



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 อาริรัตน์ แยมเกษร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตต์ วรรณศิลป์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาดา คุปตานนท์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันฤดี สุขสงวน	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.เฉลิมพร เย็นเยือก	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
อาจารย์พงษ์ยุทธ กล้ายุทธ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คุณจันทนา ก้อนทอง	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ กลั่นกรองบทความ (ภายใน)

รองศาสตราจารย์ ดร.ปฐม มณีโรจน์	สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมนวล วิเศษสรรพ	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจภาภา แพ่งเกษร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตต์ วรรณศิลป์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มุกดา ไควหกุล	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตศร เทอดเผ่าพงศ์	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.วีรศักดิ์ ประเสริฐชูวงศ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.ไปรยา ทิปต์ศิริ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ กลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ อรุณี นรินทรกุล ณ อยุธยา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ กุสุมา เวชชบุล	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ จารุพร ไวยนันท์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ราเชนทร์ ชินทยารังสรรค์	คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.วรศักดิ์ พุฒมานนท์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ธาวี หิรัญศรี	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ กรรณิการ์ นิยมศิลป์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ชันชนภา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
นาวาอากาศเอก รองศาสตราจารย์ ดร.สัลยุทธ์ สว่างวรรณ	กองคณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ โรงเรียนนายเรืออากาศ
นาวาอากาศโท รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ตระหง่าน	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
นาวาอากาศเอก ศาสตราจารย์ ไชยา วงษ์กระจ่าง	กองวิศวกรรมศาสตร์ โรงเรียนนายเรืออากาศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานพ เรี่ยวเดชะ	คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา วัจนะสาลีกากุล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา พญาพันธุ์รัตน์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.มณฑล ศาสสนันท์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิติพัฒน์ ฉัตรอัครพัฒน์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุชจรี พิเชฐกุล	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล พันธุ์ภักดี	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.พิสิทธิ์ พัวพันธ์	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจ
	แห่งชาติ กระทรวงการคลัง
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา วนเศรษฐ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช
ดร.ยศ อมรกิจวิภัย	วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา วิสมิตะนันท์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย นำประเสริฐชัย	ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์
	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.กิริติ สุขโนสิทธิ์	ผู้อำนวยการสายงานวิศวกรรมและการผลิต บริษัท ดีเอชแอล
	ซัพพลายเชน (ประเทศไทย) จำกัด
รองศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร ชูติมาสกุล	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม
	เกล้าธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ ไรจน์นรินทร์กุล	คณะกรรมการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
	เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

รองศาสตราจารย์ ดร.นิตี รัตนปรีชาเวช	ผู้อำนวยการโครงการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ดร.สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร	คณะกรรมการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบัน การจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลสุชาดา ศิริสม	คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิระ บุญยเนตร	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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 และการให้บริการวิชาการ
4. เพื่อส่งเสริมสร้างองค์ความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการบัญชี
5. เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีไปใช้ในเชิงปฏิบัติในสถานการณ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการบัญชี



ขอบเขตของเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Scopes)

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review) เปิดรับบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทวิจารณ์หนังสือ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษจาก คณาจารย์ นักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย รวมทั้งเปิดกว้างสำหรับคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการ ผู้บริหาร นักธุรกิจ และผู้ที่สนใจทั่วไปจากภายนอกด้วย โดยบทความดังกล่าวต้องเป็นบทความที่มีการสร้างสรรค์ในองค์ความรู้ทางวิชาการที่มีประโยชน์และน่าสนใจต่อผู้อ่านอย่างชัดเจน บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์นั้นจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับบทความนั้นๆ ไม่น้อยกว่า 2 ท่าน โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการของเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review) จะครอบคลุมเนื้อหาดังนี้ (หรือด้านอื่นๆ ที่ไม่ได้กำหนดในที่นี้)

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

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ เป็นวารสารราย 6 (1 ปี มี 2 ฉบับ) คือ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

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) เป็นงานเขียนที่มาจากการวิจัยของผู้เขียนหรือผู้ร่วมการทำงานวิจัยอย่างเป็นระบบและไม่เคยได้ทำการตีพิมพ์มาก่อน
- บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นงานเขียนบทความที่วิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระของหนังสือหรือบทความเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ต่อไปของผู้อ่าน

องค์ประกอบของบทความดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

บทความวิชาการ (Academic Article) และบทความวิจัย (Research Article) ประกอบด้วย

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

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 ต้องเขียนอ้างอิงเอกสารหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในตอนท้ายของบทความเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น และให้เขียนในรูปแบบของ APA (American Psychology Association) โดยผู้ส่งบทความต้องตรวจสอบความถูกต้องของการเขียนอ้างอิงให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ บทความใดที่มีรูปแบบการอ้างอิงไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดจะไม่ได้รับการพิจารณาการประเมินบทความในขั้นตอนถัดไป

ตัวอย่างการอ้างอิงตามหลักเกณฑ์ APA ได้แก่

การอ้างอิงข้อความในวารสาร

❖ หลักเกณฑ์

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

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

❖ ตัวอย่าง

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

การอ้างอิงหนังสือ

❖ หลักเกณฑ์

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

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

❖ ตัวอย่าง

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

ส่วนการอ้างอิงแบบอื่นๆ ให้ดูเพิ่มเติมในรายละเอียดของการอ้างอิงแบบ APA (American Psychology Association)

บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ประกอบด้วย

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

กระบวนการพิจารณาบทความ (Review Process)

บทความที่ผู้ส่งมาเพื่อพิจารณาสำหรับการลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาตามขั้นตอน ดังนี้

1. เมื่อทางกองบรรณาธิการได้รับบทความแล้วจะทำการแจ้งไปยังผู้ส่งบทความ
2. ทางกองบรรณาธิการจะตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความว่ามีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของวารสารหรือไม่ รวมถึงประโยชน์ของบทความนั้นๆ ว่านำไปใช้กับผู้อ่านหรือไม่ทั้งในเชิงทฤษฎีและการประยุกต์เพื่อนำไปใช้
3. เมื่อกองบรรณาธิการพิจารณากลับครั้งแรกแล้วก็จะนำส่งไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความนั้นๆ เพื่อพิจารณาไม่น้อยกว่า 2 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 3,000 บาท ต่อ 1 บทความ

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

ทั้งนี้ กรณีบทความซึ่งผ่านการตรวจคุณภาพปรากฏผลการพิจารณาว่าถูกปฏิเสธการตีพิมพ์เจ้าของบทความไม่สามารถเรียกร้องขอค่าธรรมเนียมคืนจากทางกองบรรณาธิการ

การสมัครสมาชิกและการต่ออายุสมาชิก

ท่านที่ต้องการบอกรับเล่มวารสารสามารถสมัครสมาชิกใหม่และต่ออายุสมาชิกได้โดยการถ่ายสำเนาใบสมัครสมาชิกจากด้านหลังเล่มวารสาร หรือ Print out ใบสมัครสมาชิกจากทางเว็บไซต์ของวารสารและกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนพร้อมชำระเงินโดยการโอนเข้าทางบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ 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 ไม่ว่าจะตอนใดตอนหนึ่งหรือทั้งหมดมาจากแหล่งใดๆ ก็ตามโดยไม่ได้ระบุหรืออ้างอิงถึงที่มีอย่างถูกต้องชัดเจน 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
 - ✓ ผู้ประเมินบทความสามารถปฏิเสธการประเมินบทความได้ถ้าผู้ประเมินเห็นว่าตนเองมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ หรือรู้จักผู้นิพนธ์เป็นการส่วนตัวหรือด้วยเหตุผลอื่นๆ อันเป็นเหตุให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระ
 - ✓ ผู้ประเมินควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญโดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่มีต่อสาขานั้นๆ คุณภาพของการวิเคราะห์ และความเข้มข้นของผลงาน ไม่ควรใช้ความเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินผลงานทางวิชาการ
 - ✓ ผู้ประเมินต้องระบุผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมินแก่ผู้นิพนธ์ซึ่งผู้นิพนธ์ไม่ได้อ้างอิงถึงเข้าไปในการประเมินบทความด้วย และหากส่วนใดของบทความนั้นๆ มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ แล้วผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้กับบรรณาธิการทราบทันที

สารบัญ

บทความวิจัย

- Factors affecting customer satisfaction of dark red line Skytrain system for undergraduate students living in Pathumthani province 1
By Phanrajit Havarangsi and Chanakiat Samarnbutra
- การจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมวิถี 21
โดย สราลี กิตติยากร และ เฉลิมพร เย็นเยือก
- การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของโครงการลงทุนในธุรกิจบริการรักษาความสะอาด : กรณีศึกษา บริษัทมีดีพรีอเพอร์ตี เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด 40
โดย จงจิตต์ แซ่ลี
- ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี 57
โดย กันต์ดีพงษ์ สามารถ และ วรณกิตติ์ วรณศิลป์
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามกฎ และการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัยของพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคตะวันออกของประเทศไทย 69
โดย วสุ งามเจริญ สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์ และ อัมพล ชูสนุก
- ปัญหาและการสร้างแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาวแห่งหนึ่งในเมืองพัทยา 86
โดย ไพรทูล บุญศรี ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา และ สฎายุ ธีระวณิชตระกูล



- รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรม
การใช้แอปพลิเคชันข้อปี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 103
โดย ญัฐฐลีนี พุ่มประเสริฐ และ สมชาย เล็กเจริญ
- ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) 116
โดย อานันต์ หยกพิทักษ์โชค และ วัลลภ บัวชุม



Factors affecting customer satisfaction of dark red line Skytrain system for undergraduate students living in Pathumthani province

Phanrajit Havarangsi¹ Chanakiat Samarnbutra²

¹Faculty of Business and Technology, Stamford International University, Thailand

Tel. 02-769-4000 E-mail: phanrajit.havarangsi@stamford.edu

²Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand

Tel. 02-997-2200 E-mail: chanakiat.s@rsu.ac.th

(Received: October 4, 2020 ; Revised : November 6, 2020 ; Accepted : December 7, 2020)

Abstract

Purpose – This research study aims to find the key components in personal profiles, purchase decisions, and Skytrain operation that affect customer satisfaction with the dark red line Skytrain system.

Methodology – With the quantitative method, the survey technique is used to collect data from 400 respondents who are undergraduate students in Pathumthani province. The data analysis uses both descriptive and inferential statistics: frequency, percentage, mean, standard variation, t-test, F-test, and correlation.

Findings - The results show that customer satisfaction is affected by a personal profile that is the year of study. In addition, customer satisfaction is affected by purchasing decisions: the reason to purchase, ticket types, channels to buy a ticket, the amount of money put in Rabbit cards, and influencers. Customer satisfaction is affected by Skytrain operation with the SCOR model: plan, source, make, deliver, and return.

Research limitations - This study is sectional research as one period of time for data collection. It cannot reveal the trend of changing in the main factors impacting customer satisfaction. This research study's findings cannot be used for other transportation modes as the data are collected from Skytrain customers.

Practical implications - Focusing on main factors, transportation service operators can implement the right strategies to increase customer satisfaction.

Originality/ value - This paper focuses on creating scales for customer satisfaction. The main factors affecting customer satisfaction are in the scope of this study.

Keywords: *Personal profiles, purchase decision, Skytrain operation, SCOR model, customer satisfaction, dark red line Skytrain, Pathumthani.*

Paper type - Research paper

Introduction

Public transportation of Pathumthani province is quite complicated. At this time, buses, minibusses, rural trains, and motorcycles are in service. During peak hours, some areas in Pathumthani province have traffic congestion, such as schools, universities, industrial estates, high traffic roads. However, people have many selections of transportation to reach their destinations.

Skytrain will be another option for people living in Pathumthani province. In 2021, the dark red Skytrain line will be ready in service (Table 1 and Figure 1). The route of the dark red Skytrain line is from Bang Sue to Rangsit stations. It is constructed in parallel to Vibhavadi road. The length of this line is 26.3 kilometers. The number of passengers using the dark red line is expected around 300,000 people each day. Comparing with other future skytrain lines in the number of passengers, this skytrain line is ranked number three.

Table 1 Skytrain lines and the number of passengers

Skytrain lines	Number of passengers (Present)	Skytrain lines	Number of passengers (Projected)
Green (dark and soft)	740,000	Blue (new phase)	490,000
Blue	400,000	Green (dark)	330,000
Airport rail link	75,000	Red (dark and soft)	300,000
Purple	50,000	Yellow	220,000
		Pink	120,000
		Orange	110,000

Source: BLT Bangkok, 2020

The dark red line Skytrain project has the following purposes (Realist Solution, 2018). The government has budgets to improve the transportation system of Bangkok and suburb areas. Bang Sue station has a high capacity for passenger transit. This line

has both on the ground and underground passes through many areas. It also connects to other train lines so that passengers can save costs and time. Interestingly, this line offers both regular (stop all stations) and speed (stop only main stations) trains.

Table 2 Fees for traveling on the Skytrain

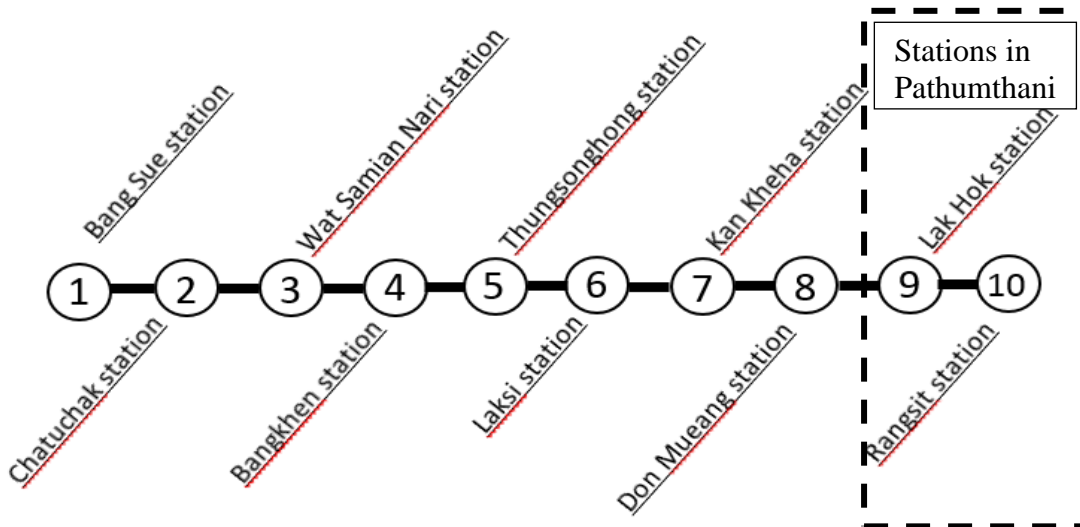


Figure 1 Dark red line Skytrain route (<http://www.realist.co.th/blog/>)

Lak Hok and Rangsit stations are in Pathumthani province. The students living or studying in this province have more chances to get on the Skytrain at these stations. If the students' journey starts from these stations to the Bang Sue station, they need to pay 43 baht (Table 2). The train passes around 8 stations to reach the destination. The fee for this journey is close to traveling with minibus services.

Many ticket types are offered for skytrains. A single journey card is used for a one-way trip (the price range from 15 to 58 baht). It is valid on the day of purchase only. A one-day pass is unlimited rides on the day of purchase (the price of 140 baht). Rabbit card is an electronic payment system that can be used to pay for Skytrain pass and other transportation fees. Standard Rabbit card has three types. Adult Rabbit card is for adults. Student Rabbit card is for full-time students in schools and universities in Thailand and foreign countries on the Ministry of Education list. They must be under 23 years old. Senior Rabbit card is for Thai senior people who are 60 years old or over. Passengers can add money to the cards for both monthly tickets and one-way tickets.

They can save time as they do not have to buy a ticket every time before getting on the Skytrain. Many stores give a special offer to cardholders. The card has no annual fees (Bangkok Smartcard System, 2020).

Most undergraduate students commute by public transportation to go to University and get back home. Deciding on routes and vehicles is essential as saving time and costs. They will not be late for the class and have more money to pay for meals, groceries, and clothes. This study focuses on the dark red Skytrain line as a new project that is nearly complete. This Skytrain line is close to many universities in Pathumthani province. The researcher aims to find all of the main factors that affect the dark red Skytrain line's customer satisfaction. The Skytrain operator can bring these research results to improve its facilities and services before the opening date.

Objectives of Research

1. To identify personal profiles of students living in Pathumthani province who give an opinion about the dark red line Skytrain.
2. To reveal the purchase decision elements and the perception of students living in Pathumthani province on dark red line Skytrain operation.
3. To investigate the effects of personal profiles and related factors on the dark red line skytrain system's customer satisfaction.

Research Hypotheses

In this research, three hypotheses need to be investigated. These hypotheses are shown as follows.

H1: Personal profiles affect customer satisfaction.

H2: Purchase decision affects customer satisfaction.

H3: Skytrain operation with the SCOR model has a relationship with customer satisfaction.

All hypotheses are also presented in the conceptual framework (Figure 2). These hypotheses will be tested with statistical techniques. In this study, the significance level is 0.05. In case that the p-value of a selected statistical tool is less than 0.05. That means that the hypothesis is correct.

Development of the Conceptual Framework and Research Hypotheses

The conceptual framework in this paper, as presented in Figure 2 is extracted from various theories and concepts in the literature review.

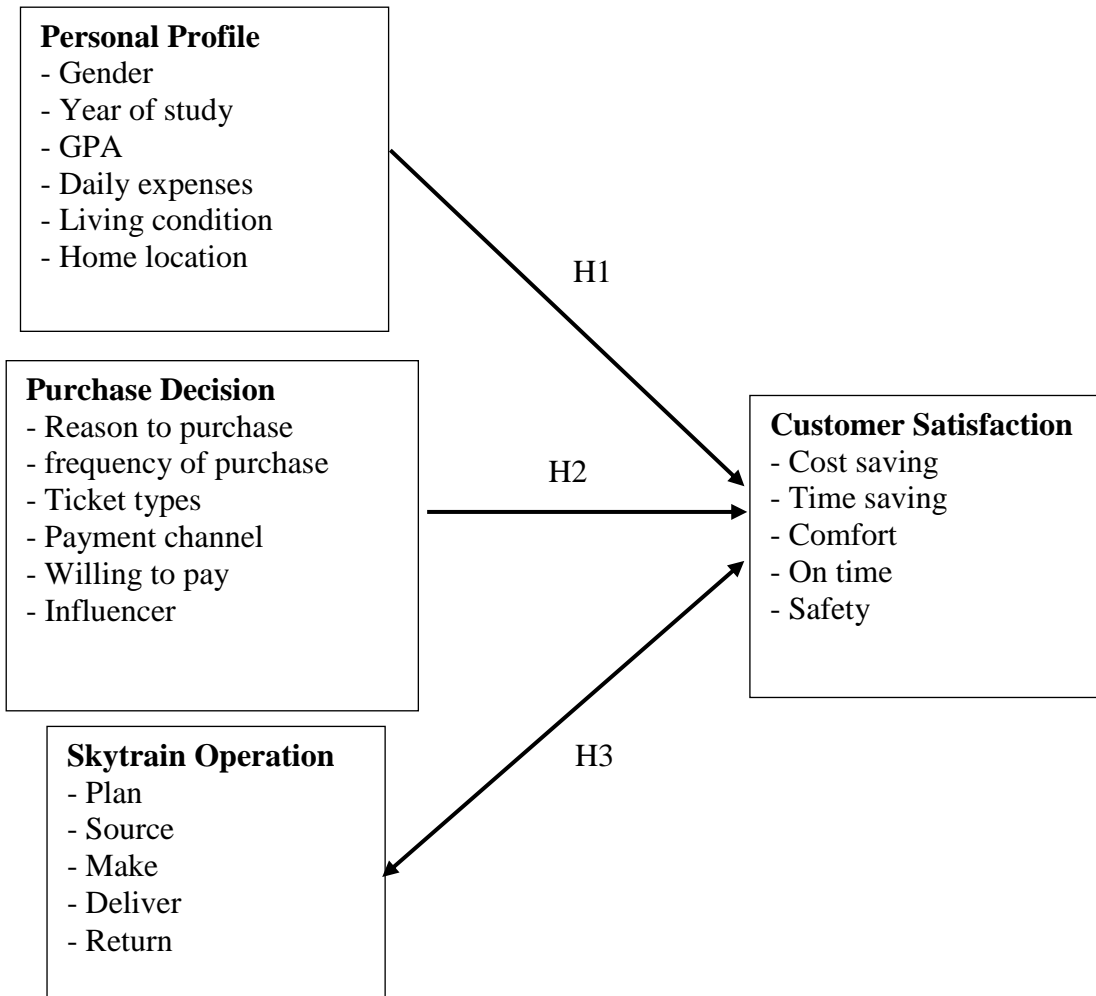


Figure 2 Conceptual framework of this research

Literature Review

The literature review in this study is about purchase decision, the SCOR model, and customer satisfaction.

