงานมาตลอดทั้งปี พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร และส่งเสริมให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังต้องสร้างความยืดหยุ่นหรือการขยายขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคนให้กว้างมากขึ้น โดยการหมุนเวียนสลับหน้าที่การทำงาน (Job Rotation) การสอนงานกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน (On the Job Training) เพื่อให้พนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถที่กว้างขึ้น นอกจากนี้จะเป็นการสร้างความยืดหยุ่นในด้านการบริหารจัดการกำลังคนแล้ว ยังเป็นการเพิ่ม Job Value และโอกาสในการเจริญเติบโตให้พนักงานได้อีกด้วย

2. ความมีอิสระในการทำงาน เป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่ง จากการศึกษาในครั้งนี้ ที่พบว่ามีการส่งผลต่อสมดุลชีวิตและการทำงานทั้ง 3 ด้าน การส่งเสริมเพื่อสร้างความมีอิสระในการทำงาน ให้แก่พนักงานอย่างเป็นรูปธรรม จึงเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งในองค์กรหนึ่งๆ คนที่เป็น “หัวหน้างาน” น่าจะเป็นผู้ที่ มีหน้าที่โดยตรงในการส่งเสริมและพัฒนาความมีอิสระในการทำงานให้กับกลุ่มพนักงานอันเป็นผู้ได้บังคับบัญชาของตน ผ่านมาทางนโยบายที่ชัดเจนของผู้บริหารในระดับที่สูงกว่า ลงมาตามสายบังคับบัญชาสู่พนักงานทุกระดับชั้น และเป็นหน้าที่ของหัวหน้างานที่ต้องคอยเฝ้าดูและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด ส่งเสริมหรือคอยกระตุ้นให้พนักงานรู้จักใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการปรับปรุงงาน ส่งเสริมการคิดเชิงกลยุทธ์ ให้ความรู้ทักษะที่จำเป็นเพื่อช่วยให้พนักงานในองค์กรสามารถคิดได้ด้วยตัวเองว่าจะอะไรคือสิ่งที่ดีสำหรับองค์กร โดยการให้ทักษะพื้นฐาน เช่น Business model และ Strategic plan เป็นต้น

3. หัวหน้างานต้องคอยดูแลการกระจายหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ได้บังคับบัญชาให้เหมาะสม ทั้งปริมาณงานและความเหมาะสมของลักษณะเนื้องานงานที่มอบหมายด้วย เพื่อไม่ให้ภาระการทำงานของพนักงานแต่ละคนมากเกินไปจนเกินกว่าที่พวกเขาจะรับได้ และต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนของพนักงานแต่ละตำแหน่งด้วย เพื่อไม่ให้พนักงานเกิดความรู้สึกกดดันและความเครียดจากงานที่อาจมากเกินไป หรือบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่ไม่ชัดเจน

4. หัวหน้างานมีหน้าที่โดยตรงในการวางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพการทำงานของ ผู้ได้บังคับบัญชาร่วมกับฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อขยายขอบข่ายความรับผิดชอบ เพิ่มคุณค่าการทำงาน และสร้างโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การทำงานให้กับผู้ได้บังคับบัญชา ภายใต้แนวทางแห่งความเสมอภาคและเป็นธรรมแก่ผู้ได้บังคับบัญชาทุกคน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

เพื่อที่ว่าผู้มีความสนใจจะได้นำเนื้อหาและสาระที่ได้จากการศึกษานี้ไปเป็นข้อมูล อ้างอิง หรือ ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น ผู้ทำการศึกษา จึงใคร่ขอเสนอข้อแนะนำ ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลากหลายชิ้นงานและจากนักวิจัยที่เคยศึกษาเอาไว้หลาย ๆ ท่าน แต่กระนั้นก็ได้เลือกเฉพาะตัวแปรต้นบางตัวที่ผู้ศึกษามีความสนใจเท่านั้น ซึ่งในที่นี้มี 6 ตัวแปร ดังที่ได้ระบุไว้ในตัวงานข้างต้น มาเพื่อทำการศึกษา ซึ่งผู้ที่สนใจอาจได้ลองทำการศึกษาที่คล้ายกัน แต่เปลี่ยนตัวแปรต้นไปเป็นปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ต่างออกไป อาจเป็นการขยายประโยชน์ให้กว้างขึ้นได้

2. ในการศึกษาครั้งนี้เลือกทำกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในพื้นที่ จังหวัดระยอง ผู้สนใจอาจลองทำการศึกษา ในลักษณะเดียวกันแต่เปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างไปในอุตสาหกรรมการผลิตที่ต่างออกไป แล้วนำผลการวิจัยมาเทียบเคียง และนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กว้างขวางต่อไป

REFERENCES

- ABAC POLL. (2013). Community Happiness Observation and Research. Retrieved from <https://www.ryt9.com>, 15 March 2019.
- Al-Saidi, R.M. (2015). *The Impact of Advanced Technology on Work-Life Balance for the Administrative Staff at UNRWA-Gaza Field Office*. MBA, The Islamic University.
- Babajide, A. (2019). *The Impact of Flexible Working Hours on Employees' Work-Life Balance in Banking Industry (Case Study of Selected Bank in Osun State)*. Master of Science Thesis in Industrial Relation and Personnel Management, Osun State University.
- Cigna. (2019). 2019 Cigna 360 Well-Being Survey.
- Fenlason, K.J. and Beehr, T.A. (1994). Social support and occupational stress: Effects of talking to others. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 157-175.
- Fletcher, B.C. & Payne, R.L. (1980). *Stress at work: A review and theoretical framework*. *Personnel Review*, 9, 19-29.
- Greenhaus, J. H., Collins, K. M., and Shaw, J. D. (2003). The relation between work-family balance and quality of life. *Journal of vocational behavior*, 63 (3), 510-531.
- Johnson, J.V., and Hall, E.M. (1988). Job strain, work place social support and cardiovascular disease: A cross-sectional study of a random sample of the Swedish working population. *American Journal of Public Health*, 78, 1336-1342.
- Kopp, L.R. (2013). *The Effects of Perceived Supervisor Work-Life Support on Employee Work-Life Balance, Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behavior*. Master of Science in Applied Psychology Degree, University of Wisconsin-Stout.
- Lau, R.S.M. (2000). Quality of work life and performance – An ad hoc investigation of two key elements in the service profit chain model. *International Journal of Service Industry Management*, 11(5), 422-437.
- Lehmann, L. (2012). *Autonomy and work-life balance and their effects on job satisfaction*. MSc Social and Organizational Psychology, Faculty of Social and Behavioral Sciences University of Utrecht.
- Morgeson, F. P. and Humphrey, S. E. (2006). The Work Design Questionnaire (WDQ): Developing and validating a comprehensive measure for assessing job design and the nature of work. *Journal of Applied Psychology*, 91, 1321-1339.

- Office of Industrial Economics. (2018). *Annual report 2018*.
- Oludayo, O.A., Salau, O.P., Falola, H.O., Atolagbe, T. M., Ogueyungbo, A., and Fatogun, T.O. (2019). Flexible Work Arrangement Initiatives and Commitment Outcome of Selected Technology-based Banks. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 10(3), 161–171.
- Omar, M. K., Mohd, I. H. and Ariffin, M. S. (2015). Workload, Role Conflict and Work-life Balance among Employees of an Enforcement Agency in Malaysia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 8(2), 52-57.
- Rhoades, L. and Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87, 698-714.
- Shahid, S. A. et al. (2016). Social Support, Negative Affectivity, and Work Personal Life Balance of Academics. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(7), 500-504.
- Skinner, N. (2005). *Workplace Support, Workforce Development TIPS (Theory Into Practice Strategies): A Resource Kit for the Alcohol and Other Drugs Field*. National Centre for Education and Training on Addiction (NCETA). Adelaide. Flinders University.
- Smith, C. A., Organ, D. W., Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68, 653–663.
- Suhaimi, S. A., Mohamad, M., Seman, K., Nazmi, M. H., Ismail, N. F. H., Rahman, N. I. A. K., Nee, T. Y. and Jafri, W. N. N. W. (2017). The Effect of Workload and Role Conflict Towards Work-life Balance. *The European Proceedings of Social & Behavioral Sciences*, 493-500.
- Thos. (2019). IWG survey reveals flexible working is the answer for the modern workforce. Retrieved from www.mmthailand.com, 15 April 2020.
- Walia, P. (2014). Work-life Balance in Relation to Task Variety and Task Autonomy : A Study of Bank Employees. *Journal of Strategic Human Resource Management*, 3 (1), 11-15.
- Walton, R. E. (1973). Quality of Working Life: What Is It?. *Sloan Management Review*, 15 (1), 11-21.
- Wisassinthu, T. and Rojniruttikul, N. (2017). Factors affecting work-life balance of part-time employees: A case study of fast food company in Bangkok. *Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University*, 4(6), 21-32.
- Wong, P. Y., Bandar, N. F. A. and Saili, J. (2017). Workplace Factors and Work-life Balance among Employees in selected Services Sector. *International Journal of Business and Society*, 18(4), 677-684.
- Yooprot, T. (2013). Effect of Work Values on Organizational Citizenship Behavior among the Generations. *Business Administration Journal*, 36(138), 40-62.

คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับการประสบปัญหาทางการเงิน
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

AUDIT COMMITTEE CHARACTERISTICS AND FINANCIAL PROBLEMS OF
LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

เดชณัฐ ศรีรัชดากร¹ นิมนวล วิเศษสรรพ²

Tachanut Sriruchadakron¹ Nimnual Visesdun²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

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

Tel. 08-9507-2716 E-mail: boatloves1996@gmail.com

²คณบดีคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

²Dean of Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 08-6537-7318 E-mail: thamavit.t@rsu.ac.th

(Received: September 8, 2021 ; Revised: October 18, 2021 ; Accepted: November 12, 2021)

บทคัดย่อ

วิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองของ Altman al. (1995) ในการจัดกลุ่มบริษัทตามระดับการประสบปัญหาทางการเงิน และคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านการเงินและบัญชี สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง และจำนวนกรรมการที่มีความเป็นอิสระ ข้อมูลเก็บรวบรวมจากงบการเงินและรายงาน 56-1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 – 2562 ของบริษัทจดทะเบียนจำนวน 411 บริษัท และนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ กำหนดช่วงความเชื่อมั่น 95%

ผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าเมื่อใช้แบบจำลองของ Altman al. (1995) ซึ่งมีตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประมาณ 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างถูกจัดอยู่ในกลุ่มไม่ประสบปัญหาทางการเงิน และคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความสัมพันธ์และมี

ผลกระทบต่อการประสบปัญหาทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนครั้งของการประชุม และสัดส่วนกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง โดยมีขนาดของกิจการเป็นตัวแปรควบคุมที่ยังคงมีอิทธิพลต่อการประสบปัญหาทางการเงิน

คำสำคัญ: คุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ, การประสบปัญหาทางการเงิน, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

This research aims to study the relationship and impact of the audit committee characteristics on financial problems of listed companies in the stock exchange of Thailand. The Altman al. (1995) model was used to categorize companies according to their level of financial problems, and the audit committee characteristics consist of board size of the audit committee, number of meeting time, proportion of audit committees with financial and accounting expertise, proportion of audit committees with knowledge and expertise in information technology, proportion of female audit committees, and number of independent committees. Data were collected from the financial statements and the 56-1 reports of the 411 listed companies from 2016 to 2019. Multiple regression analysis was employed to test the research relationships and impact at 95% confidence interval.

The results revealed that when using the Altman al. (1995) model comprising of the two main ratios: net working capital ratio to total assets and the profit before interest and taxes ratio, about one Third of companies listed on the stock exchange of Thailand are classified as having no financial problems. The characteristics of the audit committee that have a statistically significant impact on financial problems at the .05 level are the size of the audit committee, number of meetings, and the proportion of female audit committee. In addition, the firm size is a controlling factor that still has an influence on experiencing financial problems.

Keywords: *Audit Committee Characteristics, Financial Problems, The Stock Exchange of Thailand*

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

หลังจากการเกิดวิกฤติการณ์เศรษฐกิจที่รุนแรงมากในช่วงปีพ.ศ. 2540-2542 ที่ส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินของประเทศ The Stock Exchange of Thailand (1999) ได้มีการออกข้อกำหนดให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทุกบริษัทต้องจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีจุดมุ่งหมายประการแรกเพื่อทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการอิสระเข้ามาเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นในการกำกับและควบคุมการดำเนินงาน ประการที่สองเพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริหารระดับสูงได้กำหนดนโยบายและแผนงานต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและสามารถดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประการที่สามเพื่อทำหน้าที่ในการดูแลปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ ส่งเสริมให้การบริหารและการดำเนินการต่าง ๆ ให้มีความโปร่งใส และประการสุดท้ายเพื่อสร้างความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน ที่สะท้อนมูลค่าตามบัญชีของกิจการ และความมั่งคั่งของผู้ถือหุ้น นอกจากนี้คณะกรรมการตรวจสอบยังมีความสัมพันธ์กับหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งส่งผลให้การทำงานของฝ่ายตรวจสอบภายในเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดประสิทธิผล สนับสนุนความสำเร็จภายในองค์กรได้มากขึ้น (Srivachiranon, A., 1998) อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของคณะกรรมการตรวจสอบที่ปรากฏในงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ผ่านมาได้ให้การสนับสนุนความสัมพันธ์และผลกระทบของประสิทธิภาพของคณะกรรมการตรวจสอบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ความเสี่ยงทางการเงิน มูลค่าของกิจการ รวมถึงการลดโอกาสการประสบปัญหาทางการเงิน ซึ่งเป็นประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของคณะกรรมการตรวจสอบ (Manosoonthorn, W., 2016) นอกจากนี้พบว่ามีการใช้แบบจำลองความสัมพันธ์ของ Altman ปี 1995 ซึ่งประกอบด้วยอัตราส่วนทางการเงินที่แสดงถึงประสิทธิภาพของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน การทำกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีของกิจการ รวมทั้งโครงสร้างทางการเงินที่ทำให้ต้นทุนทางการเงินของกิจการต่ำกว่าอัตรากำไรสุทธิของกิจการ ในการจำแนกบริษัทที่ประสบปัญหาทางการเงินออกจากบริษัทที่ไม่ประสบปัญหาทางการเงิน (Churod, P., 2014)

บทความนี้จึงมีจุดมุ่งหมายที่จะรายงานผลการตรวจสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับการประสบปัญหาทางการเงิน โดยศึกษาจากคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่เป็นอยู่จริงในช่วงระยะเวลา 3 ปีซ้อนหลังตั้งแต่ 2562 แต่เนื่องจากในช่วงหลังมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและทางด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อการแข่งขันในตลาด (State Enterprise Policy Office, 2019) ในงานวิจัยนี้จึงได้เพิ่มเติมคุณลักษณะของกรรมการที่มีความรู้ความสามารถ เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และการคำนึงปัจจัยทางสังคม ได้แก่การมีกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง (Smith et al., 2006) เป็นคุณลักษณะเพิ่มเติมในคณะกรรมการตรวจสอบ นอกเหนือจากข้อกำหนดและแนะนำของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเกี่ยวกับคณะกรรมการตรวจสอบ โดยคาดว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของคณะกรรมการตรวจสอบในการลดระดับการประสบปัญหาทางการเงิน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะต่าง ๆ ของคณะกรรมการตรวจสอบกับการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านการเงินและบัญชี สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง และจำนวนกรรมการที่มีความเป็นอิสระ
2. เพื่อศึกษาและคัดเลือกคุณลักษณะต่าง ๆ ของคณะกรรมการตรวจสอบในข้อ 1 ที่สามารถอธิบายระดับการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ

Dezoort et al. (2002) และ Dan et al. (1999) มีผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบกับคุณภาพของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยคณะกรรมการตรวจสอบที่มีจำนวนเหมาะสมจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการมีคณะกรรมการตรวจสอบในจำนวนที่น้อย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มากกว่าหมายถึงการมีกรรมการที่มีความรู้และประสบการณ์ที่หลากหลายในการทำหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ Baxter & Cotter (2009) พบว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีขนาดใหญ่จะมีคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความสามารถแตกต่างกัน ในการตรวจสอบการปฏิบัติงานและรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการมีจำนวนสมาชิกในคณะกรรมการตรวจสอบที่มากเกินไปก็อาจจะส่งผลไปในเชิงลบ เนื่องจากจะทำให้เกิดกระบวนการที่ช้าลงและมีการกระจายความรับผิดชอบที่มากเกินไป ซึ่งงานวิจัยของ Anderson et al. (2003) พบว่าจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบกับรายการคงค้างตามดุลพินิจของผู้บริหารมีความสัมพันธ์ในเชิงลบซึ่งคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ Sirithip, W. (2012) ที่พบว่าการจัดการกำไรหรือผลการดำเนินงานของกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับขนาดของกรรมการตรวจสอบ

จำนวนครั้งของการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ

Abbott et al. (2000) กล่าวว่า “จำนวนครั้งของการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบช่วยแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่จะปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ” โดย Bedard et al. (2004) ได้ให้ข้อสังเกตในการดำรงไว้ซึ่งการควบคุมการดำเนินงานตามแผนของ

บริษัท คือการเพิ่มจำนวนครั้งในการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ อย่างน้อยปีละ 4 ครั้งตามรอบระยะเวลาการประกาศงบการเงินแต่ละไตรมาส แต่การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบที่บ่อยครั้งอาจบ่งบอกถึงการมีปัญหาในการบริหารจัดการของกิจการหรือสภาพปัญหาทางการเงินของกิจการที่มีปัญหาทำให้จำนวนครั้งในการประชุมของคณะกรรมการอยู่ในจำนวนที่สูง ดังปรากฏในรายงานวิจัยของ Xie et al. (2003) ที่รายงานว่าจำนวนครั้งในการเข้าร่วมประชุมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับสภาพปัญหาทางการเงินของกิจการและแนวทางปฏิบัติด้านการจัดการกำไร สอดคล้องกับการงานวิจัยของ Manosoonthorn, W. (2016) พบว่า การมีจำนวนครั้งที่เข้าประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบที่มากก็อาจจะส่งผลในเชิงลบกับผลการดำเนินงานของกิจการ

สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านการเงินและบัญชี

Faeber (2005) กล่าวว่าความเชี่ยวชาญทางการเงินเป็นลักษณะสำคัญของคณะกรรมการตรวจสอบในการควบคุมพฤติกรรมของผู้จัดการที่ไม่พึงประสงค์ ช่วยเพิ่มความสามารถของคณะกรรมการตรวจสอบในตรวจสอบการดำเนินงาน และเสริมสร้างการกำกับดูแลกิจการให้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่การศึกษาของ Agrawal and Chadha (2005) สนับสนุนให้มีกรรมการตรวจสอบที่มีความสามารถทางการเงินและบัญชี เพราะจะทำให้การบริหารงานและผลการดำเนินงานมีความโปร่งใสมากขึ้น โดยเฉพาะความโปร่งใสของการรายงานงบการเงิน (Selamat, 2012) ซึ่งคล้ายคลึงสรุปผลการวิจัยของ Manosoonthorn, W. (2016) ที่กล่าวว่ากรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ด้านการเงินและบัญชี จะทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

State Enterprise Policy Office (2019) ได้อธิบายเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการที่ดี โดยการจัดตั้งให้มีคณะกรรมการที่มีความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามารับผิดชอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและเพิ่มประสิทธิภาพภายในองค์กรซึ่งจะมีคณะกรรมการคอยติดตามดูแลฝ่ายบริหารโดยใช้ประโยชน์จากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ควรมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและติดตามการจัดการกระบวนการป้องกันความเสียหาย การปรับปรุงรวมถึงเสนอแนะแก่ฝ่ายตรวจสอบด้านการจัดการที่ดีทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ เพื่อแก้ไขหรือปรับปรุงให้องค์กรมีการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่ Thai Federation of Accounting Professions (2006) ได้มีการกล่าวถึงการมีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่าในปัจจุบันได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีทักษะ

ทางด้านระบบสารสนเทศและจำเป็นต้องสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลและรายงานที่ต้องการในระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ที่อิงความรู้ในด้านต่าง ๆ

สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง

Jianakoplos and Bernasek (1998) พบว่าการเพิ่มจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบเพศหญิงสามารถช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจใช้กลยุทธ์ของบริษัท เนื่องจากคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงมีความสามารถในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นสูง และยังช่วยให้กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นซึ่งงานวิจัยของ Erhardt, Werble and Sharader (2003) ให้เหตุผลสนับสนุนว่าสัดส่วนของคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงยิ่งมาก ยิ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทและทำให้สถานะทางการตลาดของบริษัทอยู่ในระดับที่ดี อย่างไรก็ตาม Ferreira (2009) ซึ่งศึกษาเรื่องนี้กับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา พบว่ากรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงมีความพยายามทุ่มเทในการกำกับดูแลในการบริหารมากกว่า แต่พบว่าการมีกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงจำนวนมากส่งผลให้ผลการดำเนินงานลดลง นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Shrader, Blackburn, and Iles (1997) ยังชี้ให้เห็นว่าความหลากหลายในสัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานน้อยมากจนอาจกล่าวได้ว่าไม่มีผลกระทบที่เป็นสาระสำคัญ

จำนวนกรรมการที่มีความเป็นอิสระในคณะกรรมการตรวจสอบ

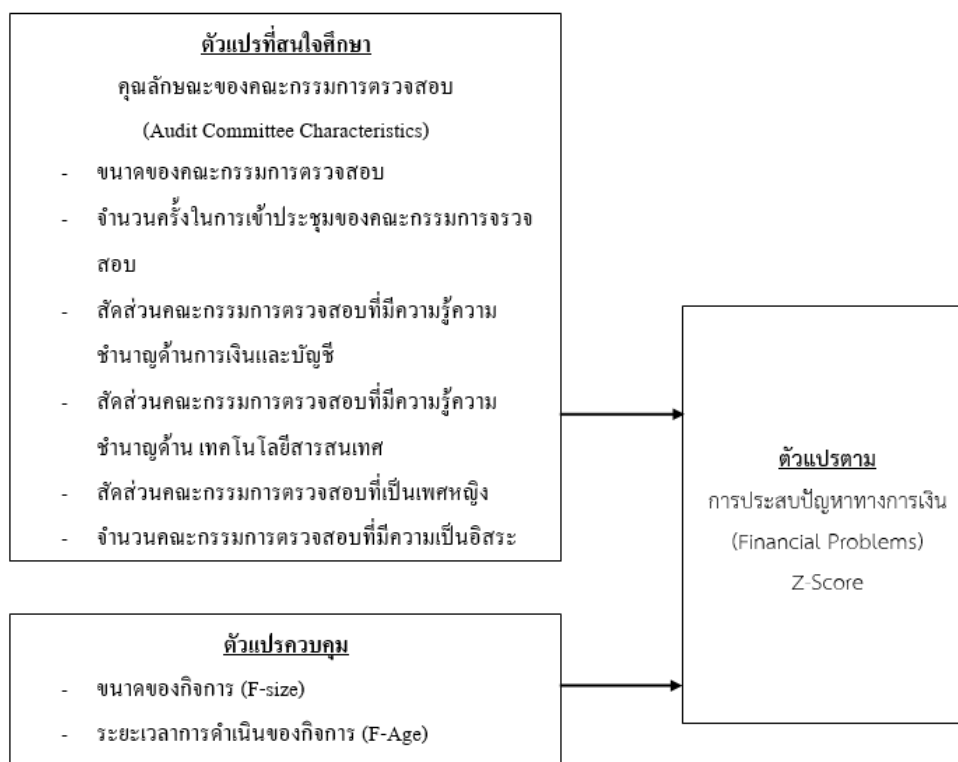
ผลการวิจัยของ Dehaene et al. (2001) ชี้ให้เห็นว่าบริษัทใดที่มีจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเป็นอิสระมากกว่า ยิ่งทำให้ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นสูงกว่า เป็นการสนับสนุนข้อค้นพบของ Fama and Jensen (1983) ที่กล่าวว่า การเพิ่มจำนวนของคณะกรรมการที่มีความเป็นอิสระจะสามารถช่วยลดปัญหาของตัวแทนและสามารถช่วยลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น รวมถึงยังสามารถเพิ่มความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้บริหาร และยังสามารถเพิ่มคุณภาพการกำกับดูแลกิจการ (Pincus, Rusbarsky & Wong, 1989) เนื่องจากคณะกรรมการที่มีความเป็นอิสระจะไม่ใช่ผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทแต่อย่างใด การมีคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเป็นอิสระ จึงช่วยลดความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดการทุจริตและช่วยเป็นศูนย์กลางความมั่นคงให้กับผู้ถือหุ้นได้ Hermalin and Weibach (1991) และ Bai et al. (2004) ทั้งสองคนสนับสนุนการมีจำนวนกรรมการอิสระที่เพียงพอเหมาะสม ทำให้การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานสูงขึ้น

ขนาดของกิจการ

Inter and Winwin (2018) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของขนาดธุรกิจที่มีต่อการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อินโดนีเซียตั้งแต่ปี 2555 ถึง 2557 พบว่าขนาดของบริษัทมีผลกระทบ แต่ไม่มีนัยสำคัญต่อการประสบปัญหาทางการเงินของกิจการ นอกจากนี้

การศึกษาของ Kim and Jang (2013) พบว่ายิ่งบริษัทมีขนาดใหญ่จะสามารถเข้าถึงตลาดทุนได้ง่ายขึ้น เพื่อเพิ่มเงินทุนด้วยต้นทุนที่ลดลงและข้อจำกัดน้อยกว่าบริษัทขนาดเล็กขณะที่ Mark , Stephen and Stephen (2019) พบว่าขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงลบและไม่มีนัยสำคัญกับการประสบปัญหาทางการเงินของกิจการ เนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่สามารถรองรับความเสี่ยงทางการเงินได้มากขึ้นโดยไม่ต้องพบกับการประสบปัญหาทางการเงินเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทขนาดเล็ก

นอกจากนี้ มีงานวิจัยหลายฉบับที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบปัญหาทางการเงิน เช่น Tirza and Julianti (2018) พบว่าความสามารถในการทำกำไรต่อระยะเวลาการดำเนินงานกิจการ มีผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อการประสบปัญหาทางการเงินของกิจการ ขณะที่ Nasrollah (2014) ได้ชี้ให้เห็นว่าระยะเวลาการดำเนินงานกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับนโยบายการจ่ายเงินปันผล จากที่กล่าวไว้ข้างต้น นำไปสู่การพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยจึงแสดงได้ดังในภาพที่ 1 และสมมติฐานการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการประสบปัญหาทางการเงิน

สมมติฐานที่ 2 จำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการประสบปัญหาทางการเงิน

สมมติฐานที่ 3 สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านการเงินและบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการประสบปัญหาทางการเงิน

สมมติฐานที่ 4 สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการประสบปัญหาทางการเงิน

สมมติฐานที่ 5 สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการประสบปัญหาทางการเงิน

สมมติฐานที่ 6 จำนวนกรรมการที่มีความเป็นอิสระในคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการประสบปัญหาทางการเงิน

สมมติฐานที่ 7 ขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการประสบปัญหาทางการเงิน

สมมติฐานที่ 8 ระยะเวลาการดำเนินของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการประสบปัญหาทางการเงิน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมาย ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้ 1) จะต้องอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ตลอด 4 ปี ตั้งแต่ปี 2559 ถึง 2562 2) มีรอบระยะเวลาการรายงานสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม โดยไม่รวมกลุ่มธุรกิจด้านการเงิน กองทุน ประกันภัย และบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน เนื่องจากกลุ่มเหล่านี้มีกฎหมายและข้อบังคับที่แตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นที่ถูกกำหนดไว้ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 3) มีการรายงานข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการตรวจสอบและข้อมูลทางการเงินที่สำคัญซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้อย่างครบถ้วน ดังนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจึงได้กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 411 บริษัท

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลทุติยภูมิ เก็บรวบรวมจากระบบข้อมูลบริษัทจดทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลที่ปรากฏในแบบแสดงรายงานข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนครั้งที่มีประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้าน

การเงินและบัญชี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง และจำนวนกรรมการที่มีความเป็นอิสระในคณะกรรมการตรวจสอบ นอกจากนี้มีอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนสุทธิ สินทรัพย์รวม อัตราส่วนกำไรสะสม อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนมูลค่าตามบัญชีของส่วนของผู้ถือหุ้นต่อสินทรัพย์รวม มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม และระยะเวลาการดำเนินของกิจการ ข้อมูลทั้งหมดจัดเก็บเป็นข้อมูลรายปี รวม 4 ปี ตั้งแต่ปี 2559 - 2562

3. แบบจำลองความสัมพันธ์

แบบจำลองความสัมพันธ์ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการศึกษา มีดังนี้

$$Z\text{-Score}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{ACSIZE}_{it} + \beta_2 \text{ACFRE}_{it} + \beta_3 \text{ACFIACC}_{it} + \beta_4 \text{ACIT}_{it} + \beta_5 \text{ACFE}_{it} + \beta_6 \text{ACIND}_{it} + \beta_7 \text{FSIZE}_{it} + \beta_8 \text{FAGE}_{it} + \varepsilon_{it}$$

โดยที่ตัวแปรตาม

Z-Score คือ ค่าคะแนนมาตรฐานที่คำนวณได้จากแบบจำลอง Altman et al. (1995)

ตัวแปรอิสระ

ACSIZE คือ ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ
ACFRE คือ จำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ
ACFIACC คือ สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านการเงินและบัญชี
ACIT คือ สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
ACFE คือ สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง
ACIND คือ จำนวนกรรมการที่มีความเป็นอิสระในคณะกรรมการตรวจสอบ

ตัวแปรควบคุม

F-Size คือ ขนาดของกิจการ
F-AGE คือ ระยะเวลาการดำเนินของกิจการ
 β_0 คือ ค่าคงที่ของสมการถดถอย
 β_j คือ สัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรอิสระ (j มีค่าเท่ากับ 1 ถึง 8)
 ε คือ ค่าความคลาดเคลื่อน
i คือ บริษัท i
t คือ ปีที่ t (t มีค่าเท่ากับ 2559 ถึง 2562)

4. การวัดค่าตัวแปร

4.1 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ตัวแปรตาม คือ ค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-Score) ที่คำนวณได้จากแบบจำลอง Altman et al.(1995) ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับการประสบปัญหาทางการเงิน พบว่าแบบจำลอง Z-score ของ Altman et al. (1995) สามารถคาดการณ์การล้มละลายของบริษัทภายในระยะเวลา 1 ปี และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการจำแนกบริษัทที่ประสบปัญหาทางการเงินออกจากบริษัทที่ไม่ประสบปัญหาทางการเงินได้อย่างแม่นยำ (Khemngud, E. 2011) โดยแบบจำลองของ Altman et al. Z-Score Original Formula (1995) มีดังนี้

$$Z = 6.56X_1 + 3.26X_2 + 6.72X_3 + 1.05X_4$$

โดยที่:

X_1 = อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม

(Net working capital / Total assets)

X_2 = อัตราส่วนกำไรสะสมต่อสินทรัพย์รวม

(Retained earnings / Total assets)

X_3 = อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม

(Earnings before interest and taxes / Total assets)

X_4 = อัตราส่วนมูลค่าตามบัญชีของส่วนของผู้ถือหุ้นต่อมูลค่าตามบัญชีหนี้สิน

(Book value of equity / Book value of liabilities)

ค่ามาตรฐานที่ได้จากการแทนค่าในสูตรข้างต้น จะนำมาใช้ในการจัดกลุ่มบริษัทในกลุ่มประชากรเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับการประสบปัญหาทางการเงิน ตามเกณฑ์ที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การจำแนก (Cut-off Point) ของ Z-Score (1995)

มีปัญหาด้านการเงินสูง และมี ความเป็นไปได้สูงมากที่จะ เกิดการล้มละลาย (Problem Zone)	มีความมั่นคงทางการเงินแต่ควร ระมัดระวังเพราะมีความเป็นไปได้ ที่บริษัทจะเกิดการล้มละลายได้ (Gray Zone)	มีความมั่นคงทางการเงินอย่าง มากและมีความเป็นไปได้น้อย มากที่จะเกิดการล้มละลาย (Safe Zone)
$Z < 1.10$	$1.10 < Z < 2.60$	$Z > 2.60$

ที่มา: Leelahawat, P. and Phadungsit, M. (2009)

4.2 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1) ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACSIZE) วัดค่าจากจำนวนของคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด ซึ่งจะนับรวมทั้งกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบและประธานคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) ตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2) จำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACFRE) วัดจากจำนวนครั้งที่คณะกรรมการตรวจสอบประชุมในแต่ละรอบปีบัญชี

3) สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการเงินและบัญชี (ACFIACC) วัดจากจำนวนของกรรมการที่มีความรู้ทางการเงินและบัญชีเปรียบเทียบกับจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด ซึ่งพิจารณาจากวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ด้านการเงินและบัญชีของคณะกรรมการตรวจสอบแต่ละคน

4) สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ACIT) วัดจากจำนวนของกรรมการที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปรียบเทียบกับคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด ซึ่งพิจารณาจากวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของคณะกรรมการตรวจสอบแต่ละคน

5) สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง (ACFE) วัดจากสัดส่วนของกรรมการที่เป็นเพศหญิงของบริษัทต่อจำนวนคณะกรรมการตรวจสอบทั้งหมด

6) จำนวนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเป็นอิสระ (ACIND) โดยวัดความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ พิจารณาจากอัตราร้อยละของจำนวนหุ้นสามัญของบริษัทที่กรรมการในคณะกรรมการถืออยู่ ณ วันสิ้นปีบัญชี ไม่เกิน ร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมด และข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ได้มีการกำหนดไว้โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.3 ตัวแปรควบคุม (Control Variable)

1) ขนาดของกิจการ (Firm – Size) จะวัดจากลอการิทึมธรรมชาติของมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์รวม ณ วันสิ้นปีบัญชี

2) ระยะเวลาการดำเนินงานของกิจการ (Firm – Age) จะวัดจากจำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการจนถึงสิ้นปีบัญชีในแต่ละปีที่ศึกษา

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยค่าต่ำสุด สูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และอัตราร้อยละของตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการตรวจสอบความสัมพันธ์และผลกระทบที่มีต่อการประสบปัญหาทางการเงินของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบที่นำมาศึกษา โดยกำหนดช่วงความเชื่อมั่น 95%

ผลการศึกษา

1. คุณลักษณะทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มประชากรเป้าหมาย

การจำแนกบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มตัวอย่าง ตามเกณฑ์ระดับการประสบปัญหาทางการเงินดังแสดงในตารางที่ 2 พบว่ากลุ่ม Problem Zone มี 35.5% (583 บริษัท) กลุ่ม Gray Zone มี 31.0% (509 บริษัท) และกลุ่ม Safe Zone มี 33.6 % (552 บริษัท) จึงกล่าวได้ว่าในช่วงระยะเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี 2559-2562 บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มประชากรเป้าหมายจำนวน 1 ใน 3 เท่านั้น ที่มีความมั่นคงทางการเงินและมีความเป็นไปได้น้อยที่จะล้มละลาย

ตารางที่ 2 จำนวนบริษัทที่จัดอยู่ในกลุ่มย่อยต่าง ๆ ตามเกณฑ์ประสบปัญหาทางการเงิน โดยใช้ Z-Score

				Valid	Cumulative
เกณฑ์การจัดกลุ่มบริษัท		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	Problem Zone (กลุ่ม1)	583	35.5	35.5	35.5
	Gray Zone (กลุ่ม2)	509	31.0	31.0	66.4
	Safe Zone (กลุ่ม3)	552	33.6	33.6	100.0
	Total	1644	100.0	100.0	

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	SD
การประสบปัญหาทางการเงิน Z - score	.00	495.34	3.86	16.04
ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACSIZE)	3.00	5.00	3.18	.408
จำนวนครั้งในการเข้าร่วมประชุมของ คณะกรรมการตรวจสอบ (ACFRE)	1.00	26.00	6.55	3.09
สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ ความชำนาญด้านการเงินและบัญชี (ACFIACC)	.00	4.00	1.62	.72
สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ACIT)	.00	2.00	.26	.46
สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศ หญิง (ACFE)	.00	3.00	.65	.74
จำนวนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความเป็น อิสระ (ACIND)	3.00	5.00	3.18	.41
ขนาดของกิจการ (FSIZE)(หน่วยล้านบาท)	877.62	5,081,790.79	19,580.94	132,133.21
ระยะเวลาการดำเนินกิจการ (FAGE)(ปี)	1.00	143.00	34.9592	17.63763
Natural log of firm size ($\ln FS$)	6.78	29.26	21.0954	3.83779

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ที่อธิบายด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนาจากตารางที่ 3 จะเห็นว่าคะแนนมาตรฐาน (Z – Score) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ .00 ค่าสูงสุดเท่ากับ 495.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 16.04 แสดงให้เห็นว่าระดับการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทต่าง ๆ มีความแตกต่างกันสูงมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 สำหรับคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ จะเห็นว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบมีขนาดแตกต่างกันไม่มาก ($SD=.408$) มีค่าเฉลี่ยประมาณ 3 คน ($\bar{X}=3.18$) จำนวนครั้งของการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบมีความแตกต่างกันสูงมาก ($SD = 3.09$) ค่าเฉลี่ยประมาณ 7 ครั้ง ($\bar{X}=6.55$) สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านการเงินและบัญชีมีความแตกต่างกันน้อยมาก ($SD=.72$) ค่าเฉลี่ยประมาณ 2 คน ($\bar{X}=1.62$) สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความแตกต่างกันน้อยมาก ($SD=.46$) ค่าเฉลี่ยประมาณ 0 คน ($\bar{X}=.26$) สัดส่วนกรรมการในคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็น

เพศหญิง มีความแตกต่างกันน้อยมาก ($SD=.74$) ค่าเฉลี่ยประมาณ 1 คน ($\bar{X}=.65$) และจำนวนกรรมการที่มีความเป็นอิสระมีความแตกต่างกันน้อยมาก ($SD=.41$) ค่าเฉลี่ยประมาณ 3 คน ($\bar{X}=1.62$)

2. ความสัมพันธ์และผลกระทบของคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีต่อการประสบปัญหาทางการเงิน

ผลของการตรวจสอบความสัมพันธ์และผลกระทบต่อการประสบปัญหาทางการเงินของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบตามแบบจำลองความสัมพันธ์ที่ใช้ในการวิจัยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ แบบวิธี Entered ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอย ด้วยวิธี Entered

	Unstandardized		Standardized			95.0% Confidence		Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Interval for B		Statistics	
	Std.					Lower	Upper		
Model	B	Error	Beta	t	Sig.	Bound	Bound	Tolerance	VIF
Constant	8.475	48.176		.176	.860	-86.018	102.968		
ACSIZE	2.989	.986	.075	3.031	.002[*]	1.055	4.924	.973	1.028
ACFRE	-.320	.129	-.062	-2.486	.013^{**}	-.573	-.068	.978	1.022
ACFIACC	-2.052	1.843	-.028	-1.113	.266	-5.668	1.564	.957	1.045
ACIT	2.845	2.855	.025	.997	.319	-2.754	8.444	.954	1.048
ACFE	-2.850	1.744	-.042	-1.634	.103	-6.272	.572	.931	1.074
ACIND	-3.238	48.023	-.002	-.067	.946	-97.432	90.955	.995	1.005
firm size	-.325	.104	-.078	-3.107	.002[*]	-.529	-.120	.966	1.036
FAGE	-.015	.023	-.016	-.651	.515	-.059	.030	.979	1.021

หมายเหตุ : R Square = .02, F = 3.85, Sig.=.000b , * Significant = .01 , ** Significant = .05

ผลการวิเคราะห์ที่แสดงในตารางมาจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี Entered สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACSIZE) โดยมีผลกระทบในเชิงบวกและจำนวนครั้งในการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACFRE) มีผลกระทบในเชิงลบ สำหรับตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความ

ชำนาญด้านการเงินและบัญชี (ACFIACC) สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ACIT) สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง (ACFE) จำนวนกรรมการที่มีความเป็นอิสระในคณะกรรมการตรวจสอบ (ACIND) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีผลกระทบต่อการประสพปัญหาทางการเงิน สำหรับตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดของกิจการ พบว่าขนาดของกิจการมีผลกระทบในเชิงลบต่อการประสพปัญหาทางการเงิน แต่ระยะเวลาการดำเนินของกิจการไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีผลกระทบต่อการประสพปัญหาทางการเงิน

3. การคัดเลือกคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงการประสพปัญหาทางการเงินที่ดีที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบวิธี Stepwise เพื่อคัดเลือกคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงการประสพปัญหาทางการเงินได้ดีที่สุด แสดงในตารางที่ 5 จะเห็นว่าตัวแปรอิสระที่ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแปรอธิบายการเปลี่ยนแปลงในการประสพปัญหาทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ดีที่สุด คือขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACSIZE) จำนวนครั้งในการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACFRE) และสัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง (ACFE) ซึ่งทิศทางผลกระทบสอดคล้องกับวิธี Enter สำหรับตัวแปรอื่น ๆ คือ สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านการเงินและบัญชี (ACFIACC) สัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ACIT) และความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ (ACIND) เป็นตัวแปรอิสระที่ถูกคัดออกจากแบบจำลองความสัมพันธ์ สำหรับตัวแปรควบคุมที่มีผลต่อการประสพปัญหาทางการเงิน คือขนาดของกิจการที่ทำให้เกิดการประสพปัญหาทางการเงินลดลง อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์กับการประสพปัญหาทางการเงินของคุณลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงระดับการประสพปัญหาทางการเงิน เพิ่มขึ้นจากเดิมเป็น .05 ($R^2 = .05$)

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอย ด้วยวิธี Stepwise

		Unstandardized		Standardized		95.0% Confidence		Collinearity		
		Coefficients		Coefficients		Interval for B		Statistics		
		Std.				Lower	Upper			
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	Bound	Bound	Tolerance	VIF
1	Constant	-5.323	3.132		-1.700	.089	-11.466	.819		
	ACSIZE	2.893	.977	.073	2.961	.003	.977	4.809	1.000	1.000
2	Constant	.519	3.744		.139	.890	-6.825	7.863		
	ACSIZE	2.990	.976	.075	3.065	.002	1.076	4.903	.999	1.001
	Firm size	-.292	.103	-.070	-2.833	.005	-.493	-.090	.999	1.001
3	Constant	2.085	3.785		.551	.582	-5.339	9.508		
	ACSIZE	3.118	.975	.079	3.197	.001	1.205	5.030	.996	1.004
	Firm size	-.281	.103	-.067	-2.733	.006	-.483	-.079	.997	1.003
	ACFRE	-.335	.128	-.065	-2.625	.009	-.586	-.085	.996	1.004
4	Constant	3.344	3.835		.872	.383	-4.179	10.867		
	ACSIZE	3.070	.974	.077	3.151	.002*	1.159	4.981	.996	1.004
	Firm size	-.309	.104	-.074	-2.979	.003*	-.512	-.106	.978	1.022
	ACFRE	-.310	.128	-.060	-2.415	.016**	-.561	-.058	.986	1.015
	ACFE	-3.356	1.707	-.049	-1.966	.049**	-6.704	-.008	.972	1.029

หมายเหตุ : R Square of Model 4 = .05, F = 3.85, Sig. = .000b*, Significant = .01, ** Significant = .05

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงปี 2559-2562 จัดอยู่ในกลุ่มที่ไม่ประสบปัญหาทางการเงินหรือมีโอกาสน้อยที่จะล้มละลาย มีจำนวน 1 ใน 3 ของบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่ศึกษาโดยคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทได้ดีที่สุดตามเกณฑ์ของ Altman et al. (1995) ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบที่มีผลกระทบเชิงบวกซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายความว่าขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบที่ใหญ่กว่า จะส่งผลให้การประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทเปลี่ยนแปลงไปสู่การไม่ประสบปัญหาทางการเงินมากกว่า ตรงกันข้ามกับจำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ และสัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงที่พบว่า จำนวนครั้งการประชุมและสัดส่วนของคณะกรรมการตรวจสอบเพศหญิงที่มากขึ้น จะส่งผลให้การประสบปัญหาทางการเงิน

เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่มากขึ้น สำหรับขนาดของกิจการซึ่งเป็นตัวแปรควบคุม ยังคงมีผลกระทบทางลบซึ่งหมายถึงการประสบปัญหาทางการเงินในบริษัทขนาดใหญ่กว่าจะมีน้อยกว่าบริษัทขนาดเล็กกว่า

ผลการศึกษาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์และผลกระทบของคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนครั้งของการประชุม และสัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิง ที่มีต่อการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dezoort et al. (2002) และ Baxter and Cotter (2009) ที่พบว่า การมีขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบที่เหมาะสม จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้ยากที่จะเกิดการประสบปัญหาทางการเงิน ในส่วนของจำนวนครั้งของการประชุมสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xie et al. (2003) และ Buachum, W. (2011) พบว่าจำนวนของการประชุมที่เหมาะสมเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถช่วยลดโอกาสในการประสบปัญหาทางการเงินได้ เนื่องจากการจัดประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำ จะช่วยให้มั่นใจว่าผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามที่คาดไว้ และสัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jianakoplos and Bernasek (1998) ที่พบว่า การมีสัดส่วนคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นเพศหญิงที่เหมาะสม จะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการประสบปัญหาทางการเงินได้ เนื่องจากคณะกรรมการที่เป็นเพศหญิงมีความสามารถในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นสูงและยังช่วยให้กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

อย่างไรก็ตามจากการจัดกลุ่มบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่ที่พบว่ากลุ่มบริษัทที่ไม่ประสบปัญหา มีเพียง 1 ใน 3 หรือประมาณ 33% โดยใช้แบบจำลองความสัมพันธ์ Altman et al. (1995) ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตจากสูตรที่ได้จากแบบจำลองของ Altman et al. (1995) ว่ามีอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญที่มีผลอย่างมากต่อคะแนนมาตรฐานการประสบปัญหาทางการเงินคืออัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม ซึ่งทั้งสองอัตราส่วนนี้สามารถวิเคราะห์ได้จากงบการเงิน ดังนั้นการมีกรรมการตรวจสอบที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางการเงินและบัญชี น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยลดผลกระทบจากการประสบปัญหาทางการเงินมากกว่า (Agrawal & Chadha 2005) นอกจากนี้ผลการวิจัยในอดีตที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการ เป็นต้น จะแสดงค่า R-squared ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ไม่สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Pramkaew D. 2018; Narayam S. (2018); Saegang L. 2015 และ Phowijit N. 2012) เช่นเดียวกับผลการวิจัยนี้ ที่มีค่า R-squared เท่ากับ .05 จึงกล่าวได้ว่า การประสบปัญหาทางการเงิน จะได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยอื่นที่นอกเหนือจากคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งจะเป็นประเด็นการวิจัยที่น่าสนใจศึกษาต่อไป

ข้อจำกัดในการศึกษา

การวิจัยนี้ใช้แบบจำลอง Altman et al. (1995) ทำให้ตัวแปรตามที่ใช้มีเพียง 1 ตัวแปรเท่านั้น คือ Z – Score Model ในการจัดกลุ่มประสบปัญหาทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับบริบทของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และส่งผลต่อการสรุปผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ อาจใช้แบบจำลองของ Altman et al. (1995) ในการประเมินปัจจัยเสี่ยงของการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัท เพื่อวางแผนป้องกันผลกระทบของปัจจัยดังกล่าวต่อการประสบปัญหาทางการเงิน นอกจากนี้ควรปรับปรุงโครงสร้างของคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้มีคุณลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อการป้องกันการประสบปัญหาทางการเงินโดยให้ความสำคัญต่อขนาดของคณะกรรมการ การประชุมคณะกรรมการ และสัดส่วนของคณะกรรมการตรวจสอบระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย

2. นักลงทุนหรือผู้ใช้งบการเงิน อาจพิจารณาโอกาสในการประสบปัญหาทางการเงินจากแบบจำลองของ Altman et al. (1995) รวมทั้งโครงสร้างองค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบที่จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับการประสบปัญหาทางการเงินของบริษัท ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวนครั้งที่มีการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ และสัดส่วนของคณะกรรมการระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถสืบค้นได้จากรายงาน 56-1 เพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียน

3. ประเด็นการวิจัยคุณลักษณะของคณะกรรมการตรวจสอบกับการประสบปัญหาทางการเงิน ในอนาคต คือ อาจจะใช้แบบจำลองอื่น ๆ ในการวัดภาวะหรือโอกาสการประสบปัญหาทางการเงิน และเปรียบเทียบกับผลของการใช้แบบจำลองของ Altman et al. (1995) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและลดข้อจำกัดที่เกิดจากการใช้แบบจำลองเพียงรูปแบบเดียว รวมถึงอาจกำหนดตัวแปรควบคุมเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกับระดับการประสบปัญหาทางการเงินนอกเหนือจากที่ปรากฏในการวิจัยนี้ เช่น ระดับคุณภาพการกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น รวมทั้งการเพิ่มตัวแปรอิสระที่เป็นสัดส่วนของกรรมการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศซึ่งในปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการขยายธุรกิจไปในประเทศต่าง ๆ ในแถบภูมิภาคอาเซียน เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ตอบโจทย์ของสถานการณ์ทางธุรกิจในปัจจุบัน

REFERENCES

- Abbott, L. J. (2000). The Effects of Audit Committee Activity and Independence on Corporate Fraud. *Managerial Finance*, 26(11), 55–66.
- Agrawal, A., & Chadha, S. (2005). Corporate governance and accounting scandals. *Journal of Law & Economics*, 48(2), 371–406.
- Altman, E.I., Hartzell, J., & Peck, M. (1995). *A Scoring System for Emerging Market Corporate Bonds*. Salomon Brothers High Yield Research.
- Anderson, K. L., Gillan, S. L., & Deli, D. (2003). *Boards of Directors, Audit Committees, and the Information Content of Earnings* (Weinberg Center for Corporate Governance Working Paper No. 2003-04). Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=444241>
- Bai, X., Alekseyenko, A.A., & Kuroda, M.I. (2004). Sequence-specific targeting of MSL complex regulates transcription of the roX RNA genes. *The EMBO Journal*, 23(14), 2853-2861.
- Baxter, P., & Cotter, J. (2009). Audit Committees and Earning Quality. *Journal Accounting & Finance*, 49(2), 267-290.
- Bedard, J., Chtourou, S. M., & Courteau, L. (2004). The effect of audit committee expertise, independence, and activity on aggressive earnings management. *Auditing- a Journal of Practice & Theory*, 23(2), 13–35.
- Buachum, W. (2011). Knowledge and competence in information technology of Thai accountants according to IEG 11 of the International Federation of Accountants. *Journal of Accounting Professions*. 7(19), 27. (in Thai)
- Churod, P. (2014). *Predictions of financial failures of listed companies in the Stock Exchange of Thailand*. Bangkok: Kasetsart University Press. (in Thai)
- Dan, D., Catherine, M.D., Jonathan, J., & Alan E.E. (1999). Number of Directors and Financial Performance: A Meta-Analysis. *The Academy of Management Journal*, 42(6)
- Dehaene, A., Vuyst, V.D., & Oodhe, H. (2001). Corporate Performance and Board Structure in Belgian Companies. *Long Range Planning*, 34(3), 383-398.
- Dezoort, F.T., Hermanson, D.R., Archambeault, D.S., & Reed, S.A. (2002). Audit Committee Effectiveness: A Synthesis of the Empirical Audit Committee Literature. *Journal of Accounting Literature*, 21, 38-75.
- Erhardt, Werble, & Scharader. (2003). Board of Director Diversity and Firm Financial Performance. *Corporate Governance An International Review*, 11(2), 102-111.

- Fama, E.F., & Jensen, M.C. (1983). The Separation of Ownership and Control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Farber, D.B. (2005). Restoring trust after fraud: Does corporate governance matter?. *The Accounting Review*, 80(2), 539–561.
- Ferreira. (2009). Women in the boardroom and their impact on governance and performance. *Journal of Financial Economics*, 94(2), 291-309.
- Hermalin, B.E., & Weisbach, M.S. (1991). The Effects of Board Composition and Direct Incentives on Firm Performance. *The Journal of the Financial Management Association*, 20(4), 101-112.
- Inten & Winwin. (2018). How Financial Problems Influence By Firm Size. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 7(1), 149-153.
- Jianakoplos & Bernasek. (1998). Are Women More Risk Averse. *Economic Inquiry*, 36(4), 620-630.
- Kim & Jang. (2013). Does Corporate Governance Affect Firm Value? Evidence From Korea. *Journal of Law Economics and Organization*, 22(2), 366-413.
- Khemngwad, E. (2011). *A study of accuracy and development of Altman's EM-Score Model for forecasting financial failures of listed companies on the Stock Exchange of Thailand*. Bangkok : Bangkok University Press. (in Thai)
- Leelahawat, P., & Phadungsit, M. (2009). Forecasting business failures from accounting data. *Journal of Accounting Professions*, 5(13), 65-82.
- Manosoonthorn, W. (2016). *Relationship between the characteristics of the Board of Directors and the characteristics of the Audit Committee on the Company's performance*. Bangkok: Thammasat University. (in Thai)
- Mark, W. G., Stephen, M., & Stephen, M. (2019). Cost of Capital, Firm Size and Financial Distress. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(18), 34-47.
- Narayam S. (2018). *The relationship between profitability and executive compensation of companies listed on the stock exchange of Thailand*. Pathum Thani : Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thailand)
- Nasrollah, T. (2014). Relationship between Firm Age and Financial Leverage with Dividend Policy. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(2), 53.
- Phowijit N. (2012). *The impact of ownership structure, board of directors and audit committee on earnings management of listed companies in the stock exchange of Thailand*. Bangkok : Dhurakij Pundit University. (in Thai)

- Pincus, K., Rusbarsky, M., & Wong, J. (1989). Voluntary formation of corporate audit committees among NASDAQ firms. *Journal of Accounting and Public Policy*, 8(4), 239–265.
- Pramkaew D. (2018) , *The Proportion of Royal Thai Soldier and Police Ranks in the Board of Directors and Firm Performance of Companies Listed in The Stock Exchange of Thailand SET 100*. Bangkok : University of the Thai Chamber of Commerce. (in Thai)
- Saegang L. (2015). *The relationship between family involvement and firm listed on the stock exchange of Thailand in SET 100*. Bangkok : Thammasat University. (in Thai)
- Selamat. (2012). The Effectiveness of Corporate Governance in Constraining Earnings Management in Pakistan. *The Lahore Journal of Economics*, 20(1), 135–155.
- Shrader, Blackburn, & Iles. (1997). Women In Management And Firm Financial Performance: An Exploratory Study. *Journal of Managerial Issues Fall*, 9(3), 355-372.
- Sirithip, W. (2012). *Relationship between the qualifications of the Board of Directors. Audit Committee and shareholder structure and profit quality*. Bangkok: Kasetsart University. (in Thai)
- Smith, N., Smith, V., & Verner, M. (2006). Do women in top management affect firm performance? A panel study of 2500 Danish firms. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 55(7), 569-593.
- Srivachiranon, A. (1998). *Audit Committee: Mechanism to increase quality of listed companies in the Stock Exchange of Thailand*. 1(10), 6-8. (in Thai)
- State Enterprise Policy Office. (2019). *Principles and guidelines of good corporate governance in state enterprises and practice guidelines*. Retrieved from https://eservice.tfac.or.th/files/annual_report/.pdf. (in Thai)
- Thai Federation of Accounting Professions under the Royal Patronage. (2006). *Development Plan of Information and Communication Technology (ICT), Federation of Accounting Professions Under Royal Patronage 2006-2007*. Retrieved from [https://eservice.tfac.or.th/files/annual_report/annual report%202548%20-%202549.pdf](https://eservice.tfac.or.th/files/annual_report/annual%20report%202548%20-%202549.pdf). (in Thai)
- The Stock Exchange of Thailand. (1999). *The Audit Committee's Good Practice Guidelines(3rd)*. Bangkok: Boonsiri Press. (in Thai)
- Tirza, C., & Julianti, S. (2018). analyze the influence of profitability, leverage, liquidity, firm age, institutional ownership of the possibility of financial Distress. *Simak*, 16(1), 45-62.
- Xie, B., Davidson, W., & DaDalt, P. (2003). Earnings management and corporate governance: The roles of the board and the audit committee. *Journal of Corporate Finance*, 9(3), 295–317

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี

กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

The Quality of service factors which affects purchase decision towards KFC

: A case study of KFC Rangsit University branch

อติเมศร์ ธนาชัยสุพัฒน์¹ ศรุดา เพ่งเกษร²

Atimat Tanachaisukaphat¹ Saruda Paengkesorn²

¹อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹ Lecturer of Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand

Tel. 08-3020-9449 E-mail: Atimat.top@gmail.com

²อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

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

Tel. 09-3135-6585 E-mail: mai.saru.saruda@gmail.com

(Received: October 8, 2021 ; Revised: November 11, 2021 ; Accepted: December 3, 2021)

บทคัดย่อ

การศึกษาวិจัยเรื่องปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจการซื้ออาหารในร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิตซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยใช้ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยแสดงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน T-test, F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 และมีสถานภาพโสด จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 สำหรับปัจจัยคุณภาพการให้บริการในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด (4.76) เรียงอันดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านรูปลักษณ์ (4.79) ด้านความน่าเชื่อถือ (4.78) ด้านการตอบสนอง (4.75) ด้านความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ (4.73) ในการทดสอบ

สมมติฐานพบว่าปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยคุณภาพการให้บริการพบว่า ด้านความเอาใจใส่และด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

คำสำคัญ: ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ, การตัดสินใจซื้อ, เคเอฟซี

Abstract

Research on The Quality of service factors which affects purchase decision towards KFC : A case study of KFC Rangsit University branch .The research aims 1) to study the differences of personal factors that affect the decision to buy KFC food, A Case study of KFC Rangsit University branch 2) to study the relationship of service quality factors purchase decisions at KFC , A Case Study of KFC Rangsit University branch, The research is a quantitative research with the sample size of 400 people. The researchers used questionnaires as a research tool, used statistical values to analyze data, including descriptive statistical analysis, frequency, percentage, average, and standard deviation, and used inferred statistics: T-test, F-test, and multiple regression analysis. The results showed that the majority of respondents were female (244 respondents or 61 percent), aged between 21 to 40 (202 respondents or 50.5 percent) and undergraduates (205 respondents or 51.2 percent , average monthly income below 15,000 baht (205 respondents or 51.2 percent) and single status (318 respondents or 79.5 percent) For overall service quality factors had the highest average level (4.76), The factors were ranked in descending order as follows: appearance (4.79) reliability (4.78), response (4.75), confidence and empathy (4.73). For the test on hypotheses, different ages of demographic characteristic resulted in a statistically significant difference on purchase decision toward KFC at 0.05. For service quality factors, empathy and reliability affect the decision to purchase food at KFC: A case study of KFC Rangsit University branch.

Keywords: Service Quality Factor, Purchasing Decision, KFC

บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนไปทั้งประเภทของอาหารในการบริโภคแต่ละมื้อ เนื่องจากเหตุผลหลายประการทั้งที่เกิดจากสังคม วัฒนธรรม หรือความเร่งรีบในการดำเนินชีวิตทำให้การเลือกซื้ออาหารรับประทานบางครั้งก็ซื้อโดยคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา สามารถใช้เวลาไปทำกิจกรรมอื่นหรือลูกค้าบางคนใช้ร้านอาหารเพื่อเป็นสถานที่นัดพบ คุยปรึกษางาน หรือดื่ม, เรียนพิเศษ หรือแสวงหาเป็นสถานที่ชาร์จไฟสำหรับเครื่องมือสื่อสาร เช่น โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ ในระหว่างรับประทานไปด้วย ซึ่งหนึ่งในร้านอาหารที่เป็นสถานที่ที่ผู้บริโภครู้จัก คือ เคเอฟซี เป็นร้านอาหารบริการด่วน (Quick Service Restaurant หรือ QSR) หรือเป็นร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่คนไทยคิดถึงเป็นแบรนด์แรก เพราะเคเอฟซีเป็นร้านไก่ทอดที่อยู่ในเมืองไทยมา 36 ปี มีสาขาจำนวน 826 สาขาทั่วประเทศ และยังมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย

ในปี 2563 เคเอฟซี ได้รับรางวัล The Most Valuable Brand of the Year 2020 ถือเป็นอันดับหนึ่งในตลาดฟาสต์ฟู้ดที่มีมูลค่า 35,900 ล้านบาทโดยแบ่งอาหารเป็น 3 ประเภทคือ ตลาดไก่ทอด 18,700 ล้านบาท .ตลาดพิซซ่า 9,000 ล้านบาท และตลาดแฮมเบอร์เกอร์ 8,200 ล้านบาท ซึ่งเคเอฟซี มีส่วนแบ่งทางการตลาด 65% ของตลาดไก่ทอด ในขณะที่ในตลาดไก่ทอดยังยังมีแบรนด์ แมคโดนัลด์ ที่เป็นคู่แข่งอันดับหนึ่งในตลาดและยังมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดไก่ทอดเพิ่มขึ้น เช่น บอนซอน ไก่ทอดสูตรเกาหลี และ เท็กซัส ไก่ทอดสูตรอเมริกันอีกด้วย แสดงถึงการมีคู่แข่งในตลาดเดิมและมีคู่แข่งเข้ามาในตลาดใหม่ถือเป็นแรงกดดันที่สำคัญของธุรกิจประเภทนี้ จึงทำให้ เคเอฟซี ต้องวางแผนพัฒนาศักยภาพแบรนด์อันดับหนึ่งรักษามาตรฐาน ให้เกิดการจดจำ ประทับใจแก่ลูกค้าทั่วประเทศ (W&S market research 2018)

จากสถานการณ์การแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งตลาดไก่ทอดทั้งเป็นผู้ประกอบการรายเดิมและผู้ประกอบการรายใหม่ในตลาดไก่ทอดที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ในฐานะที่ร้านไก่ทอดเคเอฟซีเป็นผู้ประกอบการแม้จะมีส่วนครองตลาดที่สูง แต่ก็ไม่อาจวางใจในสถานการณ์การแข่งขันได้ด้วยคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ได้มีการนำสูตรการทอดไก่ที่แปลกและแตกต่างทั้งเป็นสูตรเกาหลีและสูตรอเมริกัน ที่ทำให้ผู้บริโภคอาจสนใจทดลองหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคและใช้แบรนด์ใหม่ในอนาคต เพราะผู้บริโภคในยุคใหม่มีความคิดและค่านิยมตลอดจนทัศนคติที่แตกต่างกันออกไปด้วยเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะทางสังคม จะมีประสบการณ์ พิจารณาในค่านิยมสินค้าหรือบริการและเป้าหมายที่แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน ,2546, น. 105) โดยเฉพาะในการขายสินค้าที่ต้องมีการให้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญ ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงคุณภาพของการบริการได้ทั้งทางกายภาพจากมาตรฐานการบริการ การตอบสนองความต้องการ การเอาใจใส่ที่ผู้ขายมีให้ลูกค้า ตลอดจนความ

เชื่อมั่นและน่าเชื่อถือ (Parasuraman (1988 อ้างถึงใน ทัดพงศ์ สิทธิโชค, 2552, น. 13) หากผู้ประกอบการมีการบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดี รู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่ประทับใจ (ฉัตรยาพร เสมอใจ (2546, น. 51-57 อ้างถึงใน นพพร สะไบบาง, 2553 น. 10) ดังนั้นคุณภาพของการบริการเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้ว ซึ่งลูกค้าหรือผู้บริโภคมีหลายเกณฑ์ในการพิจารณา เช่น การเข้าถึงลูกค้า (Access) ต้องอำนวยความสะดวกให้ด้านเวลาเข้าถึงลูกค้า, การติดต่อสั่งการ (Communication) อธิบายถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย, ความสามารถ (Competence) พนักงานหรือบุคลากรที่ให้บริการต้องมีความรอบรู้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างพอเพียง, ความมีน้ำใจ (Courtesy) พนักงานหรือบุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ, ความน่าเชื่อถือ (Credibility) พนักงานหรือบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า, ความเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding Knowing Customer) ร้านที่ให้บริการต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและใส่ใจลูกค้า ตลอดจนสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้ (Tangibility) การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การจัดสถานที่ให้สวยงามสะอาด ทำให้ลูกค้าสามารถเห็นถึงคุณภาพบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, น. 142-146 อ้างถึงใน นพพร สะไบบาง, 2553 น. 10) เมื่อกิจการมีสินค้าและมีบริการที่มีคุณภาพ เป็นทางเลือกที่เชื่อมโยงไปสู่การตัดสินใจซื้อได้ ทั้งนี้ การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Decision Process) แม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคอาจจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) และมี พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

จากข้อมูลข้างต้นจึงเห็นความเชื่อมโยงที่ชัดเจนของการประกอบธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งที่แตกต่างกันในด้านประชากรศาสตร์ หากมีการสร้างคุณภาพในการบริการ ประกอบกับการจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้า นั้น จะสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีต่อสินค้าและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า จึงจำเป็นที่ ร้านเคเอฟซี ต้องให้ความสำคัญในประเด็นดังกล่าว เพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคและสามารถแข่งขันได้โดยการค้นหาข้อมูลจากงานวิจัยปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต นำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