Purchase decision

A company in the market needs to understand consumer behavior. Consumer behavior is “the study of how individuals, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants. Marketers must fully understand both the theory and the reality of consumer behavior” (Kotler & Keller, 2016).

The purchase decision is part of the consumer behavior demonstrated in the stimulus-response model in Figure 3. Marketing stimuli get into the consumers’ minds. Consumer psychology, combined with consumer characteristics, affects the buying decision process and purchase decision. The company needs to understand its consumer awareness when they perceive the marketing stimuli and the purchase decision. This research study focuses on the purchase decision comprising product choice, brand choice, dealer choice, the purchase amount, purchase timing, and payment method (Kotler & Keller, 2016).

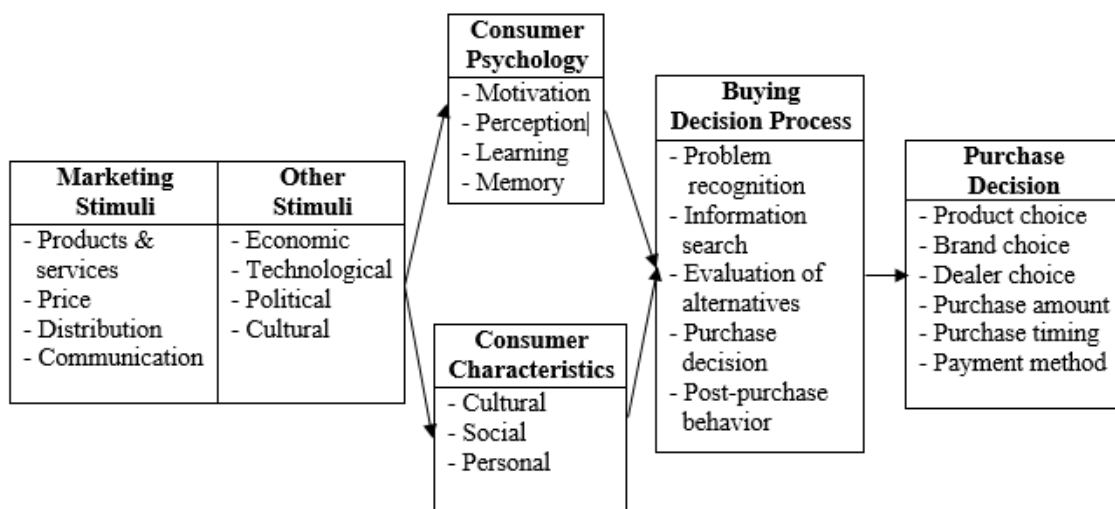


Figure 3 Model of consumer behavior (Kotler & Keller, 2016)

Supply Chain Operations Reference (SCOR) Model

The SCOR model comprises five processes: plan, source, make, deliver, and return (Coyle et al., 2010).

1. Plan focuses on the balancing of demand and supply. Other processes need to communicate with the planning process. The company needs to do inventory management, delivery, and performance assessment.

2. Source is about serving the following operation: make-to-stock, make-to-order, and assembly-to-order. The purchasing team of the buyer needs to work with the suppliers to receive raw materials or products. In addition, the warehousing team needs to communicate with them to prepare for receiving, storing, picking, and delivery.

3. Make transforms raw materials into finished products. The company's production process can be make-to-stock, make-to-order, and assembly-to-order. This process needs to follow the schedule, produce & test the products, and do the packaging.

4. Deliver is about bringing products to customers. This activity needs to serve the following operation: make-to-stock, make-to-order, and assembly-to-order. It needs to work with the warehouse team and management staff.

5. Return is part of the contract between a company and its suppliers. Also, it can be part of the contract between the company and its customers. When the company receives poor raw-materials, they can be returned to the suppliers. Also, when the customer gets poor products, they can be returned to the company.

The SCOR model has three levels. Level 1 is the model scope and its details. Targets of KPIs are presented. Level 2 is the way to serve customers' needs with supply chain management. Level 3 identifies the company's competencies and process elements. This also includes performance assessment, best approaches, and effective system.

Customer Satisfaction

Customer satisfaction means “a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectation” (Kotler & Keller, 2016).

Dimensions of customer satisfaction of the transportation service company can come from its logistics performances as follows.

Logistics performances are defined as the effectiveness of product and service delivery in quantity and time that can meet the customers' needs. The logistics performances can be measured by five items that are speed of delivery, flexibility, order fulfillment, quick-responded, and delivery reliability (Bavarsad *et al.*, 2013).

As Chow et al. (1994) mentioned, the logistics performances are concerned with storing and delivering raw materials and finished goods among supply chain members. The measurement items of logistics performances are costs, sales, profits, contracts on production, customer satisfaction, order fulfillment, delivery time, CSR, serving the customers' needs, lowering costs, and flexibility (Piriyakul and Kerdpitak, 2011).

Logistics performances are measured by the capability of delivery, costs of logistics activities, and capital management. The capability of delivery is classified into delivery lead time and on-time delivery. Main logistics costs are transportation and inventory costs. Capital management is needed in most departments in any company, such as inventory of raw materials and finished products (Forslund, 2011).

Key performance indicators are an essential tool to make sure that the company can reach its long-term goal. Making employees pay more attention to important activities, top executives need to select and group effective indicators. It is necessary that the company needs to build strategies and objectives first, and then, KPIs can be developed. The company can use various performance frameworks to use KPIs for daily and policy management. Performance dashboards and scorecards can be used as well (Marr, 2012).

Research Methodology

In this study, quantitative research is used. This allows using various statistical tools to obtain research results.

Population and samples

Population in this research study is undergraduate students living in Pathumthani province. However, the number of population cannot be found on any sources. So, calculation of the sample size needs to use the mathematics formula (El Hajjar, 2017 and Maple Tech. International, 2020):

$$n = Z^2 P (1-P) / e^2 = 1.96^2 * 0.5 (1-0.5) / 0.05^2 = 384.16$$

Where n = sample size

Z = Z score

E = margin of error

P = population proportion (Assume=0.5)

So, 400 samples are collected with the convenience sampling technique.

Measurement Instrument

This paper uses a survey by questionnaire as a quantitative research technique. The questions in the first section of the questionnaire are respondents' personal profiles (using nominal and ordinal scales). The second section of the questionnaire covers the area of purchase decision (using nominal and ordinal scales). The third section is Skytrain operation with the SCOR model (using a five-point Likert scale ranging from 1 (lowest level) to 5 (highest level)). The fourth section is customer satisfaction (using a five-point Likert scale ranging from 1 (lowest level) to 5 (highest level)). An open-ended question is also used to gather more opinions from the respondents.

Validation of Measures

Before testing the conceptual model, the value of reliability needs to be calculated. The reliability of measurement constructs is calculated by Cronbach's alpha that needs to exceed 0.7 (Hair et al., 2006). The results of Cronbach's alpha of the variables in the conceptual framework are more than 0.7, as presented in Table 3.

Table 3 Cronbach's alpha of the variables in the conceptual framework

Variables	Cronbach's alpha
Skytrain operation	0.847
Customer satisfaction	0.809

Data Analysis

Statistical tools are used for data analysis. Frequency, percentage, mean, and standard deviation are for descriptive analysis. F-test, t-test, and correlation as inferential analysis can test the research hypotheses. The correlation coefficient (r) between the independent variable (Skytrain operation with the SCOR model) and the dependent variable (customer satisfaction) is calculated. The levels of correlation are presented in Table 4.

Table 4 Range of correlation coefficient values and the corresponding levels of correlation

Range of correlation coefficient values	Level of correlation
0.80 to 1.00	Very strong positive
0.60 to 0.79	Strong positive
0.40 to 0.59	Moderate positive
0.20 to 0.39	Weak positive
0.00 to 0.19	Very weak positive

Source: Meghanathan (2016)

Research Results

Personal profiles are presented in Table 5. Most respondents have the following profiles. They are female and studying in the second year of the undergraduate program at the University. Their grade range is 3.00 to 3.49. The range of their expenses is 201 to 300 baht a day. They are not staying with their parents during studying at the University. Their home is located in Amphoe Mueang in Pathumthani province.

Table 5 Personal profiles of the respondents

	Frequency	Percentage
Gender		
Male	184	46.0
Female	216	54.0
Total	400	100.0
Study level		
Year 1	42	10.5
Year 2	171	42.8
Year 3	136	34.0
Year 4	51	12.8
Total	400	100.0
Grade		
Less than 2.50	37	9.3
2.50 to 2.99	118	29.5
3.00 to 3.49	141	35.3
3.50 or higher	104	26.0
Total	400	100
Daily expense		
Less than 100 baht	4	1.0
100 to 150 baht	99	24.8
151 to 200 baht	110	27.5
201 to 300 baht	115	28.7
Higher than 300 baht	72	18.0
Total	400	100
Living condition		
Stay with parents	111	27.8
Not stay with parents	289	72.3
Total	400	100.0
Amphoe in address		
Mueang (Pathumthani)	280	70
Lamlukka	58	14.5
Khlongluang	13	3.3
Thanyaburi	28	7.0
Latlumkaeo	7	1.8
Samkok	5	1.3
Nongsua	9	2.3
Total	400	100.0

Table 6 Descriptive data of purchase decision

Purchase decision	Frequency	Percentage
Reasons of using Skytrain		
- Station location	90	22.5
- Fees	79	19.8
- Time table of Skytrain	6	1.5
- Reduce travel time	203	50.7
- Feel safe	16	4.0
- Others	6	1.5
Total	400	100.0
Frequency of using Skytrain each day		
- Less than 1 time/day	252	63.0
- 1 time/day	63	15.8
- 2 time/day	66	16.5
- 3 time/day or more	19	4.8
Total	400	100.0
Preference of ticket types		
- One-trip ticket	277	69.3
- One-day ticket	19	4.8
- Rabbit card	102	25.5
- Other cards	2	.5
Total	400	100.0
Channels to buy a ticket		
- Rabbit line pay	105	26.3
- Vending machines at Skytrain stations	111	27.8
- Shops	16	4.0
- Vending machines of private companies	8	2.0
- Banks and cards	156	39.0
- Others	4	1.0
Total	400	100.0
Amount of money put in Rabbit cards		
- 1-100 baht	115	28.7
- 101-250 baht	121	30.3
- 251-500 baht	131	32.8
- 501-1000 baht	29	7.2
- More than 1000 baht	4	1.0
Total	400	100.0
Influencers		
- Yourself	301	75.3
- Family	26	6.5
- Friend	57	14.2
- Internet	16	4.0
Total	400	100.0

Table 6 demonstrates all elements of purchase decision presented as follows. For reasons of using Skytrain, reducing travel time is most selected (50.7%). Considering the frequency of using Skytrain each day, most respondents take the Skytrain less than one time (63.0%). In the preferences of ticket types, a one-trip ticket is the first choice (69.3%). Considering the channels to buy a ticket, buying on bank & credit card services is the most frequent (39.0%). For using the Rabbit card, most of them put money in the card about 251 – 500 baht (32.8%). Considering the influencers of their transportation selection, they decide by themselves (75.3%).

Table 7 Skytrain operation with SCOR model

Skytrain operation	Mean	SD.	Level
1. Plan: Skytrain route	4.05	0.695	High
2. Source: modern train & station	3.96	0.716	High
3. Make: staff training & staff service	3.83	0.801	High
4. Deliver: time table & number of trains	3.85	0.753	High
5. Return: change & refund ticket	3.51	0.904	High
Total	3.84	0.728	High

In Table 7, Skytrain operation with SCOR model is scored at the high level (mean = 3.84). All dimensions of Skytrain operation are scored at the high level: plan (mean = 4.05), source (mean = 3.96), deliver (mean = 3.85), make (mean=3.83), and return (mean=3.51).

Considering the customer satisfaction in Table 8, time-saving is scored at the highest level with a mean of 4.24. The rest dimensions of customer satisfaction (4 dimensions) are scored at the high level presented as follows: safety (mean = 4.15), comfort (mean = 4.04), on-time (mean = 3.96) and cost-saving (mean = 3.79). The mean value of total customer satisfaction equals 4.04 as the high level.

Table 8 Customer satisfaction

Customer satisfaction	Mean	SD.	Level
1. Cost saving	3.79	1.045	High
2. Time saving	4.24	0.781	Highest
3. Comfort	4.04	0.816	High
4. On-time	3.96	0.815	High
5. Safety	4.15	0.713	High
Total	4.04	0.811	High

Hypotheses are tested with statistical tools in the computer software. This research has three hypotheses. The results are presented as follows.

H1: Personal profiles affect customer satisfaction.

Personal profiles comprise gender, year of study, GPA, daily expenses, living condition, and home location.

Table 9 Effects of personal profiles on customer satisfaction

Personal profiles	F	Sig
Gender	0.812	0.368
Year of study	3.750	0.011*
GPA	0.864	0.460
Daily expenses	1.257	0.287
Living condition	0.798	0.372
Home location	1.691	0.122

Note: * is p-value < 0.05

In table 9, the year of study affects customer satisfaction (F = 3.750, Sig. = .011). From LSD method, the 2nd year students have higher satisfaction level than the 1st, 3rd, and 4th year students. Other personal profiles have no effect on customer satisfaction at the significance level of 0.05. Therefore, **H1 is true.**

H2: Purchase decision affects customer satisfaction

Table 10 Effects of purchase decision on customer satisfaction

Purchase decision	F	Sig
Reason to purchase	3.881	0.002**
Frequency of using Skytrain each day	2.308	0.076
Ticket types	3.548	0.015*
Channels to buy a ticket	4.126	0.001**
Amount of money put in Rabbit cards	4.662	0.001**
Influencers	4.008	0.008**

Note: * is p-value < 0.05, ** is p-value < 0.01

In table 10, the reason to purchase has the effect on customer satisfaction (F = 3.881, Sig. = 0.002). Considering each dimension of the reason to purchase, cost-saving has a higher effect on customer satisfaction than station location and reduce travel time. The frequency of using Skytrain each day does not affect customer satisfaction (F = 2.308, Sig. = 0.076). The ticket types have the effect on customer satisfaction (F = 3.548, Sig. = 0.015). Considering each ticket type, Rabbit card users are more satisfied with Skytrain system than those buying a one-trip ticket. Channels to buy a ticket have an effect on customer satisfaction (F = 4.126, Sig. = 0.001). Considering each channel to buy a ticket, Rabbit line pay has a higher effect on customer satisfaction than private companies' vending machines. The amount of money put in Rabbit cards has an effect on customer satisfaction (F = 4.662, Sig. = 0.001). Considering each level of the amount of money put in Rabbit cards, the range of 501-1,000 baht has less effect on customer satisfaction than the ranges of 100-250 baht, 251-500 baht, and more than 1,000 baht. The influencers have an effect on customer satisfaction (F=4.008, Sig. = 0.008). Considering each influencer, friends and internet channels have higher effects on customer satisfaction than their own. Therefore, **H2 is true.**

H3: Skytrain operation with the SCOR model has a relationship with customer satisfaction.

Table 11 Relationship between Skytrain operation and customer satisfaction

Skytrain operation	Customer satisfaction				
	Cost saving	Time saving	Comfort	On-time	Safety
Plan	.283**	.462**	.465**	.358**	.445**
Source	.315**	.451**	.466**	.457**	.566**
Make	.276**	.358**	.477**	.434**	.496**
Deliver	.168**	.466**	.490**	.455**	.475**
Return	.269**	.296**	.282**	.372**	.277**

Note: all p-values in this table are 0.000.

In Table 11, all five elements of skytrain operations have a significant relationship with all dimensions of customer satisfaction at 0.000 of p-value (at the significance level of 0.001). The results of the correlation coefficient (r) are ranked as follows. Plan has moderate positive correlation with comfort ($r = 0.465$), time saving ($r=0.462$), and safety ($r=0.445$). Source has moderate positive correlation with safety ($r=0.566$), comfort ($r=0.466$), and on-time ($r=0.457$). Make has moderate positive correlation with safety ($r=0.496$), comfort ($r=0.477$), and on-time ($r=0.434$). Deliver has moderate positive correlation with comfort ($r=0.490$), safety ($r=0.475$), and time-saving ($r=0.466$). Return has weak positive correlation with on-time ($r=0.372$), time saving ($r=0.296$) and comfort ($r=0.282$).

In addition, Skytrain operation has a moderate positive correlation with customer satisfaction ($r = 0.472$) at the significance level of 0.001.

Thus, **H3 is true**. Skytrain operation has a relationship with customer satisfaction.

Discussion and Managerial Implication

This research collects the profiles of students studying in undergraduate programs at the University. The responses come from male and female students attending different levels of the programs. Their grades in the University quite vary person by person. Their daily expenses are about 201-300 baht. Transportation fees can be a big part of these expenses. Students who live in Amphoe Mueang in Pathumthani province are relatively close to Rangsit station and Lak hok station. They can take the Skytrain to downtown or other places near the stations.

The data of purchase decision show that the respondents want to reduce travel time by taking the Skytrain. However, the Skytrain cannot take them to all destinations, so they also need to get on other vehicles such as minibus, motorcycles. Most respondents choose to buy one-trip tickets. They do not want to pay too much for transportation fees at one time because they need to buy other kinds of stuff. Rabbit line pays as the top three of the respondents' responses is a new way to put money into the Rabbit card. This is very convenient for Line program users. The respondents do not want to put money more than 500 baht in the card. This answer can support the research result of their card-type selection. The influencer of using the Skytrain is himself or herself.

Skytrain operation in this study explained by the SCOR model's concept is scored at a high level. All dimensions of Skytrain operation comprising plan, source, make, deliver, and return are also scored high. The details are as follows. The plan for Skytrain route quite reaches all crucial destinations of Pathumthani and nearby provinces. The sourcing of trains and stations is evaluated as a relatively good process. The operator uses modern trains in service and has all of the main service units in the station. The additional opinions of some respondents are that the service from the staff is quite impressive. This can imply that they have high discipline and are well trained. The delivery process of the Skytrain system is quite smooth. This means that the timetable contains the right departure time, and the number of trains matches the number of passengers all day. The process of changing and refunding tickets is acceptable for passengers.

Customer satisfaction is at a high level. All dimensions of customer satisfaction also are at a high level and above. Time-saving is scored at the highest level. Because travel time decreases, students can wake-up late or have more time to do other activities. Other dimensions get a high level. The passengers on the train and in the station feel safe. The train speed is not too fast to be dangerous. The station has enough security guards to inspect at the entrance. The passengers feel comfortable when they travel on the train. This can imply that the cabins' temperature is comfortable, seats are comfortable, and standing spaces on the train are enough.



The trains arrive and depart from the station at the right time, especially peak hours. Interestingly, the passengers can save money for traveling on Skytrain comparing with other transportation services. It can decrease the transit points during their journey. This research study also reveals the effects of personal profiles, purchase decision, and Skytrain operations on customer satisfaction. Considering personal profiles, the year of study, especially the second-year students, affects customer satisfaction. The students at this level said that the Skytrain construction would finish soon so that they can take the Skytrain to the University and downtown areas. On the opposite, the students in the third and fourth years are likely no chance to use it because they almost graduate. Dimensions of the purchase decision, except the frequency of using SkyTrain each day, affect customer satisfaction. This means the Skytrain service operator can introduce the marketing program that fits the passengers' purchasing decision. The operator needs to promote how much passengers can save money with Skytrain services. Many passengers use Rabbit cards. Increasing the channels for putting money on the card is still important. The benefit of this card is able to pay for many products and services. Most students are willing to put money in the card less than 500 baht. So, the marketing promotion should be within these passengers' budgets. The influencers of this service are themselves. So, the advertisement should be direct to the current and potential passengers. After deciding to use the Skytrain service, they seem to keep using the service for a long time.

The respondents also give other opinions. Regarding ticket prices, they think that it is too expensive. So, the operator should provide special offers if the ticket prices still do not change. Some respondents want to have more services at the Skytrain station. For example, more parking lots should be arranged. It is important that the stations having many passengers a day need to build the parking facilities nearby. This can reduce traffic congestion around the station area. Pickup services are important for students or other passengers. The Skytrain operator should work closely with the pickup drivers or minibusses to flow the passengers in and out of the station. They also want the Skytrain line extended to Thammasat University (Rangsit Campus). This can increase the number of passengers a day.

Limitations and Further Research Directions

This study is sectional research as one period of time for data collection. Some researchers can do longitudinal research. They can reveal the trend of changing in the main factors impacting customer satisfaction. Some findings of this research study cannot be used with other Skytrain lines as the data are collected from students in Pathumthani province who will use the dark red line Skytrain. Other researchers focusing on customer satisfaction can use the same approach to study other Skytrain lines or different transportation modes. Further study can use qualitative research techniques. An in-depth interview is a useful tool. Transportation service operators can implement the right strategies to increase customer satisfaction.

REFERENCES

- Bangkok Smartcard System. 2020. *About rabbit card* (Online). <https://rabbit.co.th/about-rabbit-cards-2>, November 1, 2020.
- Bavarsad, B., A.H. Azizi and F.J. Alesadi. 2013. "Study of relationship between supply chain management strategy with logistics performance and organizational performance." *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* 4(9): 1308-1317.
- BLT Bangkok. 2019. *Hua Lamphong and Bangkhae stations are ready to open in 2019* (Online). www.bltbangkok.com/bangkok-update/4738/, October 10, 2020.
- Chow, G., T.D. Heaven and L.E. Henrikson. 1994. "Logistics performance: Definition and measurement." *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management* 24(1): 17-28.
- Coyle, J.J., R.A. Novak, B. Gibson and E.J. Bardi. 2010. *Transportation : A supply chain perspective*. 7th ed. Ohio: South-Western College.
- El Hajjar, S. 2017. "Normality test, descriptive analysis, and reliability & construction validity." *Center of Statistical Analysis*: 6.
- Forslund, H. 2011. "The size of a logistics performance measurement system." *Facilities* 29(3): 133-148.



- Hair, J.F. Jr, Black, C.W., Babin, J.B., Anderson, R.E. & Tatham, L.R. 2006. *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. New Jersey: Pearson.
- Huapood. 2020. *Table of the comparison of one-trip ticket fees* (Online).
<https://www.huapood.com>.
- Kotler, P. and Keller, K. L. 2016. *Marketing management*. 15th ed. Essex: Pearson Education.
- Piriyakul, M. and C. Kerdpitak. 2011. "Mediation effects of logistics performance on collaboration and firm performance of palm oil companies: PLS path modeling." *Journal of Management and Sustainability* 1(1): 90-98.
- Maple Tech. International. 2020. *Sample size calculator* (Online).
<https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html>, July 16, 2020.
- Marr, B. 2012. *Key performance indicators (KPI): The 75 measures every manager needs to know* (*Financial Times Series*). New Jersey: FT Press.
- Meghanathan, N. 2016. "Assortativity analysis of real-world network graphs based on centrality metrics." *Computer and Information Science*, 7.
- Realist Solution. 2018. *Red-line skytrain update 2018* (Online). <http://www.realist.co.th>, October 21, 2020.



การจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน
OTOP นวัตวิถี

Management of Tourism Community Participation to “NAWATWITHI”
OTOP Community Tourism Project

สราลี กิตติยากร¹ เฉลิมพร เย็นเยือก²
Srali Kitiyakara¹ Chalernporn Yenyuak²

¹หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Master of Public Administration, Rangsit University, Thailand

Tel. 02-997-2222 E-mail:natkitta98126@gmail.com

²รองคณบดีฝ่ายวิชาการ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยรังสิต

²Deputy Dean of Academic, Institute of Public Administration and Public Policy, Rangsit University, Thailand

Tel. 08-1591-5119 E-mail : chalernporn.y@rsu.ac.th

(Received: October 4, 2020 ; Revised: November 30, 2020 ; Accepted: December 8, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) บริบทด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOp นวัตวิถี บ้านศรีวังทดและ 2) กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOp บ้านนวัตวิถี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ และ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญ จำนวน 10 ราย คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ประกอบการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้กำหนด

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านศรีวังทด มีบริบทด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นจากลักษณะทางกายภาพ โดยมีศักยภาพสำคัญด้านการท่องเที่ยวชุมชนนวัตวิถี คือ ด้านที่พัก ด้านเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ และ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นจุดเด่นคือความเป็นธรรมชาติเป็นสำคัญ ส่วนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOp นวัตวิถี ประกอบด้วยแนวทางสำคัญ 3 ประการคือ 1) การมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนา และ 3) การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันกำหนดตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรมเพื่อใช้เป็นแนวทางการประเมินผลระดับการมีส่วนร่วมที่ครอบคลุมตามข้อสรุปแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในลำดับต่อไป

คำสำคัญ: โครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOp นวัตวิถี, การมีส่วนร่วม

Abstract

This study aimed 1) to study the tourism contexts of “Nawatwithi” OTOP community tourism project; 2) to investigate the participatory process of Community-based tourism through the project. This study employed the qualitative research approaches including related literature review along with the in-dept interviews with 10 key informants who were involved in the community i.e., public, private sectors and civil society. and analyzed using descriptive. The results were analyzed and discussed according to the research objectives.

The results of the study revealed that the tourism context can be physically differentiated from other tourist attractions. The significant potential for tourism in the “Nawatwithi” OTOP community is ranged from accommodation and travel routes, particularly tourist attractions which are dominant in its primitive nature. In terms of community tourism participation in the project consisted of three aspects; 1) participation in planning development 2) participation in working progress and; 3) Participation in monitoring and evaluating process. These practices were proposed to co-create from the collaboration of key relevant entities to develop concrete indicators as guidelines to evaluate a comprehensive level of participation based on the guideline summary for effective development.

Keywords: “Nawatwithi” OTOP community project, Participation

บทนำ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 -2564) มีวัตถุประสงค์สำคัญในการจัดทำแผนฯ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยยังคงบทบาทการเป็นสาขาหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ประกอบกับปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลาแห่งการปฏิรูปเพื่อให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยประชาชนทุกภาคส่วนของสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิรูปสาระสำคัญของแผนฯ ที่ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และ

การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2, 2560)

จากการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติในระดับประเทศแบบองค์รวมไปสู่การพัฒนาในระดับภูมิภาค และระดับจังหวัด ตามนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐที่เน้นให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมกันทำงานแบบบูรณาการร่วมกันภายใต้กลไกที่กำหนดตามนโยบายฯ มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มี คุณภาพ มาตรฐาน สะอาด และปลอดภัย สร้างการเชื่อมโยงชุมชนในพื้นที่ บูรณาการสินค้า OTOP ร่วมกันในชุมชนและสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนกับเมืองรองและเมืองหลัก เข้าไว้ด้วยกัน โดยตั้งเป้าหมายสำคัญเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนเพิ่มขึ้น ด้วยการสนับสนุน ช่วยเหลือผู้ผลิตสินค้า OTOP ในการพัฒนาสินค้าตามภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิต และส่งเสริมการตลาดแก่ผู้ผลิต โดยคาดหวังให้การมีส่วนร่วมในการยกระดับศักยภาพชุมชนตามนโยบายด้านการท่องเที่ยว จะนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานราก พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น คนมีความสุขในชุมชนของตนเอง ตลอดจนสร้างชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนสืบไป (Community Development Department, 2017) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาในพื้นที่ชุมชนบ้านศิรีวงกต จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีพื้นที่เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย มีสภาพเป็นเมืองขนาดใหญ่ มีทำเลที่ตั้งอยู่ติดกับเมืองท่า คือ จังหวัดหนองคาย ถือเป็นประตูเข้า-ออก ระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีคำขวัญประจำจังหวัดอุดรธานีที่แสดงให้เห็นถึงดินแดนที่มีอารยธรรมเก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก คือ "หนองประจักษ์คู่เมือง ลือเลื่องธรรมะ อารยธรรมบ้านเชียงมรดกโลกห้าพันปี ธานีผ้าหมี่ขิด ธรรมชาติเนรมิตรทะเลบัวแดง" ด้วยความสมบูรณ์ของแหล่งน้ำ และธรรมชาติทำให้จังหวัดอุดรธานีกลายเป็นเมืองศูนย์กลางในการตั้งถิ่นฐาน และการพัฒนาในทุกด้านโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ซึ่งจากความพร้อมทั้งทางสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ และ ธรรมชาติในพื้นที่ที่มีความสมบูรณ์ดังกล่าว จึงได้มีการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม ซึ่งหมายถึง การพัฒนา OTOP รูปแบบใหม่ โดยให้จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการอยู่ภายในชุมชน เป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน โดยนำเอกลักษณ์อันทรงคุณค่า ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในชุมชนมาแปลงเป็นรายได้ ทำให้เกิดรายได้กระจายอยู่ภายในชุมชน สร้างชุมชนเข้มแข็งทุกคนพร้อมเป็นเจ้าของทำให้ลูกหลานไม่ต้องออกไปหารายได้จากภายนอกชุมชน ปัจจุบันจังหวัดอุดรธานี มีความพร้อมด้านศักยภาพต่าง ๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การค้า การคมนาคม การศึกษา และการท่องเที่ยว ด้วยการเป็นเมืองประวัติศาสตร์ โบราณคดี และการมี วัฒนธรรม อารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของภูมิภาค และประเพณีสำคัญที่ชุมชนในพื้นที่ได้ปฏิบัติสืบทอดมายาวนาน ซึ่งการดึงศักยภาพนั้นมาเป็นจุดเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ ดังกล่าวต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการร่วมกันขับเคลื่อนให้เกิดขึ้น

ผู้วิจัยมีเจตนาประเมินในการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชน ผ่านโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี หมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี สำหรับการนำไปต่อยอดการบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเหมาะสม สู่แนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี โดยการมีส่วนร่วมในที่นี้ ผู้วิจัยหมายถึงกระบวนการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชน ในทุกระดับสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ตามที่ชุมชนได้ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงร่วมกันควบคุมติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการที่ได้ร่วมริเริ่มไว้ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนโดยตรงและสาธารณประโยชน์อย่างยั่งยืนโดยภาพรวมต่อไป โดยคาดว่าประโยชน์ที่จะได้รับจากผลการศึกษารั้งนี้ จะสามารถใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อวางแผนเพิ่มประสิทธิผลโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีจากการมีส่วนร่วมของชุมชน และ เป็นข้อเสนอเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาบริบทด้านการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี บ้านคีรีวงกต จังหวัดอุดรธานี
- 2 เพื่อศึกษาการจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการจัดการการมีส่วนร่วม

Denhardt & Denhardt (2015) ได้เสนอการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายจะทำให้เกิดการตัดสินใจที่ตอบสนองต่อค่านิยมสาธารณะและความเข้มแข็งของชุมชน อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาความขัดแย้ง สร้างความไว้วางใจ และยังเป็นการชี้แจงให้ความรู้แก่ประชาชนอีกด้วย อันจะส่งผลต่อการตอบสนองที่ดี จากผู้มีส่วนร่วมที่มีความกระตือรือร้น อีกทั้งการศึกษาของ Yang & Callahan (2007) ที่เสนอว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมคือทัศนคติของผู้บริหารภาครัฐ ที่ให้ความสำคัญกับค่านิยมการมีส่วนร่วม โดยผู้บริหารที่เห็นถึงความสำคัญและรับรู้ต่อการยึดมั่นในการมีส่วนร่วมของประชาชน ภายใต้การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องการมีส่วนร่วม ก็จะนำไปสู่ผลลัพธ์การมีส่วนร่วมที่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด นอกจากนี้ Siriprakrob (2019) ได้ให้ความเห็นว่า ในทศวรรษที่ผ่านมา เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการมีส่วนร่วมของพลเมืองที่ต้องให้พลเมืองสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างครบถ้วน แสดงออกถึงความโปร่งใสในการบริหารงานภาครัฐ ซึ่งมีช่องทางต่างๆ อาทิ การประชุมออนไลน์ การใช้เครือข่าย

ออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอจากประชาชน สร้างความสัมพันธ์และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากประชาชนได้ใช้รากฐานชุมชนนิยม (Communitarianism) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เน้นให้ประชาชนเห็นถึงผลประโยชน์สาธารณะที่ชุมชนจะมีส่วนร่วมกัน โดยให้ความสำคัญกับแนวคิดการร่วมกันผลิต (Coproduct) แทนที่จะให้ภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการฝ่ายเดียว ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมสำคัญในขั้นตอนสำคัญคือ การร่วมกันวางแผน ร่วมกันปฏิบัติตามแผน และร่วมกันติดตามประเมินผลตามแผนนั้น เพื่อนำมาสู่การปรับปรุงแผนร่วมกันต่อไป ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ได้เน้นขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นเป็นสำคัญ

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว

Pearce (1989) ได้เสนอมิติว่าด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวในมุมมองที่แตกต่างกัน 4 มิติด้วยกัน คือ

1) การพัฒนาในมิติเศรษฐกิจ เป็น กระบวนการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องยาวนาน มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อลดหรือขจัดปัญหาความยากจน การว่างงาน การกระจายรายได้ พร้อมกับมีการเปลี่ยนแปลงสวัสดิการของสังคมไปในทางที่ดีขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าที่มีอยู่ให้คุ้มค่าที่สุด หรือให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2) การพัฒนาในมิติของความทันสมัย ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 เป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ แบบดั้งเดิมสู่การทำกิจกรรมแบบชาญฉลาด เปลี่ยนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบดั้งเดิมให้เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ชาญฉลาด เปลี่ยนการบริการต่างๆแบบดั้งเดิมไปสู่การบริการที่มีมูลค่าสูง และเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ การวิจัยและพัฒนา และอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3) การพัฒนาในมิติด้านความเท่าเทียม โดยเน้นจัดการกับความเหลื่อมล้ำและสร้างความสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมและสังคม ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่ถือเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการผลิตของประเทศให้กลายเป็นประเทศที่มีรายได้สูงไปสู่เศรษฐกิจที่ภาคส่วนต่างๆ ทุกระดับได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและมุ่งเน้นการเติบโตและการพัฒนาอย่างเข้มแข็ง

4) การพัฒนาในมิติการสร้างสรรค ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่สะท้อนการบูรณาการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นออกแบบระบบเศรษฐกิจฐานคุณค่า ด้วยการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ บูรณาการอย่างสร้างสรรค์ โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือประเทศไทยหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลางและผลักดันประเทศเข้าสู่ประเทศที่มีรายได้สูง ทั้งนี้ จะสามารถบรรลุผลได้ด้วยการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบันของไทย 5 อุตสาหกรรมแรก ประกอบด้วยอุตสาหกรรมยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ การแพทย์มูลค่าสูงและการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ และ

อาหาร นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริม 5 อุตสาหกรรมใหม่ซึ่งรวมถึงหุ่นยนต์ การบินและโลจิสติกส์ เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมดิจิทัลและศูนย์การแพทย์ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพที่จะประสบความสำเร็จ

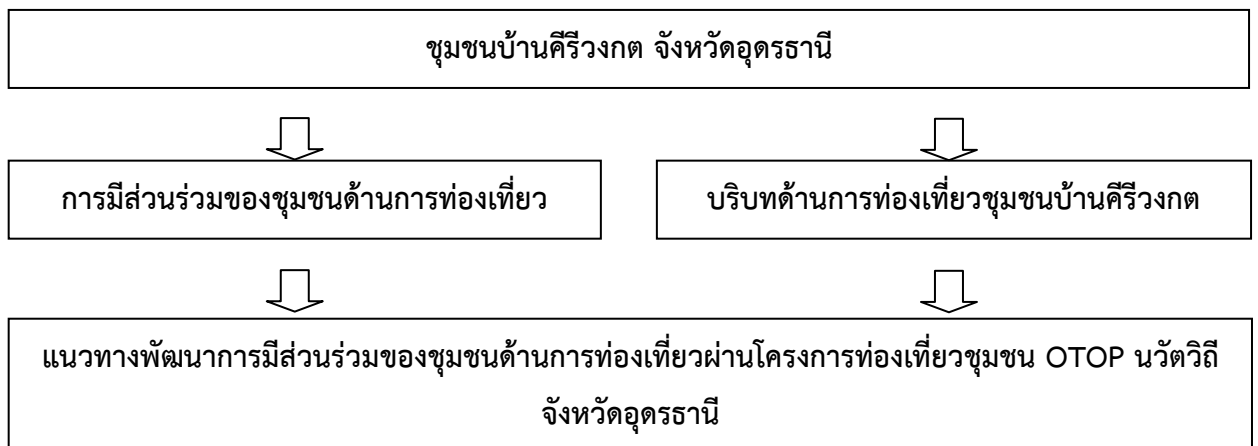
จึงกล่าวได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน ถ้าการพัฒนาขาดลักษณะใดลักษณะหนึ่งดังกล่าวจะเป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบหนึ่งที่มีความหมายใกล้เคียงกับการพัฒนาเท่านั้น โดยการพัฒนาจะมีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างการออกไป ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ร่วมกันกำหนด จากความหมายดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในการศึกษาคั้งนี้ หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างเป็นระบบสัมพันธ์กันด้านการท่องเที่ยวไปในทิศทางที่ดีขึ้น โดยมุ่งแนวทางปฏิบัติที่เน้นคุณค่าของภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นและปลูกฝังแนวความคิดที่ยั่งยืนให้กับคนในท้องถิ่น ให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้มีการบูรณาการไว้ในกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) รวมทั้งนโยบายประเทศไทย 4.0 ดังนั้นแผนงานและแผนงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐจึงถูกกำหนดให้สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว และสัมพันธ์กับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้เน้นพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยขั้นพื้นฐานที่มีอยู่ในชุมชน อันเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ ที่ตระหนักว่าการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว จะส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงหลักการตลาด ที่ให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังควรเน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกิดจากการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและศักยภาพของชุมชนด้านการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริงแล้ว การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นก็จะส่งผลต่อประชาชนในชุมชน ลดความยากจน ลดการว่างงานและลดความไม่เท่าเทียมกันจากการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างคุ้มค่า

แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม ถือเป็นแนวความคิดแบบการปฏิบัติการทางสังคม เป็นแนวคิดที่เกิดจากหน่วยงานภาครัฐที่มีความพยายามปรับปรุงแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมในรูปแบบการมีส่วนร่วมในการวางแผนและปฏิบัติการ เช่น การปฏิรูปที่ดิน การสหกรณ์ การพัฒนาชนบท เป็นต้น และเรียกวิธีการนี้ว่าการพัฒนา นำมาสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นแนวคิดที่องค์การสหประชาชาตินำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่กล่าวมาแล้วในเรื่องความเป็นมาของการพัฒนา กล่าวคือ การให้คนและกลุ่มคนในชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและเป็นผู้ได้รับผลของการพัฒนาตามหลักการและวิธีการพัฒนา

ชุมชน โดยประเทศไทยได้เน้นการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในสังคมเป็นสำคัญเพื่อร่วมกันดำเนินโครงการต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมที่หลากหลาย และแตกต่างกันไปตาม ความเข้าใจและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจจะมองทั้งในแง่ของแนวคิด หลักการ กระบวนการและวิธีการปฏิบัติ อาทิ การมีส่วนร่วมของประชาชนในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนาตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ ได้แก่ การวางแผน การตัดสินใจการดำเนินงาน การบริหารจัดการ การติดตามประเมินผล ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น การมีส่วนร่วมของประชาชน (public participation) หมายถึง การกระจายโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและการบริหารซึ่งเกี่ยวกับการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ โดยการให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นให้คำแนะนำ ปรึกษาตลอดจนควบคุมโดยตรงจากประชาชน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักแนวคิด ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นแนวคิดที่สร้างการทำงานเป็นทีม สร้างความสามัคคี เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการดำเนินงาน และขั้นตอนต่าง ๆ จะต้องนำแนวคิดการมีส่วนร่วมเข้าไปสนับสนุน ดังที่ Yavaprabhas (2014) เสนอว่า การมีส่วนร่วมในผู้ปฏิบัติที่ไม่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับนโยบายอาจจะนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง ไม่บิดพลิ้ว แต่หากนโยบายที่ขัดกับความรู้สึกพื้นฐาน หรือผลประโยชน์ของผู้ปฏิบัติ อาจจะทำให้ไม่เต็มใจปฏิบัติ และอาจบิดเบือนให้เป็นไปในแนวทางที่ต้องการ ดังนั้น การศึกษาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินนโยบายซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยศึกษาจากกลุ่มประชาชนที่มีส่วนร่วมในผลประโยชน์จากนโยบายร่วมกันนั้น จะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ที่มา: ผู้วิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนบ้านศิรีวงกต จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเหตุผลที่เลือกศึกษาจากชุมชนจังหวัดอุดรธานี เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว และ แหล่งรายได้จากแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2557-2559 จังหวัดอุดรธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 1,941,219 คน และ 2,127,343 คน และ 2,592,009 คน ตามลำดับ โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 6,358 ล้านบาท และ 7,275 ล้านบาท และ 7,423 ล้านบาทตามลำดับ (Department of Tourism, 2561) และยังมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐจากหน่วยงานกรมพัฒนาชุมชน และ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ขอบเขตการวิจัย

พื้นที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือพื้นที่ชุมชนบ้านศิรีวงกต จังหวัดอุดรธานี โดยใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือน พฤศจิกายน 2561 ถึง มีนาคม 2562 เนื่องจากเป็นช่วงที่บ้านศิรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานีได้รับงบประมาณต่อเนื่องในการพัฒนาตามโครงการ OTOP นวัตวิถี

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี และนักวิชาการที่อยู่ในพื้นที่ศึกษาและมีความเกี่ยวข้องกับโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ในด้านการจัดการท่องเที่ยว การบริหารพื้นที่ท่องเที่ยว จำนวน 10 คน ประกอบด้วยนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวจำนวน 2 คน หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี อำเภอนายูง พัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น จำนวน 6 คน หน่วยงานภาคเอกชน คือ บริษัทประชารัฐจังหวัดอุดรธานี ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำนวน 2 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์จัดกลุ่ม และนำข้อมูลที่ได้มาหาแนวทาง พัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมด้วยการลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมชมและหาข้อมูลภายในชุมชนบ้านศิรีวงกต และ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด สัมภาษณ์แต่ละครั้งได้มีการบันทึกคำสนทนาเป็นลายลักษณ์อักษร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้ในการวิจัยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แหล่งสำคัญคือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จากเอกสารวิชาการ แหล่งข้อมูลวิทยานิพนธ์ และ แหล่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้ง 10 คน โดยยึดหลักข้อมูลที่สัมภาษณ์ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยก่อนลงพื้นที่ได้ขออนุญาตด้วยวาจา กับผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่านแล้วและได้รับอนุญาตให้เข้าสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสารและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก วิเคราะห์เนื้อหาตามรูปแบบของการวิเคราะห์อุปนัย คือ การตีความสร้างข้อสรุปจากการที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ แล้วสรุปพร้อมนำเสนอผลการวิจัยโดยการพรรณนา

ผลการศึกษา

ด้านบริบทการท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านศรีวงกต จังหวัดอุดรธานี มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา ท่ามกลางพื้นที่รอยต่อ 3 จังหวัด คือ จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย และจังหวัดอุดรธานี โดยอยู่ห่างจากอำเภอเมืองอุดรธานีประมาณ 140 กิโลเมตร ล้อมรอบด้วยทิวเขาที่อุดมสมบูรณ์ของอุทยานแห่งชาติ น้ำโสมนาญ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสำคัญ คือ น้ำตกห้วยช้างพลาย ที่สวยงามเป็นแหล่งน้ำที่ประชาชนในหมู่บ้านได้ใช้ประโยชน์ในการทำอาชีพเกษตรกรรมตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีรูปแบบเป็นชุมชนท่องเที่ยวโฮมสเตย์ที่ยังคงรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมเป็นเอกลักษณ์สำคัญไว้ได้อย่างดี มีกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน ได้เรียนรู้ชุมชน และได้ท่องเที่ยวหมู่บ้านที่ยังคงความสมบูรณ์ของธรรมชาติ การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านศรีวงกตเกิดจากคนในชุมชนร่วมมือกันบริหารจัดการ โดยร่วมกันจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นธรรมชาติ อาทิ การนั่งรถอีแต๋นลุยน้ำชมธรรมชาติผ่านลำธาร ฟุงนา และป่าเขา ถือเป็นการเปิดประตูต้อนรับเพื่อนบ้าน และนักท่องเที่ยวจากทุกพื้นที่ ให้รู้จักกับชุมชนบ้านศรีวงกต ที่เกิดจากความร่วมมือร่วมใจจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ และชาวชุมชน ที่ตั้งใจนำเสนออัตลักษณ์ และวิถีถิ่น ผ่านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร การแสดงท้องถิ่น การสาธิตการทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่สามารถนำไปต่อยอดเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง

ของจังหวัดอุดรธานี รวมถึงเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชน กับการตลาดท่องเที่ยวทั้งแบบออนไลน์ กับภาคธุรกิจในระดับอันจะเป็นการนำมาซึ่งรายได้ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืนของประชาชนในชุมชน (สุพจน์ วงศ์วิวัฒน์ นายอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี สัมภาษณ์วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2562)

ชุมชนบ้านศรีวังเกต มีเอกลักษณ์วิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนที่ปฏิบัติตามวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบดั้งเดิม ดำรงอาชีพหลักด้วยการทำเกษตรกรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ ภายในชุมชนได้มีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนด้านเกษตรผสมผสาน และการจัดตั้งกลุ่มอาชีพที่เกิดจากการรวมตัวกันของประชาชนในชุมชนที่มีความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ อาทิ กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้า กลุ่มไม้กวาด กลุ่มแปรรูปกล้วย และ กลุ่มเลี้ยงปูหิน และยังมีบริการที่พักให้เลือกหลายแบบ ทั้งโฮมสเตย์ รีสอร์ท และกางเต็นท์ เน้นวิถีท้องถิ่นดั้งเดิม (จิรนนท์ สีรอด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 6 กุมภาพันธ์ 2562)

ในฤดูหนาวมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยว สัมผัสบรรยากาศหนาวและชื่นชมกับหมอกในยามเช้า รับประทานอาหารเป็นเมนูข้าวป่าแบบฉบับของชาวบ้าน ที่ได้นำข้าวเหนียวมานึ่งใส่กระบอกลูกไม้ไฟ เวลารับประทานจะได้รสชาติของกิ้นข้าวป่า แหล่งท่องเที่ยวบ้านศรีวังเกต เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เพราะบรรยากาศจะแตกต่างกันไปในแต่ละฤดู โดยชุมชนบ้านศรีวังเกตมีจุดยืนสำคัญคือจะไม่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามกระแส เพื่อป้องกันระบบนิเวศเสียหาย และรักษาความเป็นธรรมชาติและเอกลักษณ์ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ไม่ให้ถูกทำลายไปเหมือนพื้นที่ท่องเที่ยวบางพื้นที่ที่มีการพัฒนารับนักท่องเที่ยวจนกระทั่งความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมและความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมสูญหายไปจนยากที่จะกลับมาเป็นเหมือนเดิม (จิรนนท์ สีรอด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 6 กุมภาพันธ์ 2562)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ชุมชนบ้านศรีวังเกต มีศักยภาพสำคัญด้านการท่องเที่ยวชุมชนวิถี คือ ด้านที่พัก ที่คงรักษาไว้ซึ่งสถานที่พักที่เป็นธรรมชาติแบบวิถีชาวบ้าน ไม่ได้มีการต่อเติมหรือก่อสร้างบ้านพักเพิ่มเติมแต่อย่างใด ด้านเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนด้วยรถอีแต๊ก ที่เป็นรถท้องถิ่นที่ประชาชนในชุมชนใช้สัญจรไปมาระหว่างหมู่บ้านหรือระหว่างชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจที่เป็นอาหารและธรรมชาติที่ยังคงความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง และ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นจุดเด่นคือเน้นกิจกรรมที่มีความเป็นธรรมชาติเป็นสำคัญ อาทิ กิจกรรมการทำอาหาร กิจกรรมการฝึกอาชีพจากงานฝีมือ

การจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย (วัฒนา พุฒิชชาติ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 6 กุมภาพันธ์ 2562) สรุปได้ว่า หากจัดลำดับการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านคีรีวงกต จังหวัดอุดรธานี ที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด จะเป็นด้านการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผนพัฒนา และ ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามผลการดำเนินการตามแผนพัฒนา ตามลำดับ

ทั้งนี้ ได้นำเสนอแนวทางการจัดการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ตามแนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมที่สำคัญในแต่ละขั้นการมีส่วนร่วม โดยได้รับความร่วมมือร่วมใจจากประชาชน ในพื้นที่บ้านคีรีวงกตเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งบ้านคีรีวงกต ที่มี 2 หมู่บ้าน คือ หมู่ 4 และ หมู่ 8 โดยทั้งสองหมู่บ้านจะได้รับประโยชน์ร่วมกันในเรื่องของการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรร่วมกันในการรับนักท่องเที่ยว โดยแต่ละหมู่บ้านจะดูแลนักท่องเที่ยวเรื่องการเดินทางและที่พัก ที่ทั้งสองหมู่บ้าน มีผู้นำที่มาร่วมมือกันส่งเสริม และพัฒนาให้หมู่บ้านมีความพร้อมมากยิ่งขึ้น มีความสมบูรณ์ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และยังได้รักษาสภาพให้คงเดิมไว้ให้มากที่สุด และยังมีโอกาสที่ดีที่ได้รับสนับสนุนงบประมาณตามนโยบายของรัฐบาลนับเป็นความโชคดีของบ้านคีรีวงกตที่ดำเนินกิจกรรมหมู่บ้าน OTOP นวัตวิถี

นอกจากนี้ ในชุมชนยังได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดแผน และกิจกรรมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านประชาคมหมู่บ้าน เพื่อให้คนในชุมชนแสดงความคิดเห็น ในเรื่องของการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดให้งบประมาณมาดำเนินการ ซึ่งทุกอย่างสามารถสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ประชาชนเป็นผู้มีส่วนร่วมสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการพัฒนาหมู่บ้านของตนเองให้ประสบความสำเร็จ (สุเทพ พจน์พิสิทธิ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2562)

โดยประชาชนในชุมชนจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากหลายๆส่วน เช่น ในเรื่องของการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว อาทิ ด้านการเดินทางด้วยการนั่งรถอีแต๊กไปท่องเที่ยวตามลำห้วยต่างๆ และการรับประทานอาหารตามแหล่งธรรมชาติ ซึ่งจะต้องมีความพร้อมด้านการเดินทางเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว และบุคลากรที่จะช่วยพานักท่องเที่ยวไปสถานที่ท่องเที่ยว และผู้ทำหน้าที่ประกอบอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว และหมู่บ้านที่มีการจัดวางขายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว มีหลายกลุ่มในหมู่บ้านที่ได้รับประโยชน์จากจุดนี้ และเป็นการกระจายรายได้โดยทั่วถึงทั้งสองหมู่บ้านให้ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน (นรินทร์ อนันทวรรณ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 กุมภาพันธ์ 2562)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย การมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี บ้านคีรีวงกต จังหวัดอุดรธานี คณะผู้วิจัยนำผลการศึกษาที่ได้มาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ได้ 2 สำคัญ ประเด็น ดังนี้

บริบทการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี บ้านคีรีวงกต จังหวัดอุดรธานี โดยใช้หลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริบทการท่องเที่ยว พบว่า บริบทด้านกายภาพในพื้นที่ จังหวัดอุดรธานี มีศักยภาพสำคัญที่เป็นคือ ความสะดวกสบายในเส้นทางคมนาคม ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตามชุมชนต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสภาพภูมิประเทศของจังหวัดอุดรธานี เอื้อต่อการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวตามศักยภาพของชุมชน แต่อย่างไรก็ตามยังพบว่ามีจุดอ่อนที่สำคัญ คือ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในเขตจังหวัดอุดรธานี แต่ละแห่งยังมีระยะทางที่ค่อนข้างใช้ระยะเวลาในการเดินทางซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ไม่เสียเวลากับการเดินทางมากเกินไป ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือกันวางแผนจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้เป็นไปด้วยความเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการ

บริบทการท่องเที่ยว ที่มีความหลากหลาย อาทิ นักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์จะไหว้พระ จังหวัดอุดรธานีมีสถานที่สำคัญ คือ วัดป่าบ้านดาด ที่ตั้งอยู่ใน อ.เมือง ที่มีหลวงตามหาบัวเป็นพระที่มีปฏิปทาเป็นที่เคารพศรัทธาเลื่อมใสของพุทธศาสนิกชนในภาคอีสานโดยทั่วไป นอกจากนี้ยังมีสวนสาธารณะหนองประจักษ์ศิลปาคม ที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ และได้รับการออกแบบตกแต่งอย่างสวยงาม เกาะกลางน้ำได้จัดทำสวนหย่อมปลูกไม้ดอกไม้ประดับหลายชนิดและทำสะพานเชื่อม ระหว่างเกาะมีน้ำพุ หอนาฬิกา และสวนเด็กเล่น แต่ละวันจะมีประชาชนเข้าไปพักผ่อนและออกกำลังกายกันเป็นจำนวนมาก ทะเลบัวแดงเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอีกแหล่งหนึ่งที่มีดอกบัวสีแดงขึ้นบานเต็มบึงให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชม มีคำชะโนด ที่เชื่อกันว่าเป็นที่ตั้งของ เชื่อกันว่าบ่อ น้ำศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่กลางดงเป็นประตูสู่เมืองบาดาล เป็นที่อยู่อาศัยของพญานาค ที่แปลกคือในดงชะโนดมีน้ำซับน้ำซึมอยู่ตลอดเวลาแต่กลับไม่เคยมีน้ำท่วมเลย ส่วนแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่สำคัญ คือ บ้านนาข่า เป็นหมู่บ้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าขิดในราคาย่อมเยา อยู่ในเขตอำเภอเมือง ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 16 กิโลเมตร

ส่วนโอกาสที่ดีในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ในส่วนของผู้ประกอบการนั้นภาครัฐได้เน้นการอบรมให้ความรู้ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว มีจิตใจซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวโดยเห็นนักท่องเที่ยวเป็นเพียง “นักท่องเที่ยวขาจร” ที่มาใช้บริการสถานที่พักผ่อน หรือ ร้านอาหารเพียงครั้งเดียวแล้วจากไป จึงทำให้การให้บริการไม่เป็นไปอย่างเต็มที่ ซึ่งอาจ

ส่งผลให้เกิดข้อร้องเรียนต่างๆ เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ ภาครัฐยังได้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในแต่ละชุมชน ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่ อาทิ สถาบันการศึกษา หน่วยงานด้านการเกษตร ให้ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้ทันสมัย ซึ่งส่งผลต่อยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น ทำให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น มีอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของริชาร์ดและเรย์มอนด์ (Richards & Raymond, 2000) อธิบายถึงเรื่องการพัฒนาในสิ่งที่ท้องถิ่นมีอยู่ เป็นการใช้อยู่ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการให้มีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนมากที่สุด ส่วนอุปสรรคสำคัญคือ การเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ต่างเร่งพัฒนาจุดเด่นของตนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามหากจังหวัดอุดรธานี ได้เพิ่มแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีจุดเน้นสำคัญคือการช่วยกันดูแลทรัพยากรของการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด กล่าวคือไม่ได้ประโยชน์เฉพาะคนในยุคปัจจุบันเท่านั้น แต่ต้องเก็บทรัพยากรท่องเที่ยวไว้ให้แก่คนรุ่นหลังด้วย รวมถึงต้องมีการกระจายรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ อีกทั้งควรให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย (วัฒนา พุฒิชชาติ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 6 กุมภาพันธ์ 2562)

ดังที่ Chairatana P. & Na Thalang, C. (2017) ศึกษาเรื่องศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยใช้หลักการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านกายภาพการท่องเที่ยว, การจัดการจำหน่ายการท่องเที่ยว, บุคลากร, กระบวนการบริการ, การส่งเสริมการตลาด และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีการจัดการร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมีการวางแผนพัฒนาศักยภาพทรัพยากรร่วมกัน อาทิ ด้านวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ ด้านนันทกรรมและเทศกาลประเพณี ด้านการให้บริการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับมาก อีกทั้งอุดรธานีมีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เหมาะกับการท่องเที่ยวพักผ่อน การคมนาคมสะดวก มีการสื่อสารข้อมูลสำคัญต่างๆ ชัดเจน และสามารถพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคตได้มาก และยังมี การมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และชุมชนเข้ามามีส่วนในการตัดสินใจและร่วมกันจัดทำแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้ความเข้มแข็งต่อไป