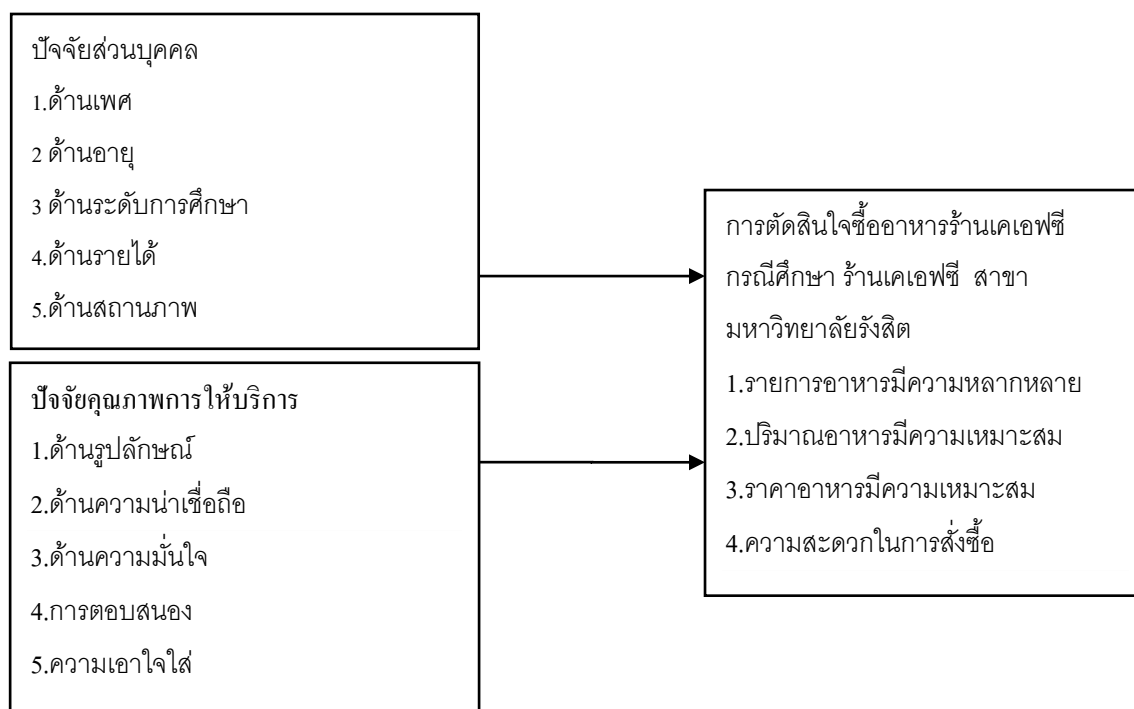
1. เพื่อศึกษาความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจซื้ออาหารในร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ และปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย รูปลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ การตอบสนอง และความเอาใจใส่

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษาร้านเคเอฟซีสาขามหาวิทยาลัยรังสิต ประกอบด้วย รายการอาหารมีความหลากหลาย ปริมาณอาหารมีความเหมาะสม ราคาอาหารมีความเหมาะสม ความสะดวกในการสั่งซื้อ

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยนี้กำหนดตัวแปรเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจซื้อ โดยเก็บข้อมูลเฉพาะผู้เข้ามาใช้บริการในร้านกาแฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

การทบทวนเอกสาร

ผู้วิจัยได้มีการศึกษาค้นคว้า โดยการนำทบทวนเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ปรเม สตะเวทิน (2546, น. 105) ได้เสนอว่า คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันด้วย โดยวิเคราะห์จากปัจจัยดังนี้ เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกันโดยเพศหญิง และเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคมจะกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน, อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรมคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมากในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระวังระมัดระวังมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกันลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง , การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวาง และเข้าใจสารได้ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ , สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคล ซึ่งแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่แตกต่างกัน

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ความหมายของคุณภาพการให้บริการ (Quality Service) มีผู้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้มากมายซึ่งส่วนใหญ่ได้อธิบายความหมายไว้ใกล้เคียงกัน พาราสุรามันชิทฮอล์มและเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990:25-26) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสรุปมิติการประเมินคุณภาพจาก 10 ด้านเหลือเพียง 5 ด้าน คือ

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หรือ รูปลักษณะเป็นการบริการที่นำเสนอให้เห็นในสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร สัญลักษณ์ ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการตรงกับที่สัญญากับผู้รับบริการและได้รับบริการที่สม่ำเสมอจนทำให้มีความไว้วางใจ

3. การให้ความมั่นใจ (Assurance) เป็นการที่ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการบริการต้องสนองความต้องการด้วยความสุภาพ มีกิริยามารยาทที่ดีในการให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ มีความมั่นใจในการเข้าใช้บริการ
4. การตอบสนอง (Responsiveness) คือผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการได้ทันทั่วทั้งที่ เข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกในการเข้าใช้บริการ
5. การเอาใจใส่ (Empathy) เป็นความสามารถในการดูแลความเอื้ออาทร เอาใจใส่ในการให้บริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2546, น. 51-57 อ้างถึงใน นพพร สะไบบาง, 2553 น. 10) ได้ให้คำจำกัดความของคุณภาพการบริการ (Quality Service) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Royalty) คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังจะได้รับการตอบสนองส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ความหมายของการตัดสินใจซื้อคือมีผู้กล่าวไว้หลายท่าน เช่น ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, น. 46) การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึงกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอโดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญ และอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543 : 26) กล่าวในเรื่องตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) เป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งเป็น ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นลักษณะบางอย่างของผลิตภัณฑ์ที่กระทบกับพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค เช่น ความใหม่ คุณภาพที่รับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่หรือซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจต่อมาเป็นเรื่อง ราคา (Price) ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคจะชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดต้องหาทางลดต้นทุนหรือทำให้ผู้บริโภคพิจารณาตัดสินใจซื้อจากประเด็นอื่น โดยผู้บริโภคจะพิจารณารายละเอียดโดยเฉพาะสินค้าฟุ่มเฟือยราคาที่สูงไม่ทำให้การซื้อลดลง ด้วยราคาเป็นเครื่องประเมินคุณค่าของผู้บริโภคที่ติดตามจากการซื้อ อีกด้านที่สำคัญ คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) เป็นกลยุทธ์ทำให้ผลิตภัณฑ์มีพร้อมจำหน่าย ผู้บริโภคได้พบผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายแพร่หลายง่ายที่จะซื้อทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางจำหน่ายสร้างการรับรู้ ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านบนห้างสรรพสินค้า ทำให้สินค้ามีชื่อเสียงมากกว่านำไปวางบนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต

เกิด และส่วนสุดท้ายคือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข้อมูลที่ส่งไปบอกกล่าวหรือเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่ามีความต้องการ และสินค้าสามารถแก้ไขปัญหาได้ สามารถส่งมอบสินค้าได้มากกว่าสินค้าคู่แข่ง เมื่อได้ข้อมูลข่าวสารการซื้อเป็นการยืนยันถึงการตัดสินใจซื้อนั้นถูกต้อง

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ใน จ.ปทุมธานีที่เคยซื้ออาหารร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 384 คน และผู้วิจัยเก็บเพิ่มเป็น 400 คน โดยกำหนดค่าความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และเก็บตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากกลุ่มนักศึกษา บุคลากร และบุคคลทั่วไป และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และ สถานภาพ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีคำถามให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice Questions) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นการวัดระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต โดยระดับคำถามเป็นแบบมาตรอันตรภาค (Interval Scale) แต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นการวัดระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต โดยระดับคำถามเป็นแบบมาตรอันตรภาค (Interval Scale) แต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยผู้วิจัยกำหนดช่วงค่าคะแนนในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

และสำหรับส่วนที่ 2 และ 3 ความสำคัญของความคิดเห็นโดยจัดชั้นของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ (\text{ช่วงชั้น}) & \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ซึ่งนำมากำหนดเกณฑ์เป็นเกณฑ์ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 2.61 – 4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลในการบรรยายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างและระดับความสำคัญของปัจจัยที่ทำการศึกษา โดยงานวิจัยครั้งนี้ใช้การทดสอบสถิติเชิงพรรณนาดังนี้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยต้น และปัจจัยตาม โดยในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่าง ใช้ t-test และการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่มตัวอย่าง ใช้ ANOVA และสำหรับการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยต้นที่มีต่อปัจจัยตาม ใช้การวิเคราะห์ความถดถอย (Linear Regression)

ผลการศึกษา

ปัจจัยบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 205 คนคิดเป็นร้อยละ 51.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 และมีสถานภาพโสด จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นต่อด้านรูปลักษณ์ ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือ ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 รองลงมาอีก ด้านการตอบสนอง ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 และความคิดเห็นด้านความมั่นใจและความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 4.73 ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปลักษณ์

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปลักษณ์	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. พนักงานแต่งกายเรียบร้อย	4.79	.417	มากที่สุด
2. พนักงานบริการด้วยรอยยิ้ม	4.76	.480	มากที่สุด
3. พนักงานพูดจาสุภาพ	4.85	.378	มากที่สุด
4. พนักงานมีอัธยาศัยดี	4.77	.442	มากที่สุด
โดยภาพรวม ด้านรูปลักษณ์	4.79	.429	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปลักษณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า พนักงานพูดจาสุภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.85 รองลงมาคือพนักงานแต่งกายเรียบร้อย อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.79 และรองลงมา คือพนักงานมีอัธยาศัยดี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.77 และน้อยที่สุดคือ พนักงานบริการด้วยรอยยิ้ม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. มีมาตรฐานรับรอง	4.77	.439	มากที่สุด
2. อาหารที่ได้รับมีความสดใหม่	4.71	.483	มากที่สุด
3. ได้รับอาหารตรงตามความต้องการ	4.79	.433	มากที่สุด
4. มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	4.83	.383	มากที่สุด
โดยภาพรวม ด้านความน่าเชื่อถือ	4.78	.435	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับมีค่าเฉลี่ย 4.78 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายข้อพบว่า มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.83 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการได้รับอาหารตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.79 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาคือ มีมาตรฐานรับรอง มีค่าเฉลี่ย 4.77 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดคืออาหารที่ได้รับมีความสดใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.71 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนอง

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนอง	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ให้การบริการที่รวดเร็วในการรับคำสั่งซื้อ	4.73	.461	มากที่สุด
2. สามารถตอบสนองคำร้องขอได้ทันที	4.71	.480	มากที่สุด
3. มีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ	4.77	.445	มากที่สุด
4. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.80	.427	มากที่สุด
โดยภาพรวม ด้านการตอบสนอง	4.75	.453	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายข้อพบว่า มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.80 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมามีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ย 4.77 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ให้การบริการที่รวดเร็วในการรับคำสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.73 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดคือ สามารถตอบสนองคำร้องขอได้ทันที มีค่าเฉลี่ย 4.71 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความมั่นใจ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความมั่นใจ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. วัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร มีการคัดสรรมาอย่างดี	4.76	.463	มากที่สุด
2. ระยะเวลาที่ได้รับอาหารมีความเหมาะสม	4.73	.468	มากที่สุด
3. การให้บริการโดยรวมมีความรวดเร็ว	4.72	.472	มากที่สุด
4. พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยด้านต่าง ๆ ได้	4.72	.472	มากที่สุด
โดยภาพรวม ด้านความมั่นใจ	4.73	.469	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายข้อพบว่า วัตถุประสงค์ที่นำมาประกอบอาหาร มีการคัดสรรมาอย่างดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.76 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาระยะเวลาที่ได้รับอาหารมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.73 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการให้บริการโดยรวมมีความรวดเร็ว และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัยด้านต่าง ๆ ได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.78	.467	มากที่สุด
2. แจ้งโปรโมชั่นพิเศษให้รับทราบ	4.76	.441	มากที่สุด
3. เข้าใจในความต้องการของลูกค้า	4.67	.737	มากที่สุด
4. ให้การดูแลและติดตามในกรณีเกิดปัญหา	4.69	.753	มากที่สุด
โดยภาพรวม ด้านความเอาใจใส่	4.73	.600	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายข้อพบว่า มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.78 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการแจ้งโปรโมชั่นพิเศษให้รับทราบ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาอีกคือ ให้การดูแลและติดตามในกรณีเกิดปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.69 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดคือ เข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.67 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา
ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

การตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. รายการอาหารมีความหลากหลาย	4.68	.552	มากที่สุด
2. ปริมาณอาหารมีความเหมาะสม	4.68	.547	มากที่สุด
3. ราคาอาหารมีความเหมาะสม	4.63	.635	มากที่สุด
4. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	4.75	.503	มากที่สุด
โดยภาพรวมการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต	4.69	.559	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกในการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.75 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ รายการอาหารมีความหลากหลาย และปริมาณอาหารมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.68 อยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดคือ ราคาอาหารมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.63 อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารร้าน เคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

ผลการทดสอบสมมติฐานผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จากการพิจารณา ค่า Sig. พบว่าอยู่ที่ระดับ .271 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จากการพิจารณาค่า Sig. พบว่าอยู่ที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จากการพิจารณาค่า Sig. พบว่าอยู่ที่ระดับ .118 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จากการพิจารณาค่า Sig. พบว่าอยู่ที่ระดับ .118 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จากการพิจารณาค่า Sig. พบว่าอยู่ที่ระดับ .231 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานผลการวิเคราะห์ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้าน เคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จากการพิจารณาค่า Sig. พบว่าอยู่ที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการบางด้านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับการทดสอบประสิทธิภาพของสมการถดถอย ในการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างปัจจัยปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ปรากฏดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square)

R	R Square	ค่าความคาดเคลื่อน มาตรฐาน
.678	.460	.262

จากตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) มีค่าเท่ากับ 0.460 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ สามารถอธิบายการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ร้อยละ 46.0 อีกร้อยละ 54.0 ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้

นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน ในการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิตปรากฏดังนี้

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์การถดถอยระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	23.247	1	23.247	339.196	.000 ^b
Residual	27.277	398	.069		
Total	50.524	399			

จากตารางที่ 8 ค่า Sig. อยู่ในระดับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงสามารถปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านรูปลักษณ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอภิปรายผลดังนี้ ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากแต่ละช่วงอายุมีมุมมอง และวิธีการคิดที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วารุณี ศรีสรณ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ปริมาณและต่างจังหวัด” พบว่า ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ อายุ สถานภาพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงาน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0143, 0.0153 และ 0.0254 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลาวัณย์ ทวีผดุง (2559) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารจานด่วนเคเอฟซีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณ” พบว่า ผลงานวิจัยในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน เคเอฟซีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาณ พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้านเคเอฟซี ในขณะที่เพศ และอาชีพจะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเคเอฟซี และ ประมะ สตะเวทิน (2546, น. 105) กล่าวถึงคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันด้วย

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่าด้านรูปลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ การตอบสนอง และความเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารในร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอภิปราย ดังนี้

ด้านรูปลักษณ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารในร้านเคเอฟซี กรณีศึกษา ร้านเคเอฟซี สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต เนื่องจาก พนักงานแต่งกายเรียบร้อย พนักงานบริการด้วยรอยยิ้ม พนักงานพูดจาสุภาพ พนักงานมีอัธยาศัยดี ผู้ใช้บริการสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัยนันท์ ศรีสารคาม (2559) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านเคเอฟซี (KFC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาณ” พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านเคเอฟซี (KFC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาณ มีทั้งหมด 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และราคา ปัจจัยด้านบุคลากร และความสะอาดและความถูกต้องในการชำระเงิน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และชื่อเสียงของตราสินค้า ในขณะที่ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านเคเอฟซี (KFC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ พาราสุรามันชีทออลัมและเบอร์รี่ 1990:25-26) มีการพัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) หนึ่งในด้านที่เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการ คือ สิ่งสัมผัสได้(Tangibles) หรือรูปลักษณ์เป็นการบริการที่นำเสนอให้เห็นในสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร สัญลักษณ์ ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่า ควรนำข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะความชอบ มุมมองและทัศนคติของแต่ละเพศมาทำการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้ธุรกิจสามารถตอบโจทย์การตัดสินใจซื้อได้ทุกเพศ , ด้านอายุ กลุ่มอายุที่ตัดสินใจซื้อ มีอายุ 21 – 40 ปี จึงควรกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง , ด้านระดับการศึกษา ควรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเนื่องจากการตัดสินใจซื้อ

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปลักษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อเพราะพนักงานพูดจาสุภาพพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย พนักงานมีอัธยาศัยดี พนักงานบริการด้วยรอยยิ้มหากกลยุทธ์นี้ทำให้คนตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจอาจจะให้ความสำคัญในส่วนของรูปลักษณ์ซึ่งอาจช่วยให้มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น , ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อเพราะมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าลูกค้าชอบการบริการที่มีความพร้อมดังนั้นธุรกิจควรให้ความสำคัญกับเรื่องจำนวนพนักงาน

3. ในอนาคตผู้สนใจงานวิจัยไปใช้ขยายต่อยอดควรให้ความสำคัญกับตัวแปรอื่นๆ เช่น ทัศนคติในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการ

REFERENCES

- Adul Jaturongkul. (2000). *Marketing mix factors*. Master's thesis, Siam University.
- Chatyaporn Samerjai. (2007). *Consumer Behavior*. Bangkok: SE-EDUCATION.
- Health Today. (2557). *Fast Food VS Junk Food* (No. 14 Mar. pp. 48-49). Bangkok.
- Natcha Suwanwong. (2017). *Factors affect the decision to choose to study a bachelor's degree in Rajamangala University of Technology Isan Nakhon Ratchasima (quota system)*. (Independent research, Rajamangala University of Technology Isan).
- Naiyanan Srisarakham .(2016). *Factors Influencing Satisfaction towards KFC Shops (KFC) of Service Users in Bangkok Metropolitan Region*.
- Parama Stavetin. (2003). *General Psychology*. Bangkok : Thai Charoen Printing.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry. (1988). SERQUAL: A multiple – item scale for measuring Customer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64, 12-40.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry. (1990) *Service quality theory*.
- Siriwan Sereerat and team. (1998). *New Era Marketing Management*. Bangkok: Thera Film Company. and Sitex Co., Ltd.
- Thatpong Sittichok. (2009). *Service Quality of the Sports Center of Thailand, Trat Province*. Special Issues Master of Public Administration, Major in General Administration, College of Administration Government, Burapha University.
- Warunee Srisan. (2017). *Decision to purchase via online of working-aged consumers in Bangkok perimeter and provinces*.