ทั้งนี้ จากข้อมูลยังพบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีหลายแห่งยังได้ริเริ่มโครงการของตนเองในการร่วมทำงานสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยต้องทบทวนกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของตนเองและอาจลดกิจกรรมที่มีความใกล้เคียงกันมากลง และคิดค้นหากิจกรรมที่มีความแตกต่างกันเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวและ สร้างเอกลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kantapon Kaewsanga (2013) ที่ศึกษาพบว่า อำเภอพิมายมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว อันเป็นผลจากการกระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน ทำให้สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอด และการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด มีผลมาจากการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนั้นหน่วยงานต่างๆ จึงควรต้องร่วมค้นหาวิธีการ หรือ กิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยภาคเอกชนอาจใช้ศักยภาพที่เข้มแข็งของแต่ละภาค ช่วยให้การดำเนินกิจกรรมของชุมชนสามารถบรรลุเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน รวมถึงเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม โดยอาจปรับเปลี่ยนกระบวนการ/กลไกการให้บริการ ให้สามารถประยุกต์บูรณาการร่วมกันให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อประโยชน์ของตนเองและความมั่นคงและความยั่งยืนของชุมชน สังคมและประเทศ

การมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวผ่านโครงการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

จากลักษณะทางกายภาพที่สำคัญของจังหวัดอุดรธานี ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญดังกล่าวข้างต้น แต่พบว่ายังขาดการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่อาจยังท่องเที่ยวที่ยังไม่คุ้มค่าต่อการวางแผนท่องเที่ยวเท่าใดนัก แต่โอกาสที่พบคือ การตั้งใจเข้ามามีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดอุดรธานี ทั้งผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ให้การสนับสนุนเพื่อมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนในจังหวัด ดังจะเห็นได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์ที่พบว่าการมีส่วนร่วมได้มุ่งเน้นที่การวางแผนการดำเนินกิจกรรม และการติดตามผลเป็นสำคัญ นอกจากการมีส่วนร่วมดังกล่าว ผู้วิจัยยังเห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรอาศัยความทันสมัยของเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยว สามารถหาข้อมูลข่าวสารได้ จากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และศึกษาผ่านช่องทางต่างๆ (สุพจน์ วงศ์วิวัฒน์ นายอำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี สัมภาษณ์วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2562) สอดคล้องกับ Pankasem & Prachanate (2559) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดน่าน ที่พบว่า กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตั้งแต่กระบวนการมีส่วนร่วมในการ วางแผนและกำหนดรูปแบบนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จาก การให้ทุกภาคส่วนโดยเฉพาะหน่วยงานในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการใน

ท้องถิ่น ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ควรสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างกัน เพื่อส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลสภาพแวดล้อม และปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในชุมชนร่วมกัน ถือเป็นพื้นฐานสำคัญช่วยกันสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวร่วมกัน ประเด็นที่สองคือการมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดน่านเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเด็นต่อมา คือการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดน่านและการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ประเด็นที่สี่คือวิธีการดำเนินการให้ผู้ประกอบการและชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม ประเด็นที่ห้าคือบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานภาครัฐ และประเด็นสุดท้ายคือสื่อที่ใช้สื่อสารกับคนในชุมชน อีกทั้งการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการสรุปผลตอบรับจากการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Pruseit (2010) ศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารหลักสำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมและเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้เครือข่ายการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม องค์กร หรือชุมชนท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืน จึงอาจกล่าวได้ว่า หากมีการใช้รูปแบบสื่อสารที่เหมาะสม วิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารทั้งผู้รับสาร สาร และ ผู้ส่งสารได้ถูกต้อง อาจส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันและกันทั้งนักท่องเที่ยวกับประชาชนในชุมชน หรือ ระหว่างประชาชนในชุมชนด้วยกันเองได้

จากการศึกษาแนวทางทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยว ผ่านโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านศิรีวงกต จังหวัดอุดรธานี ที่พบว่าการมีส่วนร่วมที่สำคัญ 3 แนวทาง คือ 1) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนพัฒนา 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนา และ 3) การมีส่วนร่วมในการติดตามผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kasemsuk (2018) และ Creighton (2005) ที่ได้สรุปสาระสำคัญของการมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม ตัดสินใจในการปฏิบัติงาน และการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ การบูรณาการในกระบวนการตัดสินใจของภาครัฐ ผ่านกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง โดยมีเป้าหมายเพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้น อีกทั้ง Baopakdee (2009) ได้เสนอแนวทางการจูงใจเพื่อเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วม โดยเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจ จะสามารถปฏิบัติงานได้ผลดี มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน เพราะเขาจะเพิ่มความสนใจในงาน และมีความรับผิดชอบ กระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเพิ่มผลผลิตของงานให้มากขึ้น ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับการศึกษาที่สำคัญครั้งนี้ การสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดความต้องการเข้ามามีส่วน

ร่วมในกิจกรรมของชุมชนร่วมกัน โดยถ้าประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานต่างๆ ได้ร่วมคิดตัดสินใจ จะส่งผลให้ชุมชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและร่วมรับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมมากขึ้น ทำให้ประสบผลสำเร็จในการดำเนินการตามเป้าหมายนั้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen & Uphoff (1980) ที่เสนอว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่สำคัญ 4 ประการ คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินการต่างๆ ด้วยวิธีการต่างๆ และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจให้การสนับสนุนทรัพยากร และการร่วมมือกับองค์กรหรือหน่วยงานกลุ่มดำเนินกิจกรรมเฉพาะ และ 4. มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการประเมินโครงการ ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรทำการวิจัยศึกษาขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอนดังกล่าวเพิ่มเติม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Mike Mathambo Matka and Matthew Kistler. (2016) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุมชนที่ต่อเนื่อง ผลวิจัยพบว่า การพัฒนาชุมชนมีทั้งหมด 2 ด้าน คือ การพัฒนาในชุมชน และการพัฒนาจากชุมชน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงของชุมชนด้วยกัน ทั้งสองฝ่าย เราเสนอมันมีหนึ่งวิธีการ คือ การอำนวยความสะดวกในการพัฒนาชุมชนที่ต่อเนื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ด้วยบทสนทนาบรรยาย และการปฏิบัติธรรม โดยใช้เครือข่ายทางสังคมของพวกเขาในเรื่องของความสัมพันธ์และชุมชน ในการปฏิบัติและพัฒนาชุมชนนี้จะช่วยให้ชุมชนสามารถแก้ไขปัญหา และความต้องการของชุมชนได้ (การพัฒนาในชุมชน) และเพื่อเพิ่มความสัมพันธ์กับสมาชิกในชุมชน ความสามัคคี ความกระตือรือร้น และความคุ้มค่าของตนเอง (การพัฒนาจากชุมชน) การดำรงชีวิตและชุมชน ซึ่งมีความสัมพันธ์ และพฤติกรรมการจัดสรรให้เป็นสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ดีสำหรับการพัฒนาชุมชน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Mathilda van Niekerk (2013) ซึ่งได้ศึกษาการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในในประเทศแอฟริกาใต้ โดยผลการวิจัยพบว่า กระบวนการของการมีส่วนร่วมของชุมชนและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการไม่เป็นไปตามเป้าหมายนัก เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านการดำเนินงาน โครงสร้าง และวัฒนธรรม แม้ว่ากระบวนการเหล่านี้จะมีความซับซ้อนกว่าในประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่บทเรียนที่สำคัญบางอย่างสามารถเรียนรู้ได้จากการใช้ในประเทศที่ด้อยการพัฒนา เช่น แอฟริกาใต้ ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นสู่แอฟริกาใต้และเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น และภาระผูกพันตามความสมัครใจของพวกเขา เพื่อให้มั่นใจว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนและการวางแผนการท่องเที่ยวแบบบูรณาการจะเกิดขึ้นอย่างกลมกลืนและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กรณีให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าต่อผู้ปฏิบัติงาน และนักวิชาการที่มีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมของชุมชนและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น อาทิ สำนักงานการท่องเที่ยวระดับจังหวัด, องค์การบริหารส่วนตำบล, กรมการพัฒนาชุมชน ควรร่วมกันศึกษาความต้องการที่แท้จริงของชุมชนก่อนกำหนดนโยบายให้ภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ ซึ่งบางครั้งนโยบายอาจไม่ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของชุมชนได้

2) ควรสร้างเครือข่ายชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานหลักในพื้นที่ หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากภายนอกพื้นที่ให้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย หาแนวทางปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพความคุ้มค่าของการใช้งบประมาณ ทั้งนี้ บุคคลที่เป็นหน่วยงานภายนอกอาจมีแนวคิดที่มองจากข้างนอกเข้ามาข้างใน (Outside In) ที่อาจทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ประกอบการวางแผนการพัฒนาต่อไป

3) การคิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรคำนึงถึงศักยภาพที่มีอยู่และผลประโยชน์ที่จะได้รับของชุมชนเป็นหลัก และขณะเดียวกันก็สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการ และสามารถรักษานูรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างเป็นธรรมชาติได้อย่างมีคุณค่า

4) ควรศึกษาอย่างชัดเจนถึง จุดเด่น จุดอ่อนและ จุดที่เป็นโอกาสและอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยววิถีวิถีของ ชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ที่ถูกต้องเพียงพอต่อการนำไปประกอบการวางแผน ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และควรต้องมีการสื่อสารสร้างความเข้าใจให้ทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นธรรมต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เข้าใจในทิศทางเดียวกัน ส่งผลต่อการดำเนินการที่เป็นแนวทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านศิรีวงกต จังหวัดอุดรธานี และควรมีศึกษาการทำวิจัยเรื่องการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวจากทุกระดับได้อย่างเหมาะสม

2) ควรมีศึกษาเพื่อกำหนดแผนการท่องเที่ยว นวัตกรรม ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการบูรณาการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สำคัญในเส้นทางต่างๆ ที่จะเดินทางไปได้อย่างสะดวก

3) ควรศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยใช้เทคโนโลยีปัจจุบันประกอบการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยใช้กระบวนการสื่อสารในการถ่ายทอดความรู้ให้ชุมชน โดยใช้ช่องทางการสื่อสารในทุกรูปแบบที่จะสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

REFERENCES

- Baopakdee, A. (2009). Participation Theory. Retrieved from <http://www.tipa.or.th/writer/read>.
- Chairatana, P. & Na Thalang, C. (2017). Potential of Tourism Resources in Udon Thani Province. *Dusit College Journal* Vol.11 No.2 May - August 2017. Pp.124-142.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). *Participation Place in Rural Development: Seeking Clarity through Specificity*, *World Development*. New York: Cornell University Community Development Department, 2017. Retrived <https://www.cdd.go.th/>
- Creighton, J.L.(2005). *The Public Participation Handbook : Making Better Decisions through Citizen Involvement*. Jossey Bass.
- Denhardt, J.V. & Denhardt, R.B. (2015). *The new public service : Serving, not steering*. (4th ed.). New York, NY : Rlutledge.
- Department of Tourism, 2561
- Erwin, W. (1976). *Participation Management: Concept, Theory and Implementation*. Atlanta, GA: Georgia State University.
- Kantapon Kaewsanga (2013). Knowledge Management of Creative Tourism in Cultural Tuourist Attractions, Phimai District, Nakhon Ratchasima. Thesis School of Information Technology, Suranaree University of Technology, Institute of Social Technology.
- Kasemsuk, J. (2018). *Communication and Social Change*. BKK : Chulalongkorn University.
- Kasemsuk,C. (2018). Public Participation Approach for Sustainable Community Development. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*. Vol.26 No.50 (2018) (Jan.- April. 2018) pp.169-186.
- Matka, M.M. & Kistler, M. (2016). *Contiguous community development*. International Development Program, College Of Health and Social Sciences, Eastern University, USA.
- Ministry of Tourism and Sports. (2012). *Tourism Strategic Plan of 2554-2558*. Bangkok. Ministry of Tourism
- Niekerk, M. V. (2013). *Advocating community participation and integrated tourism development planning in local destinations: The case of South Africa*. University



of Central Florida, Rosen College of Hospitality Management, 9907 Universal Boulevard, Orlando, USA.

Pankasem, T. & Prachaknate, P. (2016). Participatory Communication for Promoting Creative Tourism in NAN. *National Conference 2016. Institute of and Management Innovation, National Institute of Development Administration (1 July 2016)*. Pp.155 – 176.

Pearce, D. G. (1989). *Tourist Development (2nd ed.)*. New York: Longman.

Pruseit, K. (2010). *Public relations for community's participation in promoting of cultural tourism*. Thesis Chulalongkorn University, Academic Year 2010. Degree of Master of Arts Program in Public Relations.

Richards, G. & Raymond, C. (2000). *Creative tourism*. ATLAS News, 23, 16-20.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. 4th ed. New York: The Free Press.

Siriprakrob, P. (2019). *3 Paradigms of Public Administration : Concept, Theories, and Practices*. Bangkok : Chulalongkorn printing.

Yang, K. and Callahan, K. (2007). Citizen Involvement Efforts and Bureaucratic Responsiveness: Participatory Values, Stakeholder Pressures, and Administrative Practicality. *Public Administration Review*, 67, 249-264.

Yavaprabhas, S. (2014). *Public Policy*. 10th editer. cuprint.

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2, 2560)

กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)



การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของโครงการลงทุนในธุรกิจบริการรักษาความ
สะอาด : กรณีศึกษา บริษัทมีดีพร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเมนท์ จำกัด
Cost and Sensitivity Analysis of Investment Project in Cleaning Service
Business: Case Study of Me D Property Service Management Company
Limited

จงจิตต์ แซ่ลี

Chongchit Saelee

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Lecturer, Faculty of Business Administration, Kasembundit University, Thailand

Tel: 08-4118-8214 Email: Chongchit.Sae@kbu.ac.th

(Received: September 30, 2020 ; Revised: October 12, 2020 ; Accepted: November 10, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนธุรกิจบริการรักษาความสะอาด ใน 3 รูปแบบคือ โครงการลงทุนขนาดเล็ก (อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 5 อัตรา) โครงการลงทุนขนาดกลาง(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 10 อัตรา) และโครงการลงทุนขนาดใหญ่(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 15 อัตรา) ผลการศึกษาพบว่า โครงการลงทุนขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 542,610.18 บาท 1,132,804.71 บาท และ 1,549,759.49 บาท ตามลำดับ ในส่วนของการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ในขณะที่รายได้คงที่ และกรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ในขณะที่ต้นทุนคงที่ พบว่าการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลงร้อยละ 25.52 - 59.91 และการเปลี่ยนแปลงของรายได้ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลงร้อยละ 33.47 - 70.30 แสดงว่าโครงการลงทุนมีความอ่อนไหวด้านรายได้มากกว่าด้านต้นทุน และเมื่อเปรียบเทียบกันโครงการลงทุนขนาดกลางมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านต้นทุนและรายได้น้อยที่สุด

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ต้นทุน, การวิเคราะห์ความอ่อนไหว, มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

Abstract

This research aims to study the costs and sensitivity of 3 types of investment project in cleaning service business including small investment project (with 5 maids), moderate investment project (with 10 maids), and large investment project (with 15 maids). The results revealed that Net Present Value of small investment project, moderate investment project, and large investment project was 542,610.18 baht, 1,132,804.71 baht, and 1,549,759.49 baht, respectively. For project's sensitivity analysis in the event that cost was increased by 5% and 10% while income was fixed and in the event that income was decreased by 5% and 10% while cost was fixed, it was found that cost changing decreased Net Present Value by 25.52% - 59.91%. In addition, income changing decreased Net Present Value by 33.47%-70.30%. It represented that investment project had higher level of sensitivity on income than sensitivity on cost. When comparing these projects, it was found that moderate investment project had the lowest level of sensitivity on cost and income.

Keywords: *cost analysis, sensitivity analysis, NPV*

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจด้านบริการรักษาความสะอาดเป็นธุรกิจที่จัดส่งพนักงานทำความสะอาดไปให้บริการยังสถานที่ของผู้ว่าจ้างทั้งบ้านพัก คอนโดมิเนียม ที่อยู่อาศัยและอาคารสำนักงานต่างๆ มีทั้งการให้บริการทำความสะอาดแบบชั่วคราวและแบบประจำ ปัจจุบันธุรกิจมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากผู้บริโภคทั้งภาคเอกชน หน่วยงานราชการรวมถึงรัฐวิสาหกิจต่างๆมีความต้องการจ้างพนักงานทำความสะอาดจากภายนอกแทนการจ้างพนักงานประจำเพื่อช่วยให้องค์กรสามารถควบคุมต้นทุนในการดำเนินงานได้ อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของจำนวนอาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ ห้างสรรพสินค้า ซึ่งนิยมจัดจ้างพนักงานทำความสะอาดจากภายนอก และแนวโน้มของผู้บริโภคในสังคมยุคใหม่ที่มีพฤติกรรมชอบความสะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ผู้คนที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางไปและกลับจากการทำงานค่อนข้างยาวนานทำให้ไม่มีเวลาในการทำความสะอาดที่พักอาศัยด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่ได้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มของธุรกิจบริการทำความสะอาดว่ามีการเติบโตที่ดีตั้งแต่ช่วง 2-3 ปีก่อนเกิดการวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และเมื่อภายหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ยิ่งทำให้กิจกรรมการรักษาความสะอาดเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตใหม่ นิติบุคคลและภาคธุรกิจมีการจ้างบริการจากบริษัทบริการด้านความ

สะอาดมากขึ้น จากข้อมูลพบว่าปัจจุบันมีธุรกิจทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ ที่ดำเนินกิจการอยู่จำนวน 3,143 ราย ด้วยมูลค่าทุนจดทะเบียน 6,057.70 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของบริษัท จำกัดจำนวน 2,036 ราย คิดเป็น 64.78% และธุรกิจกระจายตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 1,061 ราย มีทุนจดทะเบียนมูลค่า 2,584.78 ล้านบาท รองลงมาคือภาคกลางจำนวน 770 ราย ทุนจดทะเบียน 1,246.22 ล้านบาท ด้านรายได้พบว่าธุรกิจบริการรักษาความสะอาดและฆ่าเชื้อมีรายได้เติบโตอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2561 ธุรกิจมีรายได้มากถึง 44,682 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตถึง 22.74% ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีสัดส่วนมากถึง 99.25% ทำให้กลุ่มธุรกิจขนาดเล็กมีรายได้สูงกว่าขนาดกลางและขนาดใหญ่ โดยรวมธุรกิจมีอัตราการเติบโตของผลกำไรมากถึง 52% (Department of Business Development ,2020) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธุรกิจด้านบริการรักษาความสะอาดเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในการลงทุนภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน โดยลักษณะของการดำเนินงานของธุรกิจบริการรักษาความสะอาดจะมีความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาดในแต่ละวันจะขึ้นอยู่กับผู้ว่าจ้าง ดังนั้นรายได้ที่ได้รับจากสัญญาจ้างแต่ละที่จะแปรผันตามจำนวนอัตราจ้างพนักงาน อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจดังกล่าวจะประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลากรซึ่งธุรกิจต้องมีการจัดอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ควบคุมคุณภาพการบริการของพนักงานทำความสะอาดให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ธุรกิจควรคำนึงถึงปัจจัยด้านต้นทุนในการดำเนินงานเนื่องจากราคาของเครื่องมือและอุปกรณ์ทำความสะอาด ราคาวัสดุสิ้นเปลืองมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนของธุรกิจสูงขึ้นตามไปด้วย และเนื่องจากธุรกิจนี้ใช้เงินลงทุนไม่มากจึงทำให้มีคู่แข่งในตลาดจำนวนมาก ซึ่งในอนาคตหากคู่แข่งมีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาจนทำให้ราคาค่าบริการรักษาความสะอาดลดลงจะทำให้รายได้ของธุรกิจนี้ลดลงตามไปด้วย