นีโอแบงก์ธุรกิจการเงินกับการแทนที่ธนาคารเพื่อรายย่อยในอนาคต

The rise of Neo bank, will replace conventional retail banking in the future

สรร์ สุทธิคุณ โอรัญรักษ์

Sorn Sutthikhun Orunruk

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการเงินและการลงทุน มหาวิทยาลัยรังสิต

Faculty of Business Administration, Financial and Investment Department, Rangsit University, Thailand

Tel. 08-4721-9599 E-mail: sornsutthikhun.o@rsu.ac.th

(Received: October 9, 2021 ; Revised: November 23, 2021 ; Accepted: December 11, 2021)

บทคัดย่อ

เมื่อยุคสมัยเริ่มเปลี่ยนไปและเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ดูเหมือนว่าการทำธุรกรรมทางการเงินทุกรูปแบบก็มีการปรับตัวจากสถาบันการเงินต่างๆ ให้สามารถเข้าถึงความต้องการใช้บริการของประชาชนได้อย่างรวดเร็วที่สุดเช่นกัน โดยการให้ประชาชนสามารถใช้บริการออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ได้ทุกที่ทุกเวลาโดยเฉพาะเมื่อสังคมต้องอยู่ในภาวะวิกฤตเกิดโรคระบาดที่มีการแพร่เชื้อให้กัน ได้จากการสัมผัสการให้บริการทางการเงินรูปแบบออนไลน์ก็ยิ่งมีความสำคัญและมีความต้องการมากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่ใช่เฉพาะการฝาก โอน หรือถอนเงิน แต่รวมถึงความต้องการในผลิตภัณฑ์ทางการเงินทุกรูปแบบซึ่งลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ทันที แต่ถึงกระนั้นก็ตามในประเทศไทยยังคงมีการบริการในรูปแบบออนไลน์ที่ไม่เต็มรูปแบบ 100% ยังคงเป็นรูปแบบของธนาคารดิจิทัลที่มีการผสมผสานกับรูปแบบของธนาคารแบบดั้งเดิมซึ่งมีการทำธุรกรรมบางประเภทที่ลูกค้าจะต้องมีการติดต่อสาขาของธนาคารหรือยื่นยันตัวตนกับทางธนาคารโดยการไปแสดงตัวตนตามที่ธนาคารร้องขอ จะเป็นการดีกว่าหากประเทศไทยมีระบบธนาคารเสมือนจริงที่เรียกว่า “นีโอแบงก์” (Neo banks) เช่นเดียวกับในต่างประเทศที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์เต็มรูปแบบ 100% และเนื่องจากนีโอแบงก์ไม่มีสาขา ไม่มีต้นทุนการดูแลรักษาตู้เอทีเอ็ม ดังนั้นจึงสามารถลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมในบางธุรกรรมที่ธนาคารแบบดั้งเดิมเก็บกับทางลูกค้าได้ อีกทั้งลูกค้าทุกประเภทสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินทุกรูปแบบโดยไม่ต้องไปธนาคาร มีการขอและอนุมัติสินเชื่อที่เสร็จสิ้นกระบวนการภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence; AI) และยังสามารถออกเอกสารทางการเงินให้ลูกค้า SMEs ได้โดยที่ไม่ต้องอาศัยการทำเอกสารจากพนักงานในองค์กร ด้วยเหตุนี้ภายในระยะเวลาไม่กี่ปีข้างหน้าเทคโนโลยีทางการเงินอย่างนีโอแบงก์ก็มีแนวโน้มที่จะเข้ามาแทนที่ธนาคารแบบดั้งเดิมได้มากขึ้น

คำสำคัญ: นีโอแบงก์, ธนาคารเพื่อรายย่อย

Abstract

Technology has become increasingly important in our daily lives as time has passed. Financial institutions appear to be adapting to all types of financial transactions in order to meet the public's needs as soon as possible. Contact with online financial services has spread an epidemic by allowing people to use online services via various applications at any time and from any location, especially when society is in crisis, the more significant and demanding. This is true not only for deposits, transfers, and withdrawals, but also for the requirements of all types of financial products to which customers have immediate access. Even in Thailand, however, not all services are available online. It is still a type of digital banking that is combined with traditional banking forms in which customers conduct specific types of transactions. To verify your identity, you must contact the bank branch or present your identity as requested by the bank. It would be far preferable if Thailand had a virtual banking system known as "Neo bank," similar to how other countries have 100 percent online banking. In addition to the fact that Neo banks does not have any branches. There are no costs associated with ATM maintenance. As a result, traditional banks' fees for certain transactions that they collect from their customers may be reduced or waived. Furthermore, without visiting a bank, all types of customers can gain access to all types of financial services. There are loan requests and approvals that speed up the process. It can also issue financial documents to SME customers using artificial intelligence (AI) without the need for employees in the organization to produce documents. As a result, financial technologies such as Neo banks are more likely to replace traditional banks in the coming years.

Keywords: *Neo banks, Retail banking*

บทนำ

ตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม 2019 มีเชื้อไวรัสอุบัติใหม่เกิดขึ้นที่เมืองอู่ฮั่น (Wuhan) ประเทศจีน หลังจากนั้นส่งผลให้มีการติดเชื้อเพิ่มขึ้นทั่วโลก นั่นก็คือไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) เชื่อดังกล่าวมีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว (Wu, Chen, and Chan 2020) ส่งผลให้หลายพื้นที่ทั่วโลกมีการปิดเมืองเพื่อสกัดกั้นการแพร่กระจายของไวรัสจากคนสู่คน ผลจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการดำเนินชีวิตตามแนววิถีใหม่ (New Normal) การใช้ชีวิตของประชาชนทั่วไปมีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งในเรื่องการทำงาน การเรียนในสถานศึกษา การออกนอกบ้านเพื่อจับจ่ายใช้สอย ตลอดจนในเรื่องการ

ติดต่อทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินนั้นถือว่าเป็นกิจวัตรประจำวันของประชาชนและเป็นความเสี่ยงอันดับต้นๆที่จะทำให้ผู้ที่ติดต่อทำธุรกรรมหรือแม้กระทั่งผู้ให้บริการเองมีการติดเชื้อเกิดขึ้น ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยได้มีการทำธุรกรรม 2 แบบ คือ การทำธุรกรรมที่สาขาของธนาคารซึ่งเป็นแบบดั้งเดิม อีกรูปแบบหนึ่งคือการใช้บริการผ่านระบบออนไลน์บางส่วนไม่ว่าจะเป็นโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking), ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet banking) แต่จะเป็นการดีกว่ามากหากสามารถตัดวงจรที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อบางส่วนออกไปให้หมดให้มีความปลอดภัย 100% ในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกประเภททั้งในภาคส่วนบุคคลและภาคธุรกิจโดยการมีผู้ให้บริการทางการเงินที่เรียกว่า นิโอแบงก์เกิดขึ้น ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีในประเทศไทย และยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในประชาชนทั่วไป ดังนั้นนิโอแบงก์จึงเป็นหัวข้อที่น่าสนใจที่จะทำให้สามารถทำความเข้าใจกับรูปแบบของธนาคารและสถาบันการเงินที่ไม่มีบริษัทแม่ ไม่มีสาขา แต่เราสามารถทำธุรกรรมต่างๆได้ครบถ้วนเฉกเช่นธนาคารรูปแบบเดิมที่หลายๆ คนคุ้นเคยเพื่อที่ทุกคนในประเทศไทยจะได้เตรียมตัวรับกับเทคโนโลยีทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไปได้ในอนาคต

เนื้อหาสาระ

นิโอแบงก์เป็นธนาคารดิจิทัลรูปแบบหนึ่งที่มีระบบการทำงานผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เท่านั้นและไม่มีระบบทางกายภาพ อย่างเช่นสาขานาคารทั่วไป นิโอแบงก์มอบประสบการณ์การใช้งานที่กว้างกว่าธนาคารแบบดั้งเดิม ซึ่งกำลังได้รับความสนใจจากสื่อเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นในต่างประเทศ ธุรกรรมของนิโอแบงก์ เริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการเปิดบัญชี ทำบัตรเดบิต บัตรเครดิต การขอสินเชื่อ รวมถึงธุรกรรมทางการเงินทุกรูปแบบ ไปจนถึงประสบการณ์การบริการลูกค้าที่แตกต่างจากธนาคารทั่วไป นิโอแบงก์ คือคู่แข่งที่แท้จริงของธนาคารแบบดั้งเดิมในตลาดเนื่องจากมีต้นทุนที่ลดลงแต่มีคุณสมบัติขั้นสูง มีส่วนต่อประสานที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ (Shettar M. R., 2019) และเทคโนโลยีใหม่ที่น่าสนใจที่จะเอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจภาคธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันนิโอแบงก์ยังไม่มีในประเทศไทยเนื่องจากยังมีข้อจำกัดในเรื่องของกฎหมาย แต่ก็มีธนาคารบางธนาคารในบางประเทศที่ริเริ่มระบบธนาคารดิจิทัล และปัจจุบัน ไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ยังไม่มีการออกใบอนุญาต Digital-only Bank แต่มีการให้บริการแบบ Digital-only Bank ในบางส่วนของธนาคารพาณิชย์เดิมในประเทศ ตัวอย่างเช่น บริการ ME โดยธนาคาร TMB ของไทย และบริการ TMRW โดยธนาคาร UOB ในไทยและอินโดนีเซีย เป็นต้น ซึ่ง TMRW by UOB ที่เปิดตัวไปในเมืองไทยเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 และในอินโดนีเซียเมื่อต้นปีที่ผ่านมา ซึ่งความสำเร็จของธนาคารดิจิทัลนี้เกิดจากโมเดลธุรกิจที่มี customer engagement เป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ที่ไม่ได้วัดด้วยตัวเลขรายได้หรือกำไร ทุกอย่างที่ทำตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า ถ้าหากสามารถทำให้ลูกค้าชื่นชอบ ตัวเลขก็จะ

ตามมาเอง ในส่วนของประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมาตรฐานของธนาคารดิจิทัลสูงสุดประเทศหนึ่งในอาเซียน พบว่า TMRW มาเป็นอันดับที่สามในเรื่องของความพึงพอใจของลูกค้าหรือ Net promoter score (NPS) เมื่อเทียบกับธนาคารอื่นๆ โดยลูกค้า 3 ใน 4 รายชื่นชอบและแนะนำให้คนรู้จักมาใช้ (Khoo D., 2020) ซึ่ง TMRW สามารถเปิดบัญชีเงินฝาก ทำบัตรเครดิต และขอสินเชื่อ ตลอดจนทำธุรกรรมทางการเงินทุกรูปแบบผ่านแอปพลิเคชัน ถือเป็นธนาคารดิจิทัลรูปแบบหนึ่งแต่ TMRW ไม่ใช่ Neo bank เนื่องจากยังต้องมีการยืนยันตัวตนผ่านตู้ กิย้ออสที่ธนาคารนำวางไว้ ณ จุดต่างๆ ของซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าอีกครั้งหนึ่ง

Neo bank เป็นผู้ให้บริการทางการเงินที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน สามารถเรียกได้ว่าเป็น บริษัทฟินเทค (Financial Technology; FinTech) ที่ให้บริการการชำระเงินและการโอนเงินทางดิจิทัล แต่ Neo bank นั้นจะไม่มีใบอนุญาตธนาคารของตนเอง แต่พึ่งพาพันธมิตรธนาคารเพื่อที่จะสามารถให้บริการที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารได้ (Rao H., 2021) โดยทั่วไปบริการของ Neo bank มีดังนี้:

1. การเปิดบัญชีเงินฝากหรือออมทรัพย์
2. บริการด้านสินเชื่อ
3. การโอนเงินไปยังบุคคลหรือบริษัท
4. การลงทุนและการประกันภัย

Neo bank ที่แตกต่างกันอาจเสนอบริการอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับกลุ่มประชากรเป้าหมาย ซึ่ง Neo bank อาจกำหนดเป้าหมายเฉพาะลูกค้ารายย่อยผู้ประกอบการหรือธุรกิจก็ได้ เช่น Neo bank สำหรับผู้พวยพ ซึ่งเป็นช่องทางเฉพาะที่ผู้คนพยายามเปิดบัญชีธนาคารแบบดั้งเดิมเมื่อพวกเขามาถึงดินแดนใหม่ เป็นต้น ทำให้กลุ่มนี้เข้าถึงบริการและการทำธุรกรรมทางการเงินถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีถิ่นพำนักในประเทศนั้นๆ ก็ตาม

รูปแบบของ ธนาคารแบบดั้งเดิม (Traditional Banks), ธนาคารดิจิทัล (Digital Banks) และ Neo bank (Neo banks) (Temelkov 2020)

1. ธนาคารแบบดั้งเดิม (Traditional Banks)

โดยปกติแล้ว ธนาคารอาจดำเนินการภายใต้รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน และนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่หลากหลาย ซึ่งบางธนาคารอาจมุ่งเน้นที่การเป็นร้านค้าครบวงจรทางด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้กับลูกค้า ซึ่ง ธนาคารแบบดั้งเดิมอาจมุ่งเน้นไปที่ลูกค้ารายย่อยหรือลูกค้าเชิงพาณิชย์ หรืออาจจะดำเนินการภายใต้รูปแบบธนาคารสากล (Temelkov 2020) นอกจากนี้ แหล่งเงินทุนหลักสำหรับธนาคารแบบดั้งเดิมคือเงินฝากจากลูกค้าบุคคลหรือลูกค้าองค์กรธุรกิจ (Chiorazzo et al.