จากแนวโน้มดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของโครงการลงทุนในธุรกิจบริการรักษาความสะอาด กรณีศึกษา บริษัทมีดีพรีอเพอร์ตี เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด โดยแบ่งผลการศึกษาด้านต้นทุนของโครงการลงทุนแต่ละขนาดจำแนกตามจำนวนอัตราจ้าง วิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และความอ่อนไหวของโครงการลงทุนแต่ละขนาดที่มีต่อปัจจัยด้านต้นทุนและรายได้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถตัดสินใจในการประกอบธุรกิจด้านบริการรักษาความสะอาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาด้านต้นทุนของโครงการลงทุนด้านบริการรักษาความสะอาด กรณีศึกษา บริษัทมีดีพรีอเพอร์ตี เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด
2. เพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนในธุรกิจบริการรักษาความสะอาด กรณีศึกษา บริษัทมีดีพรีอเพอร์ตี เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Ehrhardt & Brigham (2014) ได้กล่าวถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจว่ามีหลายแหล่งทั้งการจำหน่ายหุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิและการจัดหาจากส่วนของหนี้สิน ถ้าบริษัทจัดหาเงินทุนจากหุ้นสามัญสามารถคำนวณต้นทุนของเงินทุนได้จากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของเจ้าของแต่ส่วนใหญ่จะมีการจัดหาต้นทุนจากหลายแหล่ง ซึ่งต้นทุนของเงินทุนที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์หั่งบลงทุนเพื่อตัดสินใจลงทุนจะต้องใช้ค่าเฉลี่ยของต้นทุนแต่ละแหล่งหรือที่เรียกว่าต้นทุนเงินทุนโดยเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) โดยสามารถคำนวณได้จาก

$$WACC = W_d r_d (1-T) + W_{ps} r_{ps} + W_{ce} r_s$$

โดยที่ W_d = สัดส่วนของเงินทุนจากส่วนของหนี้สิน

r_d = ต้นทุนของหนี้สิน

T = อัตราภาษีเงินได้ของบริษัท

W_{ps} = สัดส่วนของเงินทุนจากหุ้นบุริมสิทธิ

r_{ps} = ต้นทุนของหุ้นบุริมสิทธิ

W_{ce} = สัดส่วนของเงินทุนจากหุ้นสามัญ

r_s = ต้นทุนของหุ้นสามัญ

ทั้งนี้วิธีการประเมินโครงการลงทุนด้วยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ The Stock Exchange of Thailand (2005) ได้กล่าวว่าวิธีการดังกล่าวเป็นการหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการลงทุนในแต่ละปี ซึ่งเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเข้าหักด้วยมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดออก โดยใช้ต้นทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนของโครงการเป็นอัตราคิดลด โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิสามารถคำนวณได้จากสมการดังต่อไปนี้

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

โดยที่ NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

CF_t = กระแสเงินสดสุทธิ ณ ช่วงเวลา t

n = ช่วงอายุของโครงการลงทุน

r = อัตราคิดลด หรือ ต้นทุนถ่วงเฉลี่ยของเงินทุน

สำหรับการนำมูลค่าปัจจุบันสุทธิไปใช้นั้น Brealey, Myers & Allen (2016) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจลงทุนในโครงการจะเลือกโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและปฏิเสธโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ เช่นเดียวกับ Brigham & Houston (2015) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการตัดสินใจสำหรับวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ถ้าค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 0 หมายถึง กระแสเงินสดสุทธิซึ่งคิดมูลค่าปัจจุบันแล้วที่ได้รับจากโครงการเพียงพอที่จะจ่ายคืนเงินที่ลงทุนไปพอดี ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกหมายถึงโครงการนั้นสามารถก่อให้เกิดกระแสเงินสดสุทธิมากกว่าเงินลงทุนและมูลค่าที่มากกว่าเงินลงทุนนั้นจะเป็นของผู้ถือหุ้นสามัญซึ่งจะมีผลต่อมูลค่าของกิจการที่สูงขึ้น ถ้าเป็นโครงการที่เลือกลงทุนเพียงโครงการเดียวจะเลือกโครงการที่ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิสูงกว่า และถ้าเป็นโครงการที่เป็นอิสระจากกันจะรับทุกโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันเป็นบวก

ในส่วนของการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity analysis) ของโครงการนั้น Lee, Finnerty & Norton (1997) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งแล้วศึกษาผลกระทบของตัวแปรแต่ละตัวที่มีต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เช่นเดียวกับ Keown, Martin, Petty & Scott (2005) ที่ได้อธิบายถึงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวว่าเป็นการวัดมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการใดโครงการหนึ่งเมื่อมีปัจจัยบางตัวเปลี่ยนแปลงไปซึ่งทำได้โดยการเปลี่ยนปัจจัยหนึ่งโดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่แล้วเปรียบเทียบผลของมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่เปลี่ยนแปลงไป โดย Jiwamit (2007) ได้สรุปวิธีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวไว้ว่าเป็นวิธีการที่แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สำคัญๆของโครงการจะทำให้ NPV ของโครงการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ตัวแปรตัวใดที่ทำให้ NPV ของโครงการเปลี่ยนแปลงไปมากที่สุด ตัวแปรนั้นเป็นจุดสำคัญสำหรับความเสี่ยงของโครงการที่ต้องการการวิเคราะห์อย่างละเอียด โดยการวิเคราะห์ความไวมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 คำนวณ NPV จากข้อมูลพื้นฐานคือ base case ของโครงการ

ขั้นที่ 2 พิจารณาตัวแปรสำคัญของโครงการว่ามีตัวแปรอะไรบ้างที่เปลี่ยนแปลงแล้วจะส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของโครงการ มาวิเคราะห์ความไวของโครงการ

ขั้นที่ 3 กำหนดร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่างๆ จากขั้นที่ 2 ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

ขั้นที่ 4 นำตัวแปรที่พิจารณาความไวมาคำนวณว่าถ้าค่าของตัวแปรเปลี่ยนแปลงไปตามร้อยละที่กำหนดโดยตัวแปรอื่นคงเดิมมูลค่า NPV จะเป็นเท่าใด เพื่อดูผลกระทบของแต่ละตัวแปรต่อค่า NPV

ขั้นที่ 5 นำข้อมูลที่ได้จากขั้นที่ 4 มาสรุปรวมเป็นตารางหรือกราฟความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัวพิจารณากับค่า NPV ที่เกิดขึ้นเพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ

และจากการทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของโครงการลงทุนพบว่า โครงการลงทุนมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้านผลตอบแทนมากกว่าด้านต้นทุนดังเช่นงานวิจัยของ Maliwong & Thaweewat (2015) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการ

วิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินและการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการอาคารศูนย์การค้าในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชาผลการวิเคราะห์พบว่าโครงการมีความอ่อนไหวด้านผลตอบแทนมากกว่าด้านต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wasinsombat & Chantuk (2016) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตอัดแรงอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมพบว่า ค่าปัจจุบันสุทธิมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้มากกว่าต้นทุนรวม เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Sungruga & Chantuk (2016) ที่ได้ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของธุรกิจซื้อขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครว่า กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนคงที่เท่าเดิม ทำให้ค่าปัจจุบันสุทธิลดลงมากกว่ากรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่รายได้คงที่ และ Uthai pol & Chantuk (2016) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจศูนย์สัตว์เลี้ยงโดยวิเคราะห์ความอ่อนไหวเมื่อต้นทุนผันแปรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่รายได้คงที่ และเมื่อรายได้ลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนคงที่ พบว่าโครงการมีความอ่อนไหวด้านต้นทุนผันแปรมากกว่าด้านรายได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Promplui & Chantuk (2017) ที่ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจศูนย์ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุเชิงป้องกัน ได้ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการว่าหากรายรับคงที่ในขณะที่ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนลดลงน้อยกว่ากรณีที่ต้นทุนคงที่ในขณะที่รายรับลดลงร้อยละ 5 รวมถึงงานวิจัยของ Taslim et al. (2020) ที่ได้วิเคราะห์ความอ่อนไหวของการลงทุนในธุรกิจฟาร์มเปิดก็พบว่าค่าปัจจุบันสุทธิมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านราคาผลผลิตหรือรายได้จากการขายมากกว่าการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุนเช่นเดียวกัน

และจากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจบริการรักษาความสะอาดพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริการรักษาความสะอาดหลายปัจจัยดังเช่นงานวิจัยของ Lerapongnont (2015) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจทำความสะอาดที่อยู่อาศัยผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริการรักษาความสะอาดมากที่สุดประกอบด้วย การรับประกันความพอใจ บอกรต่อ ชำระผ่านเครดิต ความรวดเร็ว ตรงต่อเวลา ความปลอดภัย คุณภาพในการให้บริการ ความรู้สึกพิเศษ ราคา และการปฏิบัติงานของพนักงาน

วิธีการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะต้นทุนและค่าความอ่อนไหวของโครงการลงทุนในธุรกิจบริการรักษาความสะอาดของบริษัท พีรอฟเฟอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด เท่านั้น โดยผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาคือ คณะกรรมการบริหารบริษัท ผู้จัดการ และพนักงานธุรการ จำนวนทั้งสิ้น 5 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลประวัติความเป็นมา รายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้านบริการรักษาความสะอาด และข้อมูลด้านการเงิน ได้แก่ ต้นทุนของเงินทุน ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และรายได้ค่าบริการรายเดือนของโครงการแต่ละขนาดจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของบริษัท พีรอฟเฟอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ งบการเงินของบริษัท พีรอฟเฟอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด ที่มีการจัดเก็บข้อมูลไว้เรียบร้อยแล้ว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์และแบบฟอร์มกรอกข้อมูลซึ่งผู้วิจัยสร้างจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งการวิเคราะห์โครงการลงทุนออกเป็น 3 ขนาด เนื่องจากเป็นธุรกิจด้านงานบริการซึ่งมีลักษณะของโครงการแตกต่างกันตามจำนวนอัตราจ้าง โดยแบ่งเป็น

1) โครงการจ้างงานบริการรักษาความสะอาดขนาดเล็กมีอัตราจ้างพนักงานทำความสะอาดจำนวน 5 คน

2) โครงการจ้างงานบริการรักษาความสะอาดขนาดกลางมีอัตราจ้างพนักงานทำความสะอาดจำนวน 10 คน

3) โครงการจ้างงานบริการรักษาความสะอาดขนาดใหญ่มีอัตราจ้างพนักงานทำความสะอาดจำนวน 15 คน โดยมีประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของโครงการแต่ละขนาด จำแนกข้อมูลเป็น 2 ประเภท คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านรายได้ของโครงการลงทุนแต่ละขนาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการและการตัดสินใจลงทุนในโครงการ กรณี ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ในขณะที่รายได้คงที่ และกรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ในขณะที่ต้นทุนคงที่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้มีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและข้อมูลจากเอกสารงบการเงินของบริษัท โดยแบ่งโครงการลงทุนให้บริการรักษาความสะอาดของบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด ตามอัตราจ้างงานเป็น 3 ขนาด คือโครงการขนาดเล็ก ขนาดปานกลางและขนาดใหญ่ โดยมีการตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลโดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) ได้แก่ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยพิจารณาแหล่งข้อมูลตาม เวลา สถานที่ และบุคคลที่แตกต่างกัน 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย โดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์ 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน และนำข้อมูลดังกล่าวมากรอกในแบบฟอร์มกรอกข้อมูล ได้แก่ข้อมูลต้นทุนทั้งหมดในการประกอบธุรกิจบริการรักษาความสะอาดจำแนกเป็น ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ข้อมูลด้านรายได้ของโครงการลงทุนธุรกิจบริการรักษาความสะอาด โดยประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรกและกระแสเงินสดสุทธิหลังหักภาษีของโครงการลงทุนแต่ละขนาด และใช้โปรแกรม Microsoft Excel เพื่อคำนวณหาค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) และวิเคราะห์ความไวของโครงการลงทุน (Sensitivity Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทมีดีพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ จำกัด และผลการประมาณการ ต้นทุนของโครงการลงทุนในธุรกิจบริการรักษาความสะอาด บริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ จำกัด

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงินและการสัมภาษณ์เชิงลึก คณะกรรมการบริหารบริษัท และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ของบริษัทมีดีพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ จำกัด พบว่า บริษัทมีดีพร็อพเพอร์ตี้ เมเนจเม้นท์ จำกัด ได้ก่อตั้งและดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการรักษาความสะอาดมาในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 โดยที่มาของแหล่งเงินทุนประกอบด้วยส่วนของเจ้าของได้แก่ หุ้นสามัญ และส่วนของหนี้สินได้แก่ เงินกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ ลักษณะการดำเนินกิจการจะเป็นธุรกิจที่มีรายได้จากค่าบริการด้านรักษาความสะอาดเป็นหลัก โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ คือนิติบุคคลของคอนโดมิเนียม ซึ่งลูกค้าแต่ละรายจะมีการจ้างงานบริการรักษาความสะอาดที่กำหนด

อัตราจ้างแตกต่างกันตามลักษณะของที่อยู่อาศัยที่ต้องการใช้บริการ ทำให้โครงการแต่ละขนาดจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกและได้รับรายได้ค่าบริการรักษาความสะอาดแตกต่างกัน ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งการศึกษาโครงการลงทุนเป็น 3 ขนาด โครงการลงทุนขนาดเล็ก อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 5 คน โครงการลงทุนขนาดกลาง อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 10 คน และโครงการลงทุนขนาดใหญ่ อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 15 คน ทั้งนี้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด พบว่าแต่ละโครงการจ้างบริการรักษาความสะอาดโดยส่วนใหญ่จะมีการต่อสัญญาจ้างเป็นระยะเวลาต่อเนื่องประมาณ 5 ปีหากไม่มีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นในการประมาณการโครงการลงทุนในครั้งนี้จึงกำหนดอายุโครงการลงทุนเท่ากับ 5 ปี และมีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการลงทุนได้แก่ ต้นทุนการดำเนินงานและรายรับ ทั้งนี้ผู้บริหารคาดการณ์ว่าแนวโน้มของต้นทุนในการดำเนินงานในอนาคตจะเพิ่มขึ้นปีละ 5-10 % ส่วนรายได้มีการคาดการณ์ว่าจากสถานะการแข่งขันในปัจจุบันจะส่งผลต่อการแข่งขันด้านราคาซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ ต้องลดค่าบริการลงซึ่งบริษัทได้ประเมินไว้ว่าสามารถลดลงไม่เกิน 10% ดังนั้นในการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการในครั้งนี้จะตั้งสมมติฐานถึงปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงคือ 1) ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 10 และ 2) รายได้ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10

ตารางที่ 1 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุนของธุรกิจบริการรักษาความสะอาด

ลำดับที่	รายการ	ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก (บาท)		
		โครงการขนาดเล็ก (อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 5 คน)	โครงการขนาดกลาง(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 10 คน)	โครงการขนาดใหญ่(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 15 คน)
1	ค่าอุปกรณ์ทำความสะอาด	14,500	28,500	35,000
2	ค่าอุปกรณ์สำนักงานและวัสดุสิ้นเปลือง	4,500	6,000	7,500
3	ค่าขนส่งเครื่องมือและอุปกรณ์ทำความสะอาดเมื่อเริ่มโครงการ	1,000	1,500	2,000
4	ค่าการตลาด	5,000	8,000	10,000
5	ค่าใช้จ่ายในการสรรหาและอบรมพนักงานทำความสะอาด	4,000	8,000	15,000
รวมทั้งสิ้น		29,000	52,000	69,500

ที่มา : จากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย

จากตารางที่ 1 พบว่า การลงทุนในโครงการบริการรักษาความสะอาดของบริษัทมีดี หรือเพอร์ดี เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัดจะมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกซึ่งบริษัทต้องจ่ายลงทุนประกอบด้วย 1) ค่าอุปกรณ์ทำความสะอาด ได้แก่ รถเข็นแม่บ้าน เครื่องดูดฝุ่น ไม้กวาด ไม้ถูพื้น เครื่องขัดพื้น ถังมีย่าง ผ้า ดันฝุ่น ถังใส่กระดาษทิชชู 2) ค่าอุปกรณ์สำนักงานและวัสดุสิ้นเปลือง ได้แก่ เครื่องตอกบัตรลงเวลา งาน แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงาน และวัสดุสิ้นเปลืองอื่นๆตามที่ลูกค้ากำหนด 3) ค่าขนส่งเครื่องมือ และอุปกรณ์ทำความสะอาดเมื่อเริ่มโครงการ พบว่าโครงการขนาดกลางและใหญ่จะมีเครื่องมือและ อุปกรณ์ทำความสะอาดในจำนวนมากทำให้มีการขนส่งมากกว่า 1 รอบส่งผลต่อค่าขนส่งที่มากขึ้นตาม ขนาดของโครงการ 4) ค่าการตลาด เป็นค่าตอบแทนพิเศษสำหรับพนักงานที่นำเสนองานให้บริษัทจน นำไปสู่การทำสัญญาจ้างซึ่งเพิ่มขึ้นตามขนาดของโครงการ 5) ค่าใช้จ่ายในการสรรหาและอบรมพนักงาน ทำความสะอาด เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อเริ่มโครงการในการสรรหาพนักงานทำความสะอาดประจำ หน่วยงานของโครงการนั้นๆและค่าจัดอบรมพนักงานก่อนเริ่มโครงการซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นหากมี จำนวนอัตราจ้างสูงขึ้น

ตารางที่ 2 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของโครงการลงทุนธุรกิจบริการด้านรักษาความสะอาด

ลำดับที่	รายการ	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อปี (บาท)		
		โครงการขนาดเล็ก (อัตราจ้างพนักงานทำ ความสะอาด 5 คน)	โครงการขนาดกลาง (อัตราจ้างพนักงานทำ ความสะอาด 10 คน)	โครงการขนาดใหญ่ (อัตราจ้างพนักงานทำ ความสะอาด 15 คน)
1	ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	721,800	1,474,440	2,208,240
2	ค่าวัสดุสิ้นเปลืองตาม สัญญาจ้าง	15,900	39,744	88,488
3	ค่าขนส่งวัสดุสิ้นเปลือง	12,000	12,000	12,000
4	ค่าใช้จ่ายในการขัดล้าง ประจำปี	3,000	4,500	10,000
รวมทั้งสิ้น		752,700	1,530,684	2,318,728