2018) นอกจากนี้ แหล่งรายได้หลักสำหรับธนาคารแบบดั้งเดิมคือรายได้จากดอกเบี้ย ในขณะที่เดียวกันก็สร้างรายได้ที่มีโชดดอกเบี้ยจากกิจกรรมและบริการอื่นๆ (Deyoung and Rice 2004) ลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งของรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมคือ ธนาคารมีเครือข่ายสาขาที่ให้บริการลูกค้า ซึ่งช่วยให้สามารถลูกค้ามีความสบายใจในการทำธุรกรรมทางการเงินเนื่องจากสามารถพูดคุยตอบโต้เห็นหน้ากับพนักงานผู้ให้บริการได้ (Chiorazzo et al. 2018) ดังนั้นการมีเครือข่ายสาขาที่กว้างขวางหมายความว่าธนาคารแบบดั้งเดิมจะมีต้นทุนการดำเนินงานที่สูง เนื่องจากมีสาขาจำนวนมาก รวมทั้งต้นทุนในการบำรุงรักษาเครือข่ายตู้เอทีเอ็มที่จะต้องมีความมั่นคงและปลอดภัยเป็นหลัก

2. ธนาคารดิจิทัล (Digital Banks)

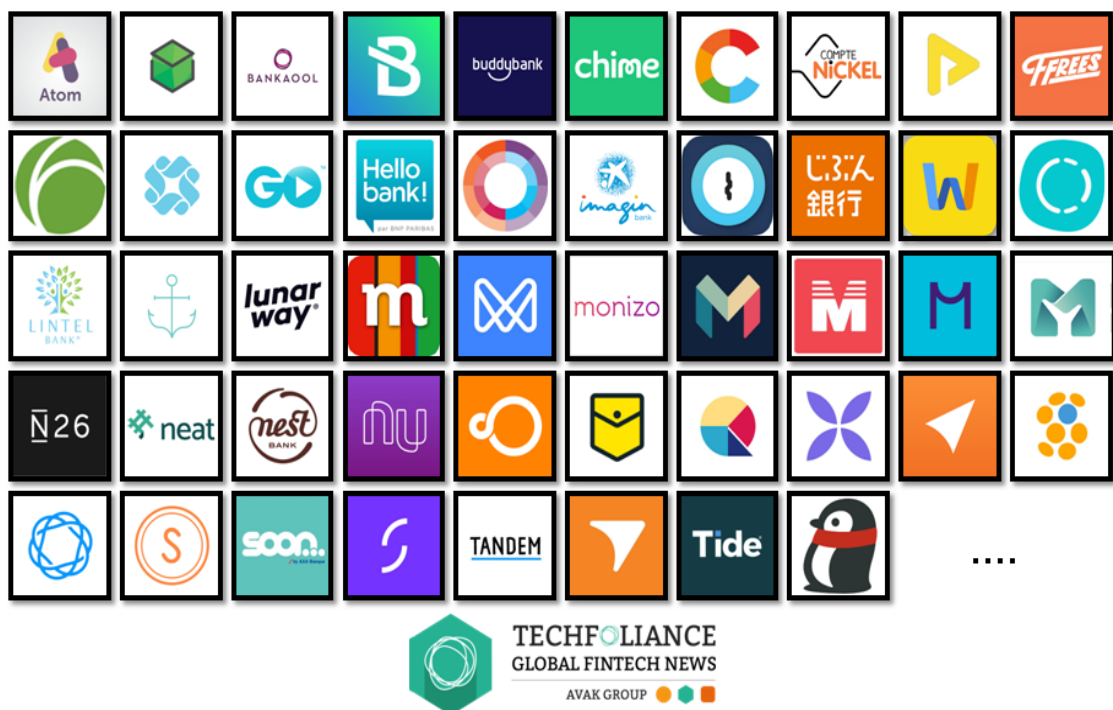
ระบบดิจิทัลของบริการธนาคารนำไปสู่การปรับเปลี่ยนวิธีการที่ธนาคารใช้สื่อสารและให้บริการกับลูกค้า ดังนั้นรูปแบบธุรกิจธนาคารดิจิทัลจึงถือได้ว่าเป็นจุดที่อยู่ระหว่างรูปแบบธุรกิจธนาคารแบบดั้งเดิมและนีโอแบงก์ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของธนาคารแบบดั้งเดิมด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการเงินและเทคโนโลยี (Dapp 2015) ดังนั้น กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของวิธีการที่ธนาคารใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Denyes 2019) โมเดลธนาคารดิจิทัลปรากฏขึ้นพร้อมกับธนาคารที่ผ่านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลอย่างรุนแรง เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธนาคารที่มีอยู่ ดังนั้นธนาคารจะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มแง่มุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการของตน และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของสถาบันเอง (Barquin and Vinayak 2016)

3. นีโอแบงก์ (Neo banks)

ธนาคารเริ่มจากรูปแบบธุรกิจพื้นฐาน ผ่านการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นธนาคารดิจิทัล และต่อมาสามารถดำเนินกิจกรรมภายใต้รูปแบบธุรกิจของนีโอแบงก์ ซึ่ง นีโอแบงก์เป็น ฟินเทค สตาร์ทอัพ (FinTech Startup) ที่อาจให้บริการผ่านความร่วมมือกับธนาคารที่มีหน้าที่รับผิดชอบ หรืออาจได้รับใบอนุญาตการธนาคารเต็มรูปแบบโดยทำตามขั้นตอนในการเข้าร่วม และตามข้อกำหนดของกฎหมาย ดังนั้น สถาบันการเงินที่ดำเนินงานภายใต้รูปแบบธุรกิจนีโอแบงก์ อาจมีใบอนุญาตในการรับชำระเงินเป็นอย่างน้อยซึ่งให้บริการทางออนไลน์เท่านั้น Hopkinson, GG and Klarova, D , (2019) ระบุว่า นีโอแบงก์เป็นรูปแบบของธนาคารที่ออนไลน์ทั้งหมดและจัดหาผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์เพียงอย่างเดียวโดยไม่ต้องมีสาขาจริง นอกจากนี้ ยังอาจสังเกตได้ว่าลูกค้านีโอแบงก์ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มมิลเลนเนียลที่มั่นใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ (Hopkinson and Klarova 2019) ความนิยมของนีโอแบงก์

เพิ่มขึ้นหลังจากวิกฤตการณ์ทางการเงินในปี พ.ศ. 2551 (วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์) เมื่อผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่นำเสนอโดยธนาคารแบบดั้งเดิมนั้นสามารถหาข้อมูลได้โดยง่ายโดยไม่ต้องพึ่งพาสาขาของธนาคาร ซึ่งเท่ากับว่าในบางครั้งสาขานี้ธนาคารไม่มีความจำเป็นอีกต่อไป ในอีกแง่หนึ่ง แม้ว่านีโอแบงก์ จะเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน แต่ทั้ง 2 รูปแบบ มีความแตกต่างอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารแบบดั้งเดิม โดยที่นีโอแบงก์ ใช้โครงสร้างต้นทุนต่ำที่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณสมบัติครบถ้วน (และกำหนดเอง) ในลักษณะที่เข้าถึงได้ง่าย จากที่ใดก็ได้ตลอดทั้งวันตลอดเวลา (Advertorial 2018) ทำให้ลูกค้าไม่ต้องมาใช้บริการหรือต้องไปสาขาในพื้นที่ในเวลาทำการ นอกจากนี้ ยังระบุด้วยว่าโมเดลของนีโอแบงก์ ได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับ 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ ประสบการณ์ของลูกค้า ความสะดวกของผู้ใช้ และการลดความซับซ้อนของกระบวนการที่เกี่ยวข้อง (Advertorial 2018) ทั้งนี้ทาง Techfoliance ได้จัดทำ The Global Neo Bank Landscape และนำเสนอเป็นบทความและรายชื่อของ Neo bank (ธนชาติ นุ่มนนท์ 2017) ที่สำคัญทั่วโลกดังรูป

ภาพที่ 1 The Global Neo Banks Landscape แสดงรายชื่อนีโอแบงก์ ที่สำคัญทั่วโลก



ที่มา : <https://insights.invyo.io/europe/analysis/mapping-the-global-neobank-landscape>

นอกจากนี้ Techfoliance ยังได้สรุปว่านิโอแบงก์ จะมี 2 รูปแบบหลักด้วยกัน คือ

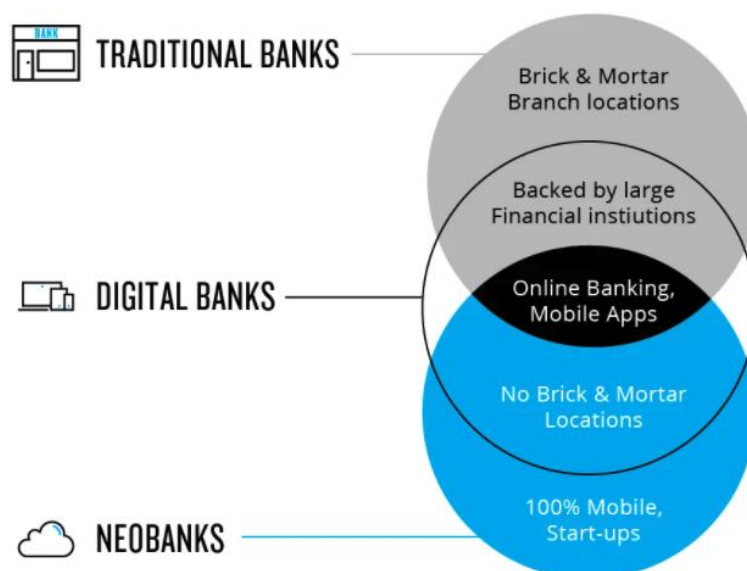
1. เป็นบริษัทที่ไม่มีใบอนุญาตธนาคารและให้บริการด้านความสัมพันธ์แก่ลูกค้าเท่านั้น ไม่
ว่าจะใช้ธนาคารแบบดั้งเดิมสำหรับการทำธุรกรรมหรือในรูปแบบหุ้นส่วนซึ่งจะให้ความสำคัญกับ
คุณค่าของการส่งมอบประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้น

2. เป็นบริษัทเกี่ยวข้องกับผู้ที่ต้องการเป็นธนาคารแบบครบวงจรตั้งแต่เริ่มต้น แต่ไม่มีช่องทาง
การจำหน่ายตามสาขาและตั้งเป็นธนาคารบนมือถือ ซึ่งธนาคารประเภทนี้ต้องได้รับใบอนุญาตการ
ธนาคาร ซึ่งในประเทศส่วนใหญ่เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายทางการเงินสูง

**ข้อแตกต่างระหว่าง ธนาคารแบบดั้งเดิม (Traditional Banks), ธนาคารดิจิทัล (Digital
Banks) และนิโอแบงก์ (Neo banks)**

หากในปัจจุบันเมื่อเห็นคำว่า “ธนาคารดิจิทัล” หลายคนอาจกำลังสงสัยว่าธนาคารดิจิทัลและนิ
โอแบงก์มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ธนาคารดิจิทัลเป็น “ฟินเทค”
(Fintech : Financial Technology) ประเภทหนึ่ง ซึ่งเหมือนกับคำว่า “นิโอแบงก์ (Neo Bank)” คือการ
รวมกันของคำสองคำ คือ “การเงิน” (Financial) และ “เทคโนโลยี” (Technology) โดยที่ธนาคารดิจิทัล
เสนอบริการที่คล้ายคลึงกันมากกับนิโอแบงก์โดยอนุญาตให้ผู้ใช้ฝาก ถอน โอน ยืม และดำเนินการงาน
อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการธนาคาร นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะกำหนดเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เช่น ธุรกิจ
ขนาดเล็ก ดังนั้นความแตกต่างระหว่าง นิโอแบงก์และธนาคารดิจิทัลก็คือ นิโอแบงก์จะเป็นอิสระไม่
เกี่ยวข้องกับธนาคารแบบดั้งเดิม ในขณะที่ธนาคารดิจิทัลมีแนวโน้มที่จะเป็นสาขาของธนาคารขนาด
ใหญ่ (ดั้งเดิม) อธิบายได้ตามภาพที่ 2

ภาพที่ 2 แสดง Venn Diagram



ที่มา : The Nielsen Company (US), LLC

อย่างไรก็ตาม ฟังก์ชันหลักของธนาคารยังไม่เปลี่ยนแปลง แต่วิธีการดำเนินการฟังก์ชันเหล่านี้และวิธีส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงในเชิงลึกแล้ว อาจกล่าวได้ว่าโมเดลธุรกิจของธนาคารมีสามประเภทพื้นฐานในแง่ของช่องทางการจัดจำหน่ายและระดับการพึ่งพาเทคโนโลยี นวัตกรรมเพื่อการขายและการกระจายผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน ดังนั้น เริ่มจากโมเดลธุรกิจพื้นฐาน ผ่านโมเดลธุรกิจธนาคารดิจิทัล ธนาคารสามารถดำเนินกิจกรรมภายใต้รูปแบบธุรกิจของนีโอแบงก์ได้ (Temelkov 2020)

คุณสมบัติของนีโอแบงก์ที่ธนาคารแบบดั้งเดิมไม่มี

1. ต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำ

โดยนีโอแบงก์สามารถหลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานสาขาของธนาคารและการบำรุงรักษาระบบการธนาคารแบบดั้งเดิม นีโอแบงก์มีเป้าหมายที่จะส่งต่อการออมเหล่านี้ให้กับลูกค้าด้วยอัตราที่แข่งขันได้มากขึ้นและค่าธรรมเนียมที่น้อยที่สุด (Watson 2021) และในการทำธุรกรรมของนีโอแบงก์เมื่อเทียบกับธนาคารแบบดั้งเดิม จะไม่มีเรียกเก็บค่าบริการรายเดือนหรือรายปี ซึ่งแตกต่างจากธนาคารแบบเดิม ตัวอย่างเช่น กรณีธนาคารแบบดั้งเดิมหากลูกค้าขอให้ธนาคารออกสมุด

เช็คก็จะมีค่าธรรมเนียมเช็คต่อเล่ม หรือบัตรเดบิต ลูกค้าน่าจะต้องจ่ายเงินค่าธรรมเนียมรายปีสำหรับบัตรเดบิต แต่นีโอแบงก์จะไม่มีการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าแต่อย่างใด (Dokania 2020) และ เนื่องจากนีโอแบงก์มีต้นทุนน้อยกว่าธนาคารทั่วไป ไม่มีค่าจ้างพนักงาน ไม่มีค่าเช่าสถานที่ และค่าอื่นๆ จิปาถะ ทำให้นีโอแบงก์สามารถให้ค่าตอบแทนเงินฝาก หรือ ดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าธนาคารแบบดั้งเดิม ยกตัวอย่างเช่น ธนาคาร GS Bank ซึ่งเป็นนีโอแบงก์ในเครือธนาคาร Glodman Sachs ของประเทศสหรัฐอเมริกา ให้ดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 1 ปี ที่ 1.05 เปอร์เซ็นต์ ส่วนกระแสดอกเบี้ยธนาคารทั่วไปที่ให้น้อยกว่า 0.15 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น เรียกว่ามากกว่าหลายเท่าตัว นอกจากนี้ GS Bank แล้ว ยังมีนีโอแบงก์อีกหลายที่เช่น Go bank และ Moven (Everex Thailand 2016)

2. ส่งมอบประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันที่เหนือกว่าที่เคยใช้งานมาก่อน

นีโอแบงก์เป็นการทำงานผ่านกระบวนการออนไลน์ที่สมบูรณ์ซึ่งการทำธุรกรรมทั้งหมดเกิดขึ้นผ่านโมบายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันมือถือหรือผ่านบริการเว็บ (Dokania 2020) และ เนื่องจากนีโอแบงก์สามารถลงทุนเวลาและทรัพยากรจำนวนมากในฟังก์ชันออนไลน์ของตนได้ แทนที่จะต้องใช้บริการภายในสาขา นีโอแบงก์จึงสามารถพัฒนาคุณลักษณะที่โดดเด่นสำหรับแอปพลิเคชันของตนได้

3. ขั้นตอนและกระบวนการที่รวดเร็ว

นีโอแบงก์มีความสามารถในการได้รับการอนุมัติทันทีสำหรับการขอสินเชื่อซึ่งเร็วกว่าการยื่นกู้ที่ธนาคารสาขาแบบดั้งเดิม มีบริการสินเชื่อที่ผู้กู้สามารถยื่นขอสินเชื่อโดยไม่ต้องแสดงหลักฐานรายได้ และได้รับอนุมัติสินเชื่อในเวลารวดเร็ว (ธนาคารแห่งประเทศไทย 2020) การลงทะเบียนในแอปพลิเคชัน เครื่องมือการออม เครื่องมือติดตามการใช้จ่าย ข้อมูลเชิงลึกส่วนบุคคลเพิ่มเติมในภาพรวมทางการเงินของผู้ใช้ และกระบวนการชำระเงินค่าสุครวมถึงกระเป๋าเงินดิจิทัล (e-wallet) และบัตรเสมือน (virtual cards) (Watson 2021) นอกจากนี้นีโอแบงก์ยังทำให้เห็นว่า ถึงเวลาหมดยุคของการชำระเงินที่รอดำเนินการแล้ว นีโอแบงก์อาจแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้จำเป็นต้องใช้จ่ายเท่าใดในแบบเรียลไทม์

4. ใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ในการประมวลผล

นีโอแบงก์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างสมบูรณ์ซึ่งทำให้การทำธุรกรรมราบรื่นและสามารถติดตามกิจกรรมของลูกค้าได้ผ่านแอปพลิเคชัน เช่น บริการที่ลูกค้าเข้าใช้บริการหรือกดเพื่อดูข้อมูลบ่อยครั้ง เพื่อทำให้สามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละ

คน และสามารถช่วยลูกค้าด้วยการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการเหล่านั้นผ่านรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันซึ่งไม่สามารถทำได้ในกรณีของธนาคารแบบดั้งเดิม (Dokania 2020) นอกจากนี้ นีโอแบงก์อาจใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อติดตามพฤติกรรมการใช้ยาสวนบุคคล และส่งคำเตือนถึงเจ้าของบัญชีในเรื่องของค่าใช้จ่ายประจำต่างๆด้วยเช่นกัน (Watson 2021)

5. นีโอแบงก์ไม่จำกัดวันและเวลาของการใช้บริการ

ลูกค้าสามารถใช้บริการนีโอแบงก์ได้ตลอดเวลาของวันโดยไม่มีการหยุดชะงัก ซึ่งไม่เหมือนกับธนาคารแบบดั้งเดิมเพราะมีระยะเวลาแม้ว่าจะใช้ Digital Portal ของธนาคารนั้นๆเองก็ตาม ตัวอย่างเช่น หากบุคคลต้องการโอนเงินหรือทำธุรกรรมโดยใช้ธนาคารดิจิทัล ก็จะมีระยะเวลาไม่เกิน 22.00 น. หรือหากผ่านสาขาของธนาคารก็สามารถทำได้ระหว่างเวลา 8.30 น. ถึง 15.30 น. และมีวันหยุด แต่นีโอแบงก์สามารถโอนเงินและทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกวัน ทุกเวลา แม้ว่าจะเป็นเพียงคืนก็ตาม (Dokania 2020)