ที่มา : จากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 พบว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของโครงการลงทุนธุรกิจบริการด้านรักษาความ สะอาดประกอบด้วย 1) ค่าใช้จ่ายในการบริหารซึ่งได้แก่ ค่าแรงพนักงานทำความสะอาด ค่าสวัสดิการ ค่าเบี้ยประกัน ค่าสมทบเงินประกันสังคม ค่าจ้างบุคลากรภายนอก 2) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองตามสัญญาจ้าง 3) ค่าขนส่งวัสดุสิ้นเปลือง 4) ค่าใช้จ่ายในการขัดล้างประจำปี ซึ่งค่าใช้จ่ายแต่ละรายการจะเพิ่มสูงขึ้น

ตามขนาดของโครงการยกเว้น ค่าขนส่งวัสดุสิ้นเปลืองที่มีค่าใช้จ่ายเท่ากันทุกโครงการเพราะหลังเริ่มดำเนินงานบริษัทได้กำหนดแผนการขนส่งวัสดุสิ้นเปลืองโดยมีความถี่เดือนละ 1 รอบเท่ากัน

ส่วนที่ 2 ประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการลงทุนธุรกิจบริการรักษาความสะอาด

ตารางที่ 3 ประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิตายปีของโครงการลงทุนธุรกิจบริการรักษาความสะอาด

ปีที่	ประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิ (บาท)		
	โครงการขนาดเล็ก (อัตราจ้างพนักงานทำ ความสะอาด 5 คน)	โครงการขนาดกลาง (อัตราจ้างพนักงานทำ ความสะอาด 10 คน)	โครงการขนาดใหญ่ (อัตราจ้างพนักงานทำ ความสะอาด 15 คน)
1	110,475	228,987	312,954
2	110,475	228,987	312,954
3	110,475	228,987	312,954
4	110,475	228,987	312,954
5	110,475	228,987	312,954

ที่มา : จากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย

จากตารางที่ 3 ประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิตายปีของโครงการลงทุนธุรกิจบริการรักษาความสะอาดพบว่า กระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปีของโครงการขนาดเล็ก กลางและใหญ่เท่ากับ 110,475 บาท 228,987 บาท และ 312,954 บาท ซึ่งเป็นโครงการที่มีกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากันทุกปีเนื่องจากลักษณะของสัญญาจ้างบริการรักษาความสะอาดแต่ละโครงการจะมีค่าบริการคงที่ ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ประมาณการโดยใช้อัตราค่าจ้างพนักงานภายใต้สมมติฐานของค่าแรงงานเท่ากับค่าแรงขั้นต่ำในปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และผลการศึกษาการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ของโครงการลงทุนแต่ละขนาดของบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด

3.1 การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนธุรกิจบริการรักษาความสะอาดบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด

3.1.1 การคำนวณอัตราส่วนคิดลด (Discount Rate)

ในการคำนวณทางการเงินสำหรับวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) ได้ใช้อัตราส่วนคิดลดจากการคำนวณหาต้นทุนเงินทุนโดยเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital : WACC) โดยพิจารณาจากต้นทุนเงินทุนและสัดส่วนของเงินทุนแต่ละแหล่งของบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด ซึ่งประกอบด้วย แหล่งเงินทุนจากส่วนของเจ้าของ และการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$WACC = W_d r_d (1-T) + W_{ce} r_s$$

- โดยที่ W_d = สัดส่วนของเงินทุนจากส่วนของหนี้สินบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์
 r_d = ต้นทุนของหนี้สินบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์
 T = อัตราภาษีเงินได้ของบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์
 W_{ce} = สัดส่วนของเงินทุนจากหุ้นสามัญบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์
 r_s = ต้นทุนของหุ้นสามัญบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์

ซึ่งผลจากการคำนวณพบว่า บริษัทฯ มีต้นทุนเงินทุนโดยเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักอยู่ที่ 9.90% ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จะใช้อัตราดังกล่าวเป็นอัตราส่วนคิดลด

3.1.2) การประเมินมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ของโครงการ

ตารางที่ 4 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนในธุรกิจบริการรักษาความสะอาดบริษัทมีดีพร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด

โครงการลงทุน	อัตราคิดลด	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)
โครงการขนาดเล็ก (อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 5 คน)	9.90%	399,707.64 บาท
โครงการขนาดกลาง (อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 10 คน)		836,603.53 บาท
โครงการขนาดใหญ่ (อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 15 คน)		1,144,944.62 บาท

จากตารางที่ 4 พบว่า เมื่อใช้อัตราคิดลดที่ 9.90% โครงการลงทุนขนาดเล็ก(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 5 คน) จะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 399,707.64 บาท ส่วนโครงการกลางขนาดกลาง(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 10 คน) มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 836,603.53 บาท และโครงการลงทุนขนาดใหญ่(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 15 คน) มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ

1,144,944.62 บาท ซึ่งทุกโครงการมีมูลค่าปัจจุบันเป็นบวกแสดงว่ามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับรวมมากกว่าเงินลงทุนดังนั้นทุกโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน

3.2 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ของโครงการลงทุนของบริษัทมีดีพรีอเพอร์ตี เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการในครั้งนี้จะพิจารณาจากผลกระทบในกรณีที่ปัจจัยซึ่งได้แก่ 1) ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ในขณะที่รายได้คงที่และ และ 2) รายได้ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ในขณะที่ต้นทุนคงที่

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนเมื่อปัจจัยด้านต้นทุนเปลี่ยนแปลง

โครงการลงทุน	ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5		ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10	
	NPV	% การเปลี่ยนแปลงของ NPV	NPV	% การเปลี่ยนแปลงของ NPV
โครงการขนาดเล็ก (อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 5 คน)	283,585.62 บาท	29.05%	176,312.02 บาท	55.89%
โครงการขนาดกลาง(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด10 คน)	623,112.35 บาท	25.52%	381,961.71 บาท	54.34%
โครงการขนาดใหญ่(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 15 คน)	789,417.39 บาท	31.05%	458,955.97 บาท	59.91%

ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนธุรกิจบริการรักษาความสะอาดเมื่อปัจจัยด้านต้นทุนเปลี่ยนแปลงไปพบว่า 1) กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โดยกำหนดให้รายได้รวมคงที่ จะส่งผลให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) ของโครงการลงทุนลดลง 29.05% - 31.05% โดยโครงการขนาดเล็กโครงการขนาดกลางและโครงการขนาดใหญ่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 283,585.62 บาท 623,112.35 บาท และ 789,417.39 บาท ตามลำดับ 2) กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยกำหนดให้รายได้รวมคงที่ จะส่งผลให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) ของโครงการลงทุนลดลง 54.34% - 59.91% โดยโครงการขนาดเล็กโครงการขนาดกลางและโครงการขนาดใหญ่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 176,312.02 บาท 381,961.71 บาท และ 458,955.97 บาทตามลำดับ เมื่อพิจารณาเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนพบว่าหากต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลง 5.10 - 6.21 เปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนเมื่อปัจจัยด้านรายได้เปลี่ยนแปลง

โครงการลงทุน	รายได้ลดลงร้อยละ 5		รายได้ลดลงร้อยละ 10	
	NPV	% การเปลี่ยนแปลงของ NPV	NPV	% การเปลี่ยนแปลงของ NPV
โครงการขนาดเล็ก (อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 5 คน)	262,592.66 บาท	34.30%	134,326.09 บาท	66.39%
โครงการขนาดกลาง(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด10 คน)	556,599.20 บาท	33.47%	294,935.41 บาท	64.75%
โครงการขนาดใหญ่(อัตราจ้างพนักงานทำความสะอาด 15 คน)	729,948.45 บาท	36.25%	340,018.09 บาท	70.30%

ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนธุรกิจบริการรักษาความสะอาดเมื่อปัจจัยด้านรายได้เปลี่ยนแปลงไปพบว่า 1) กรณีรายได้รวมลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนคงที่ จะส่งผลให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) ของโครงการลงทุนลดลง 33.47% - 36.25% โดยโครงการขนาดเล็ก โครงการขนาดกลางและโครงการขนาดใหญ่จะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 262,592.66 บาท 556,599.20 บาท และ 729,948.45 บาท ตามลำดับ 2) กรณีรายได้รวมลดลงร้อยละ 10 ในขณะที่ต้นทุนคงที่ จะส่งผลให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) ของโครงการลงทุนลดลง 64.75% - 70.30%โดยโครงการขนาดเล็ก โครงการขนาดกลางและโครงการขนาดใหญ่จะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 134,326.09 บาท 294,935.41 บาท และ 340,018.09 บาทตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของรายได้พบว่าหากรายได้ลดลง 1 เปอร์เซ็นต์จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลง 6.48-7.25 เปอร์เซ็นต์

สรุปได้ว่าโครงการลงทุนทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่มีความอ่อนไหวด้านรายได้มากกว่าด้านต้นทุนกล่าวคือ ถ้าหากรายได้ลดลงในขณะที่ต้นทุนคงที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลงมากกว่าการที่ต้นทุนเพิ่มขึ้น และเมื่อเปรียบเทียบกันโครงการลงทุนขนาดกลางมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุนและรายได้น้อยที่สุด

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของโครงการลงทุนแต่ละขนาดของบริษัทมีดี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส เมเนจเม้นท์ จำกัด พบว่า ค่าใช้จ่ายในการลงทุนสำหรับโครงการลงทุนแต่ละขนาดจะแตกต่างกันตามจำนวนอัตราจ้างของโครงการ และในส่วนของวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

พบว่ามีความคุ้มค่าของพนักงานทำความสะอาดในสัดส่วนที่สูง เพราะสำหรับธุรกิจด้านบริการรักษาความสะอาดนั้นคุณภาพการบริการของพนักงานเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของงาน บริษัทจึงมีการจัดสรรค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้กับพนักงานประจำเพื่อจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างเต็มกำลังประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Lerapongnont (2015) ที่พบว่ากลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างบริการรักษาความสะอาดมากที่สุดมีด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ด้วย และจากการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการด้วยมูลค่าปัจจุบันสุทธิตามที่ Brealey, Myers & Allen (2016) กล่าวว่าควรเลือกลงทุนในโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก จากผลการศึกษาพบว่า โครงการลงทุนทั้งขนาดเล็ก กลางและใหญ่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกซึ่งหมายความว่า การลงทุนในแต่ละโครงการมีความคุ้มค่าสามารถลงทุนได้ทุกโครงการหากธุรกิจมีเงินทุนไม่จำกัด และเมื่อพิจารณาความอ่อนไหวของโครงการลงทุนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้านรายได้ที่ลดลง พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของแต่ละโครงการมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านรายได้มากกว่าด้านต้นทุนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maliwong & Thaweewat (2015) ที่พบว่าโครงการลงทุนอาคารศูนย์การค้ามีความอ่อนไหวด้านผลตอบแทนมากกว่าด้านต้นทุน เช่นเดียวกับ Wasinsombat & Chantuk (2016) ที่พบว่าค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการผลิตคอนกรีตอัดแรงมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้มากกว่าต้นทุน และผลการศึกษาของ Promplui & Chantuk (2017) ที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงของรายรับที่ลดลงมีผลต่อการลดลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุเชิงป้องกันมากกว่าการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Sungrugsā & Chantuk (2016) และ Taslim et al. (2020) ที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงด้านรายได้ส่งผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิตกกว่าด้านต้นทุนเช่นกัน จากผลการศึกษาดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการลดลงของรายได้มีผลต่อความคุ้มค่าของโครงการลงทุน ภายใต้สภาวะการณ์ในปัจจุบันที่บริษัทด้านบริการรักษาความสะอาดเผชิญกับการแข่งขันทั้งจากคู่แข่งเดิมและคู่แข่งรายใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ตลาด ผู้บริหารควรหลีกเลี่ยงกลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา และควรใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างด้านการให้บริการโดยฝึกอบรมพัฒนาพนักงานให้มีมาตรฐานการบริการที่ดีเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน นอกจากนี้จากการเปรียบเทียบการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนพบว่า โครงการลงทุนขนาดกลางที่มีอัตราจ้างพนักงานทำความสะอาดจำนวน 10 คนมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านรายได้และต้นทุนน้อยที่สุด ดังนั้นในอนาคตหากคาดการณ์ว่าผู้จ้างมีแนวโน้มในการลดค่าบริการลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย หรือกรณีที่คาดว่าต้นทุนในการดำเนินงานจะเพิ่มขึ้นในการพิจารณาขยายโครงการลงทุนบริษัทควรพิจารณาโครงการขนาดกลางเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะโครงการลงทุนของธุรกิจบริการรักษาความสะอาด โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของบริษัทมีดีพีหรือเพอร์ดี เมเนจเม้นท์ จำกัด เพียงบริษัทเดียวเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลของธุรกิจบริการรักษาความสะอาดจากหลายบริษัท เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนได้ศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของ 2 ปัจจัย คือ การเพิ่มขึ้นของต้นทุนและการลดลงของรายได้โดยพิจารณาที่ละปัจจัยเท่านั้น ในสถานการณ์จริงปัจจัยทั้งสองอาจมีการลดลงหรือเพิ่มขึ้นพร้อมกันได้ หากมีการศึกษาเพิ่มเติมควรพิจารณาทั้งสองปัจจัยพร้อมกันด้วย

REFERENCES

- Brealey, A. R., Myers, C. S. & Allen, F. (2016). *Principles of Corporate Finance*. New York :McGraw-Hill Education.
- Brigham, F. E. & Houston, F. J. (2015). *Fundamentals of Financial Management (9th ed.)*. Canada :South-Western CENGAGE Learning.
- Department of Business Development. (2020). *Business Analysis 2020*. Retrieved from http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2563/T26/T26_202008.pdf
- Ehrhardt, C.M. & Brigham, F.E. (2014). *Corporate Finance: A Focused approach(5 th ed.)*. Canada: South-Western CENGAGE Learning.
- Jiwamit, S. (2007). *Financial Management No.1*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Keown, J. A., Martin, J. D., Petty,W. J., & Scott, D. F.(2005). *Financial Management: Principles and Applications (10th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lee, F. C., Finnerty, E. J. & Norton, A. E. (1997). *Foundations of Financial Management*. New York: West publishing company.
- Lerapongnont, K. (2015). *The Transformation Business Model: A Study in House Cleaning and Services Integration*. Master of Business Administration. Independent Study, Bangkok: Bangkok University.



- Maliwong, D. & Thaweewat, P. (2015). A Financial Analysis and Sensitivity Analysis on Shopping mall in Kasetsart University Siracha Campus. *RMUTT Global Business and Economics Review* , 10(2),17-27.
- Promplui, T. & Chantuk, T. (2017). Cost and Sensitivity Analysis of the Health Promotion Service Center for Elderly in Nakhon Pathom Province. *Verdian E-Journal, Silpakorn University*, 10(3), 430-444.
- Sungruga, M. & Chantuk, T. (2016). Cost Analysis and Sensitivity of the Trading Business of Automobile Accessories in Bangkok. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(2), 629-639.
- Taslim, D., Darana, S., Setiyadi, W., Sukono & Kalfin. (2020). Financial Analysis and Business Sensitivity on Duck Livestock in Bandung District, West Java Province. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(8), 1065-1071.
- The Stock Exchange of Thailand. (2005). *Corporate Finance*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing Public Company Limited.
- Uthaiopol, B. & Chantuk, T. (2016). Cost analysis and the sensitivity of the pet center business. *Veridian E-Journal , Silpakorn University*, 9(3) ,219-232.
- Wasinsombat, W. & Chantuk, T. (2016). Cost Analysis and Financial Return of the Prestressed Concrete Product Business, Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(2), 669-684.

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี Economic Factors Affecting The Price of Communications and Technology Stocks

กันต์ตพงศ์ สามารถ¹ วรณกิตติ วรณศิลป์²
Kantaphong Samart¹ Wanakiti Wanasilp²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล สถาบันเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Master of Economics, Digital Economy Program, Institute of Economics, Rangsit University, Thailand

Tel. 06-2591-5710 E-mail : Kantaphong_genus@hotmail.com

²อาจารย์ที่ปรึกษาสถาบันเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

²Advisor of Doctor of Philosophy (Institute of Economics) Rangsit University, Thailand

Tel. 08-9790-8996 E-mail : Wanakiti@rsu.ac.th

(Received: August 20, 2020 ; Revised: October 11, 2020 ; Accepted: November 6, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี โดยใช้ข้อมูลรายเดือน มกราคม 2557 – ธันวาคม 2561 การศึกษาประกอบด้วย การทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในดุลยภาพระยะยาวด้วยแบบจำลอง Cointegration และการทดสอบการปรับตัวของระบบระยะสั้นด้วยแบบจำลอง Error Correction Model (ECM) ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรทุกตัวจะมีลักษณะไม่นิ่งที่ระดับข้อมูล (Non-Stationary At level of data) และนิ่งที่ผลต่างลำดับแรก (Stationary at first difference) ซึ่งทำให้สามารถทำการทดสอบและประมาณการตามแบบจำลองดุลยภาพระยะยาวที่ระดับข้อมูลได้ ผลจากการประมาณการสมการดุลยภาพระยะยาวพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี ได้แก่ ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยีในเดือนก่อนหน้า ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม และดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางลบต่อเคลื่อนไหวของดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี ได้แก่ มูลค่าซื้อขายหลักทรัพย์สุทธิรวม ปริมาณเงิน ดัชนีราคาผู้บริโภค ราคาทองคำ และผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี ส่วนการปรับตัวระยะสั้นตามแบบจำลอง ECM พบว่าสัมประสิทธิ์ของตัว Error Correction มีค่าเท่ากับ -0.556444 หมายความว่าระบบจะกลับเข้าสู่ดุลยภาพในงวดถัดไปเท่ากับ 55.64% ของการแกว่งตัวออกจากดุลยภาพอันเป็นผลของ Shock จากภายนอก

คำสำคัญ: หุ้นสื่อสารและเทคโนโลยี, COINTEGRATION, ECM.

Abstract

This study is aimed at investigating economic factors that influence the price of communication and technology stocks. Monthly data were used, covering the period from January 2014 to December 2018. The study involved the estimation of long-run relationship among variables concerned under cointegration framework. Then the Error Correction Model (ECM) was used to estimate short-run adjustment of the system. The results from the study show that all variables are non-stationary at the level of data and stationary at the first difference. With this, the cointegration test can be performed to find long-run relationship among variables at the level of data. The results from the estimation of cointegration equation showed that the variables that have positive impact on the price of Communication and Technology Stocks consist of lagged Communication and Technology Stocks Index, Manufacturing Production Index and SET Index. On the other hand, factors that have negative influence on the price of Communication and Technology Stocks include Volume of Communications and Technology Stocks, M2(Money supply), Consumer Price Index, Gold Price, and Bond Yield (5-Year maturity). The next step is to estimate the Error Correction Model to study the short-run adjustment of the system which yields the following results. The estimated coefficient of the "Error Correction" term is equal to -0.556444, meaning that the system will adjust back to its equilibrium state in the following period at the rate of 55.64% of the initial deviation due to external shock.