6. มีความรวดเร็วในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และช่วยในการออกเอกสารทางการเงินให้กับลูกค้า SMEs

ในต่างประเทศ SMEs ต้องการการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินทุกรูปแบบและนีโอแบงก์สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้โดยเร็ว ดังนั้น นีโอแบงก์จึงเป็นที่นิยมในหมู่ SMEs มากขึ้นเรื่อย ๆ จากตัวอย่างของ (Chong 2020) ที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาความคิดเห็นในพอดแคสต์หรือการสัมภาษณ์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งใช้ประกอบร่วมกับข้อมูลจากเว็บไซต์ของนีโอแบงก์ในบางภูมิภาค ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดนิโอแบงก์ที่เป็นที่นิยมของ SMEs ในการใช้บริการ

Neobanks for SMEs

Neobank	Date launched	Based in	Tagline	Clients	Customer segment(s)	Banking License or Partner Bank/BaaS
 aspire	Jan 2018		#1 Business neobank in Southeast Asia	10k+	Southeast Asian SMEs	Railsbank
 neat	Jul 2018		Making international business a reality for global entrepreneurs	5k+	Europe-China SMEs	ePayLinks
 MERCURY	Apr 2019		Bank accounts that help tech companies scale	70k+	Tech startups, e-commerce sellers	Evolve Bank
 NorthOne	Aug 2019		Eliminate financial administration for small business owners	190k+	SMEs in traditional industries	Radius Bank
 WISE	Aug 2019		Embedded Banking Experience for Small Businesses	2k+	US SMEs, marketplaces and platforms	BBVA
 ARIVAL™	Q1 2021		Fintech banking for a new generation of businesses and entrepreneurs	4k+ (waiting list)	International SMEs	IFE license (pending)
 HOLVI	Nov 2012		Calm the chaos of self-employment	200k+	Self-employed individuals in Europe	BBVA (owner)
 PENTA	Dec 2017		Best Business Account for Everyday Banking	20k+	German and Italian SMEs	Solaris Bank
 qonto	Apr 2016		The All-in-One Business Account	120k+	French, German, Italian and Spanish SMEs and Freelancers	Crédit Mutuel Arkéa
 BANKERA	Apr 2020		Banking for the Blockchain Era	N/A	European SMEs and crypto-related businesses	UAB Pervesk
 tide	Jan 2017		Reinventing the Business Current Account. Trusted by UK SMEs	150k+	UK SMEs	ClearBank
 Revolut Business	Jul 2019		Borderless Business Account built for accelerating growth	500k+	International SMEs	EU Banking License, Lloyds, Barclays
 TransferWise	May 2016		Do business without borders.	200k+	International SMEs	Barclays, Wells Fargo

ที่มา : Chong 2020

นอกจากนี้ยังมีบริการเพื่อ SMEs รายย่อยทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล เช่น การให้บริการเชื่อมบัญชีเงินฝากกับระบบทำบัญชีออนไลน์และระบบการออกใบแจ้งหนี้ (Invoice) แบบดิจิทัลเพื่อช่วยให้ SMEs รายย่อยสามารถบริหารการเงินของตนได้คล่องตัวยิ่งขึ้น (วิริฐา ก้อนนาค และคณะ 2020)

โครงสร้างของนิโอแบงก์

จาก (Dokania 2020) โครงสร้างของนิโอแบงก์แบ่งออกเป็นสามส่วนหลัก ดังนี้

1. โครงสร้างพื้นฐานหลัก (Core Infrastructure) เป็นระดับขั้นของการทำงานส่วนใหญ่ทำงานในระบบหลังบ้าน (Backend) เนื่องจากมีพันธมิตรธนาคารหลายรายที่อนุญาตให้นิโอแบงก์ให้บริการเชื่อมโยงกับธนาคารของตนได้ เนื่องจากมีช่องทางการชำระเงินที่เกี่ยวข้องกับพันธมิตรที่เป็นธนาคารแบบดั้งเดิม

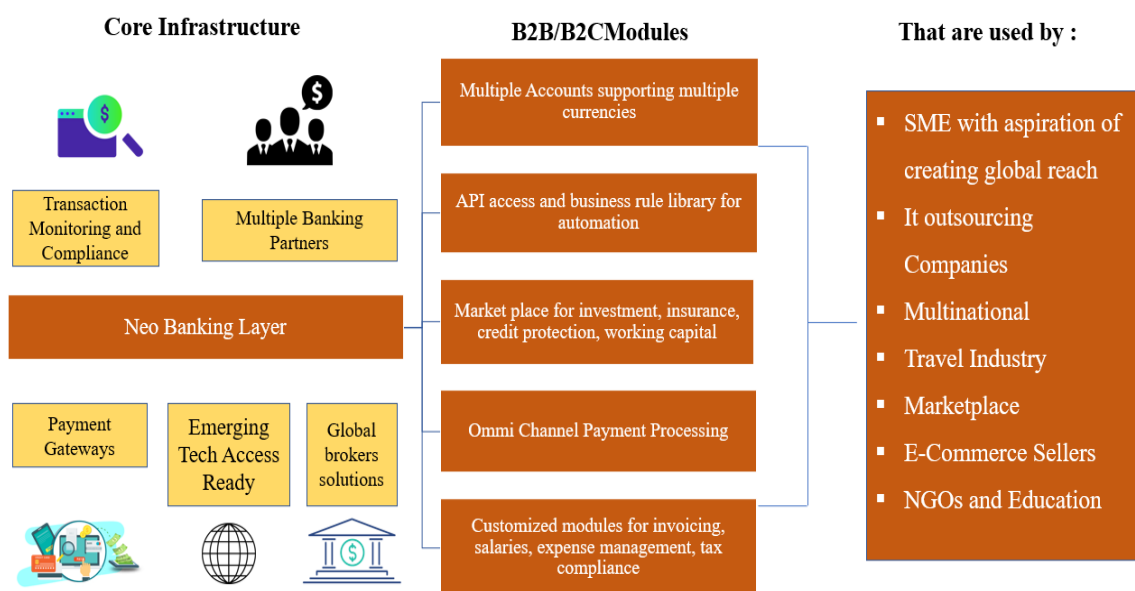
2. โมดูลของการติดต่อใช้งาน (B2B/B2C Modules) ซึ่งนิโอแบงก์ได้ให้บริการส่วนหน้าที่แสดงรายการบริการที่ให้ไว้แก่ลูกค้าของตนว่าลูกค้าต้องการทำธุรกรรมกับใคร ซึ่งโดยหลักๆ มี 2 โมดูล

ได้แก่ ภาครธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business; B2B) หรือ ภาครธุรกิจกับลูกค้า (Business to Customer; B2C)

3. ลูกค้าที่ใช้บริการ (User) โดยปกติแล้วนิโอแบงก์มีฐานลูกค้าที่ใหญ่และกว้างขึ้นซึ่งอยู่ภายใต้โมดูล B2B รวมถึง บริษัทที่ดูแลทางด้านเทคโนโลยี (IT Outsourcing Company), อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, ตลาดกลาง, ผู้ขายอีคอมเมิร์ซ, องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) และองค์กรการศึกษา เป็นต้น

ซึ่งจากโครงสร้างของนิโอแบงก์ทั้ง 3 ส่วน แสดงได้ตามภาพที่ 3

ภาพที่ 3 แสดงโครงสร้างของนิโอแบงก์



ที่มา : Dokania 2020

ปัจจุบันในแวดวงการเงินไทยเองก็เริ่มพูดถึงเทคโนโลยีนิโอแบงก์มากขึ้น รวมถึงหลายๆ ธนาคารมีช่องทางให้ลูกค้าทำธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น คาดว่าด้วยเทคโนโลยีประกอบกับ Eco-System น่าจะมีส่วนผลักดันให้นิโอแบงก์เกิดขึ้นได้ไม่ยากในประเทศไทย ซึ่งคนที่ได้รับผลประโยชน์เต็มหลักก็คือผู้ใช้บริการที่จะมีทางเลือกมากขึ้น นอกจากจะประหยัดเวลา, ได้ดอกเบี้ยเงินฝากที่สูงขึ้นแล้วนิโอแบงก์ยังมีส่วนฟังก์ชันต่างๆ ที่สามารถใช้ในการจัดการเงิน (Money Management) ให้กับลูกค้าได้อีกทางหนึ่งด้วยเช่นกัน

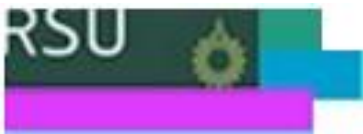
สรุปประเด็นสำคัญ

เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปวิวัฒนาการทางด้านต่างๆก็เปลี่ยนไปด้วย โดยเฉพาะในเรื่องของเทคโนโลยีการเงิน (Fintech) ที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินทุกรูปแบบเปลี่ยนไปเป็นแบบออนไลน์ 100% แต่เดิมเรามีธนาคารแบบดั้งเดิมที่จะต้องเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขา ต่อมาพัฒนาให้มีส่วนขยายในรูปแบบดิจิทัล นั่นคือมีการบริการใน 2 รูปแบบในธนาคารเดียวกัน ซึ่งบางธุรกรรมต้องไปติดต่อที่สาขาแต่บางธุรกรรมสามารถใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันของทางธนาคารได้ และในปัจจุบันในต่างประเทศได้มีการพัฒนารูปแบบไปเป็น นิโอแบงก์ ซึ่งเป็นธนาคารที่ไม่มีสาขาและมีการทำธุรกรรมทางการเงินทุกรูปแบบทั้ง ฝาก ถอน โอน จ่าย ขอสินเชื่อ ทำประกันภัย ผ่านแอปพลิเคชันของทางธนาคารแบบ 100% ได้ทุกที่ ทุกเวลา และมีต้นทุนในธุรกรรมทางการเงินที่ต่ำกว่าธนาคารแบบดั้งเดิม ซึ่งไม่เพียงตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าบุคคลแล้วยังตอบโจทย์องค์กรธุรกิจอย่าง SMEs เป็นอย่างมาก สังเกตได้จากการที่นิโอแบงก์ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ ทางด้านประเทศไทยนั้นยังไม่มี นิโอแบงก์แบบเต็มรูปแบบซึ่งยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องกฎหมายในการจัดตั้งสถาบันการเงินแต่เชื่อว่าในอนาคตอันใกล้ นิโอแบงก์จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเราทุกคนมากขึ้น ยิ่งในสถานการณ์ปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่กินระยะเวลามาเกือบ 2 ปีแล้ว ดังนั้นการทำธุรกรรมทางการเงินที่บ้านได้เองทุกอย่างแบบ 100% จะสามารถช่วยลดความเสี่ยงจากการออกไปสัมผัสผู้คนก็เป็นการตอบโต้ชนโยบาย Social Distancing ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตตามแนววิถีใหม่ (New Normal) ได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้นหากผู้ใช้บริการธนาคารทุกคนได้มีการเรียนรู้ในรูปแบบการบริการทางการเงินรูปแบบใหม่ที่จะมาถึงในอนาคตอันใกล้ก็ทำให้สามารถจะมีความรู้ความเข้าใจและสามารถตัดสินใจได้ไม่ยากกว่าท้ายที่สุดแล้วหากนิโอแบงก์มาถึงหรือมีการจัดตั้งในไทยจริงๆ ทุกคนจะสามารถเพิ่มทางเลือกใหม่ๆในการทำธุรกรรมทางการเงินให้กับตนเอง ครอบครัว และธุรกิจได้หรือไม่ และสิ่งนั้นก่อให้เกิดประโยชน์มากน้อยแค่ไหนเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการหรือรูปแบบเดิมๆ ที่เคยใช้บริการกันมา

REFERENCES

- Advertorial, CNBC Indonesia. 2018. *Neo Banks - Performance and New Ideas Introduction*.
- Barquin, S. and V, G. H. 2016. "Banks have been using digital technologies to help transform various areas of their business. There's an even bigger opportunity—go all digital". *Building a digital-banking business*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/building-a-digital-banking-business>.
- Chiorazzo, Vincenzo, Vincenzo D'Apice, Robert DeYoung, and Pierluigi Morelli. 2018. "Is the Traditional Banking Model a Survivor?" *Journal of Banking & Finance* 97:238–56. doi: 10.1016/j.jbankfin.2018.10.008.
- Chong T. 2020. "Unpacking Neo banks for SMEs". *Introduction to the Global Landscape*. Retrieved from <https://medium.com/arivalbank/unpacking-neobanks-for-smes-chapter-1-introduction-to-the-global-landscape-d06e629b42b>
- Dapp, Thomas. 2015. "Fintech Reloaded – Traditional Banks as Digital Ecosystems With Proven Walled Garden Strategies into the Future." *Deutsche Bank Research Management* 1–27.
- Denyes, Lesley. 2019. "EMCompass-Note-68-Business-Models-for-Banks-DFS-Africa.Pdf."
- Deyoung, Robert, and Tara Rice. 2004. "DeYoung_et_al-2004-Financial_Review.Pdf." 39:101–27.
- Dokania, YASHRAJ. 2020. "NEO-Bank-Revolution-in-Indian-Banking-Sector-A-Critical-Analysis.Pdf."
- Everex Thailand. 2016. "NEO Bank: Digital Bank Overlapping with Bank Overlapping Bank 1.05%". Retrieved from <https://aomoney.com/stories/>
- Hopkinson, G. G., Klarova, D., Turcan, R. (Ed.), & Gulieva, V. (Ed.) (2019, Aug). "How neobanks' business models challenge traditional banks". Retrieved from <https://www.ibc.aau.dk/collaboration/Young+Graduate+News/>
- Khoo, D. 2020. "Opened from the story "People Bank", a new format, NEO Bank and Digital Bank that will be the original commercial bank". Retrieved from <https://www.marketingoops.com/digital-transformation/tmrw-bank-business-model-new-normal/>
- Konnak, W. Niphatthakulkit, P. Thamhong, W. Losereewanich, T and Wichitmethavanich, S. 2020. "Virtual bank ... the next step of the Thai financial system". *Bank of Thailand Article*. Retrieved from https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_13May2021-3.aspx#

- Numnon, T 2017. " Neo-API Bank, the competitive approach of commercial banks in the FinTech trend". IMC Institute. Retrieved from <https://thanachart.org/>
- Rao, H. 2021. "What is a Neo bank? Everything You Should Know" BUSINESS BANKING. Retrieved from <https://razorpay.com/blog/what-is-a-neobank/>
- Shettar M., Rajeshwari. 2019. "Neo-Banks Are Changing the Face of Banking." *IOSR Journal of Economics and Finance* 10:1–05.
- Temelkov, Zoran. 2020. "2._Zoran_Temelkov.Pdf."
- Techfoliance. 2017. "Mapping the Global NeoBank Landscape". Retrieved from <https://insights.invyo.io/europe/analysis/mapping-the-global-neobank-landscape/>
- Watson, T. 2021. "Digital banking and neo banks". Retrieved from <https://mozo.com.au/fintech/digital-banking-and-neobanks>
- Wu, Yi Chi, Ching Sung Chen, and Yu Jiun Chan. 2020. "The Outbreak of COVID-19: An Overview." *Journal of the Chinese Medical Association* 83(3).



ISSN 1686-5731

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์

BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW



ใบสมัครสมาชิก

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์

(สำหรับเจ้าหน้าที่)

เลขที่สมาชิก.....

ใบเสร็จรับเงิน เล่มที่.....

เลขที่.....

วันที่.....

ชื่อ/นามสกุล.....

ที่อยู่เลขที่..... ซอย..... ถนน.....

ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

สถานที่ทำงาน.....

ประสงค์สมัครเป็นสมาชิก

☐ 1 ปี 2 ฉบับ 300

☐ 2 ปี 4 ฉบับ 500

ตั้งแต่ฉบับที่ เดือน..... ปี.....

โดยส่งวารสารไปที่

☐ บ้าน

☐ ที่ทำงาน

ที่อยู่.....

ท่านสามารถสมัครสมาชิกวารสาร หรือต่ออายุสมาชิกวารสาร โดยโอนเงินเข้าบัญชี
“เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์” บัญชีเลขที่ 020-0-04710-8 ประเภทบัญชี เงินฝากสะสมทรัพย์
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาซอยมหาวิทยาลัยรังสิต พร้อม Fax ใบ pay in พร้อมใบสมัครมายัง
โทรสาร (02) 997-2222 ต่อ 1076 หรือ ส่งใบ
พร้อมใบสมัครมาทางไปรษณีย์ ตามที่อยู่ด้านล่างนี้

บรรณาธิการเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

52/347 ถนนพหลโยธิน 87 ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

โทร (02) 997-2222 ต่อ 1005, 1042, 1007 โทรสาร (02) 997-2222 ต่อ 1076