Keywords: COMMUNICATION AND TECHNOLOGY STOCKS, COINTEGRATION, ECM

บทนำ

ในยุคปัจจุบันการสื่อสารและเทคโนโลยีมีบทบาทที่สำคัญในหลายด้านรวมถึงการพัฒนาประเทศให้มีความก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจซึ่งในประเทศไทยมีผู้ประกอบการหลายบริษัทที่ทำธุรกิจด้านเทคโนโลยี ในปี พ.ศ.2557 มีการให้สัมปทาน 3G กับบริษัทกลุ่มเทคโนโลยีสื่อสาร ทำให้หุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยีเป็นที่สนใจของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ โดยปัจจุบันมีหุ้นอยู่ในกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี (ICT INDEX) อยู่ 28 หุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีหุ้นที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Cap) ติดอันดับหุ้นอยู่ใน 50 อันดับแรกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET50 INDEX) จำนวน 4 หุ้น คือ บมจ.แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) บมจ.โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น (DTAC) อินทัชโฮลดิ้งส์ (INTUCH) บมจ.ทรูคอร์ปอเรชั่น (TRUE) (The Stock Exchange of Thailand, 2019)

การสื่อสารและเทคโนโลยีมีการพัฒนาให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้ตลอดเวลา จากในอดีตที่การสื่อสารของมนุษย์ยังไม่มีพัฒนามากนักจนกระทั่งกลายมาเป็นการสื่อสารแบบ “โลกไร้พรมแดน” หรือยุคที่ 2 (2G) ที่ทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างง่ายดาย แม้ว่าจะอยู่กับคนละทวีป เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคที่ 4 ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ผสมผสาน การจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าด้วยกัน เป็นเครือข่ายไร้สายความเร็วสูงชนิดพิเศษ หรือเป็นเส้นทางด่วนสำหรับข้อมูลที่ไม่ต้องอาศัยสายเคเบิล รวมถึงคุณสมบัติการเชื่อมต่อเสมือนจริงในรูปแบบสามมิติ (three-dimensional) ระหว่างผู้ใช้โทรศัพท์ด้วยกันเอง

ความสำคัญของธุรกิจ ICT หรือธุรกิจ Digital จะเห็นได้จากการเติบโตของหุ้นในกลุ่มนี้ ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Cap) ที่ติดอันดับโลกเป็นจำนวนมาก เช่น MICROSOFT, EBAY, ALIBABA, TENCENT, AMAZON, FACEBOOK, UBER, AIRBNB, YOUTUBE, NETFLIX, SPOTIFY, เป็นต้น

สำหรับธุรกิจดิจิทัลในประเทศไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่คาดว่าจะมีการพัฒนาตามแนวโน้มของโลกในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นถ้าผู้ลงทุนผู้ใดสามารถค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของการเปลี่ยนแปลง ราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยีได้ ผู้นั้นย่อมได้เปรียบผู้อื่นเพราะจะสามารถคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยีและเลือกลงทุนในแนวทางที่จะได้รับประโยชน์มากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี คือ ปัจจัยพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค ปริมาณเงิน ราคาทองคำ ผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล อายุ 5 ปี (ใช้แทนอัตราดอกเบี้ย) ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (ใช้แทนผลิตภัณฑ์มวลรวม) มูลค่าซื้อขายหลักทรัพย์สุทธิโดยรวม และราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยีในเดือนก่อนหน้า เป็นต้น จากปัจจัยเหล่านี้เป็นที่น่าสนใจว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนด หรือมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนที่ลงทุนในราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี และยังสามารถเป็นข้อมูลที่จะช่วยในการวิจัยเพื่อการพัฒนาตลาดหุ้นต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

นพพล ฉั่วโรจนพงศ์. (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อราคามูลค่าหลักทรัพย์สินสุทธิต่อหน่วยลงทุนกองทุนเช็ท50 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคามูลค่าหลักทรัพย์สินสุทธิของหน่วยลงทุนกองทุนเช็ท50 โดยใช้แบบจำลอง สร้างความสัมพันธ์ระหว่างราคามูลค่า

ทรัพย์สินสุทธิของหน่วยลงทุนกองทุนรวมในเซต50 ทั้งหมด 5 กองทุนซึ่งตัวแปรตาม กับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อราคามูลค่าทรัพย์สินสุทธิของหน่วยลงทุนผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าตัวแปรทางเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินสุทธิต่อหน่วยของกองทุนต่อหน่วย อย่างมีนัยสำคัญ

อริวัฒน์ วงศ์ประไพโรจน์. (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นกลุ่มการแพทย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจกับการเคลื่อนไหวของดัชนีราคาหุ้นกลุ่มการแพทย์ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมจากหน่วย งานภาครัฐ มีระยะเวลาการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2543-ไตรมาสที่ 4 ของปี 2553 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าตัวแปรอิสระที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจ คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคและดัชนีค่าเงินบาทมีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหุ้นกลุ่มการแพทย์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 83% โดยดัชนีค่าเงินบาทมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกับดัชนีราคาหุ้นกลุ่มแพทย์ และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาหุ้นกลุ่มการแพทย์

ชัยภัทร เลิศจากรุโชคขจร. (2551) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อดัชนีหลักทรัพย์กลุ่มบริการ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อดัชนีหลักทรัพย์กลุ่มบริการ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา (Secondary time series data) รายเดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2547 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ.2551 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีหลักทรัพย์กลุ่มบริการอย่างมีนัยสำคัญในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ดัชนีหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดัชนีดาวโจนส์ในเดือนปัจจุบัน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาท: ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) มีผลในทิศทางตรงกันข้าม นักลงทุนสามารถนำผลการศึกษานี้ไปพิจารณาประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์กลุ่มบริการได้.

จุฑาภรณ์ ยาชะวะณา. (2550) ศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ กลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์มหภาคที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาด20 หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปริมาณเงินในความหมายกว้าง อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย การลงทุนในดัชนีกลุ่มธนาคารพาณิชย์ สินทรัพย์ในการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบรายเดือน ช่วงเดือนมกราคม 2545 ถึงเดือนธันวาคม 2549 โดยใช้วิธีการทดสอบความสัมพันธ์เชิงดูยภาพระยะยาว Johansen Juselius ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ดัชนีราคาหลักทรัพย์กลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณเงินในความหมายกว้าง อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน และส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย ในขณะที่การลงทุนในดัชนีกลุ่มธนาคารพาณิชย์และสินทรัพย์ในการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

ข้อมูลที่ใช้

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประเภทอนุกรมเวลา (Time Series) รายเดือน ระหว่างวันที่ มกราคม 2557 ถึง ธันวาคม 2561 รวม 60 เดือน ซึ่งมีแหล่งที่มาจาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า ประกอบด้วย

ลำดับ	ตัวแปร	สัญลักษณ์
1	ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี	ICT INDEX
2	ดัชนีราคาผู้บริโภค	CPI
3	ราคาทองคำ	G
4	ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม	MPI
6	ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	SET INDEX
7	ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยีเดือนก่อนหน้า	ICT INDEX(t-1)
8	มูลค่าซื้อขายหลักทรัพย์สุทธิรวม	V
9	ปริมาณเงิน	M2
10	ผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล อายุ 5 ปี	BOND

หมายเหตุ ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบจะใช้ค่าเป็น Logarithm ซึ่งสัมพันธ์ที่ประมาณการจากสมการถดถอยจะมีค่าเป็นความยืดหยุ่น (Elasticity)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้เป็น 4 ส่วน ได้แก่

1) การทดสอบ unit root

เพื่อทดสอบความนิ่ง (stationary) ของข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการการศึกษา ซึ่งจะใช้วิธี Augmented Dickey-Fuller Test ในการทดสอบ โดยการทดสอบด้วยแบบจำลองที่มีจุดตัดแกนและแนวโน้มของเวลา แบบจำลองมีจุดตัดแกนอย่างเดียว และแบบจำลองไม่มีทั้งจุดตัดแกนและแนวโน้มของเวลา

2) การทดสอบ Cointegration

เป็นการทดสอบความสอดคล้องของข้อมูลอนุกรมเวลาของตัวแปรคู่ใดหรือกลุ่มใดว่ามีการเคลื่อนไหวที่สอดคล้องกันหรือไม่ ภายใต้สมมติฐานทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า ในดุลยภาพระยะยาวตัวแปรทั้งกลุ่มที่ทำการทดสอบควรมีทิศทางที่สอดคล้องกัน แม้ว่าในระยะสั้นอาจไม่สามารถกำหนดทิศทางที่แน่นอนได้ก็ตาม และยังเป็น การทดสอบการเคลื่อนไหวของค่าความคลาดเคลื่อน (Error term) ของสมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการทดสอบ วิธีการทดสอบ Cointegration

นั้นต้องทำการทดสอบความนิ่ง (Stationary) ของข้อมูลอนุกรมเวลาโดยใช้วิธี Augment Dickey-Fuller Test (ADF Test) ก่อน การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการของ Johansen's Cointegration Test มาใช้ในการทดสอบ โดย Johansen's Cointegration Test นั้นเป็นวิธีการสำหรับทดสอบความเคลื่อนไหวไปด้วยกัน (Cointegration) ของตัวแปรข้อมูลอนุกรมเวลา โดยอนุญาตให้สมการมีความสัมพันธ์ในลักษณะความเคลื่อนไหวไปด้วยกันของตัวแปรให้มีได้มากกว่า 1 ความสัมพันธ์

3) การทดสอบ Error Correction Model (ECM)

แม้ว่าตัวแปรทั้งสองหรือทั้งกลุ่มมีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว แต่ในระยะสั้นอาจจะมีการแกว่งตัวออกนอกดุลยภาพอันเนื่องมาจาก shock จากภายนอกได้ ดังนั้นจึงกำหนดให้พจน์ค่าความคลาดเคลื่อนในสมการที่เคลื่อนไหวร่วมไปด้วยกันเป็นค่าความคลาดเคลื่อนดุลยภาพ (equilibrium error) และนำเอาพจน์ค่าความคลาดเคลื่อนนี้ไปผูกพฤติกรรมระยะสั้นกับระยะยาวได้ ลักษณะสำคัญของตัวแปรร่วมกันไปด้วยกัน ก็คือวิถี (time path) ของตัวแปรเหล่านี้จะได้รับอิทธิพลจากการเบี่ยงเบนจากดุลยภาพระยะยาว และถ้าระบบจะกลับไปสู่ดุลยภาพระยะยาว การเคลื่อนไหวของตัวแปรอย่างน้อยบางตัวแปรจะต้องตอบสนองต่อขนาดของการออกนอกดุลยภาพใน error correction mechanism หรือพลวัตพจน์ระยะสั้น (short - term dynamics) ของตัวแปรในระบบซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากการเบี่ยงเบนจากดุลยภาพ (ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ 2547)

4) การทดสอบ Granger Causality

เป็นการทดสอบทางสถิติในเรื่องของความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างข้อมูลอนุกรมเวลา 2 ชุด ซึ่งการทดสอบ Granger Causality จะทำให้ทราบถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลง ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่างๆ

ผลการศึกษา/วิเคราะห์/วิจารณ์

ผลการศึกษสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

การทดสอบความนิ่ง (unit root)

การทดสอบความนิ่ง ใช้สมมติฐานหลัก (Ho: Null Hypothesis) คือ ข้อมูลมีลักษณะไม่นิ่ง (Non-stationary) และใช้ ADF statistic เป็นค่าทางสถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน หากค่าสัมบูรณ์ของ ADF-statistic

เริ่มจากการทดสอบข้อมูลที่ระดับ Level ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีลักษณะไม่นิ่ง (Non-stationary) ที่ระดับ level โดยพิจารณาจากค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ต่อจากนั้นจึงได้ทำการ Differencing ตัวแปรครั้งที่ 1 เพื่อทดสอบความนิ่งของข้อมูลที่ผ่านมาการแปลงเป็นผลต่าง พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีลักษณะนิ่ง (Stationary) ที่ระดับ first difference หรือมีลักษณะเป็น I(1) โดยพิจารณาจากค่า

ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลของตัวแปรทั้ง 8 ตัว มี Order of Integreation ณ ระดับ I(1) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบ unit root ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test ณ ระดับ1st Difference

Variable	Include in Test Equation	ADF Test Statistic	Prob.
CPI	Trend and Intercept	-2.92192	0.0499
	Intercept	-5.183271	0.0005
	None	-3.990631	0.0001
G	Trend and Intercept	-6.425689	0.0000
	Intercept	-6.374531	0.0000
	None	-6.480326	0.0000
MPI	Trend and Intercept	-4.747098	0.0003
	Intercept	-5.305776	0.0004
	None	-4.438242	0.0000
SET INDEX	Trend and Intercept	-6.909221	0.0000
	Intercept	-6.957938	0.0000
	None	-6.93204	0.0000
ICT INDEX	Trend and Intercept	-7.376879	0.0000
	Intercept	-6.957938	0.0000
	None	-6.93204	0.0000
V	Trend and Intercept	-13.14703	0.0000
	Intercept	-13.09899	0.0000
	None	-13.21732	0.0000
M2	Trend and Intercept	-5.662084	0.0000
	Intercept	-5.633051	0.0001
	None	-2.056969	0.0390
BOND	Trend and Intercept	-5.443421	0.0000
	Intercept	-5.744655	0.0001
	None	-5.377305	0.0000

ที่มา : จากการคำนวณ

การทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว (Cointegration test)

เป็นการทดสอบว่าในดุลยภาพระยะยาวตัวแปรทั้งหมดจะมีการเคลื่อนไหวร่วมกันไปด้วยกันหรือไม่อย่างไร โดยใช้ Trace test และ Maximal Eigenvalue test พบว่า ตัวแปรทั้งหมดที่นำมาทดสอบมีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบ Cointegration

Hypothesized		Trace	0.05	
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.**
None *	0.720788	256.4424	197.3709	0.0000
At most 1 *	0.612126	186.2742	159.5297	0.0008
At most 2 *	0.515584	134.1851	125.6154	0.0135
At most 3	0.415457	94.32052	95.75366	0.0625
At most 4	0.323872	64.78963	69.81889	0.1180
At most 5	0.290820	43.26414	47.85613	0.1263
At most 6	0.190646	24.36363	29.79707	0.1855
At most 7	0.143925	12.73012	15.49471	0.1251
At most 8 *	0.073239	4.183269	3.841466	0.0408

* At most 1* หมายถึง สมมติฐานพื้นฐานคือ H_0 : มีสมการดุลยภาพระยะยาวอย่างมาก 1 สมการ At most 2 หมายถึง สมมติฐานพื้นฐานคือ H_0 : มีสมการดุลยภาพระยะยาวอย่างมาก 2 สมการค่า เป็นต้น

ตารางที่ 3 การประมาณการความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว (Cointegration) ได้ผลดังนี้

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	30.51184	8.204256	3.719025	0.0005
BOND	-0.018468	0.022303	-0.82803	0.4116
Xt-1(G)	-0.1486	0.157746	-0.94202	0.3507
Xt-1(V)	-0.03589	0.025413	-1.41227	0.1641
Xt-1(SET_INDEX)	0.5603	0.144398	3.880244	0.0003***
Xt-1(M2)	-0.702868	0.39918	-1.76078	0.0844*
Xt-1(MPI)	0.15045	0.177562	0.847314	0.4009
Xt-1(CPI)	-4.412946	2.382089	-1.85255	0.0699*
Xt-1(ICT_INDEX1)	0.661772	0.074936	8.831183	0.0000***

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10 ** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 *** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ผลของการประมาณการสมการ Cointegration ข้างต้น สามารถอธิบายลักษณะของความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ถ้า ICTINDEX ของเดือนก่อนหน้าเพิ่มขึ้น 1% ICTINDEX ของงวดนี้จะเพิ่มขึ้น 0.66% ถ้า CPI เพิ่มขึ้น 1% ICTINDEX จะลดลง 4.41% ถ้า G เพิ่มขึ้น 1% ICTINDEX ลดลง 0.15% ถ้า MPI เพิ่มขึ้น

1% ICTINDEX จะเพิ่มขึ้น 0.15%% ถ้า SETINDEX เพิ่มขึ้น 1% ICTINDEX จะเพิ่มขึ้น 0.56% ถ้า V เพิ่มขึ้น 1% ICTINDEX จะลดลง 0.04% ถ้า M2 เพิ่มขึ้น 1% ICTINDEX จะลดลง 0.70% ถ้า BOND เพิ่มขึ้น 1% ICTINDEX จะลดลง 0.02%

การทดสอบความสัมพันธ์ระยะสั้นตามแบบจำลอง Error Correction Model (ECM)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การปรับตัวระยะสั้นตามแบบจำลอง ECM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(BOND)	-0.061167	0.057781	-1.058602	0.2951
D(Xt-1(CPI))	0.680693	3.927332	0.173322	0.8631
D(Xt-1(G))	0.227392	0.224955	1.010831	0.3172
D(Xt-1(ICT_INDEX1))	0.325526	0.222014	1.46624	0.1491
D(Xt-1(M2))	-1.23284	0.895337	-1.376956	0.1749
D(Xt-1(MPI))	0.066607	0.10536	0.63219	0.5303
D(Xt-1(SET_INDEX))	1.00956	0.207896	4.856077	0.0000
D(Xt-1(V))	-0.002456	0.020152	-0.121851	0.9035
RESID(-1)	-0.556444	0.265161	-2.098515	0.0411

* D ที่ใช้นำหน้าตัวแปร หมายถึง First Difference

ค่าสัมประสิทธิ์ของค่าความคลาดเคลื่อน (Error Correction) มีค่าเป็นลบเท่ากับ -0.556444 ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่แสดงความเร็วของการปรับตัวของดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยีและตัวแปรอื่นๆ เพื่อเข้าสู่ดุลยภาพในระยะยาวในอัตรา 55.56% ของการเบี่ยงเบนจากดุลยภาพ อันมีสาเหตุจาก Shock ภายในงวดถัดไป

ให้สังเกตว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ไม่มีนัยสำคัญในทุกระดับ (ยกเว้น SET_INDEX) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของตลาดตราสารการเงิน (Financial Market Efficiency) ที่กล่าวว่าราคาหุ้นจะสะท้อนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมด (Available Information) หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ เราจะไม่สามารถจะใช้ตัวแปรใดๆ ที่ทราบค่าเป็นที่แน่นอนแล้วในอดีต มาพยากรณ์ราคาหุ้นในอนาคตได้นั่นเอง

การทดสอบสมมติฐานความเป็นเหตุเป็นผล (Granger Causality Test) ได้ผลดังนี้ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) มีอิทธิพลต่อ ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี (ICTINDEX) เพียงทิศทางเดียว

ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี (ICTINDEX) และ ราคาทองคำ (G) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี (ICTINDEX) และ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน

ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี (ICTINDEX) มีอิทธิพลต่อ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET INDEX) เพียงทิศทางเดียว

ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี (ICTINDEX) และ มูลค่าซื้อขายหลักทรัพย์สุทธิรวม (V) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน

ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี (ICTINDEX) และ ปริมาณเงิน (M2) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน

ดัชนีกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี (ICTINDEX) และ ผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล อายุ 5 ปี (BOND) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูลหรือ Unit Root ด้วยวิธี Augmented Dicky-Fuller Test (ADF) พบว่าตัวแปรทั้งหมดที่นำมาทดสอบ มีลักษณะไม่นิ่ง (non-stationary) ที่ระดับ Level ของข้อมูลและมีลักษณะนิ่ง (Stationary) ที่ระดับ 1st Difference :ซึ่งเรียกว่ามี Order of Integration เท่ากับ 1 หรือ I(1) จึงสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวและการปรับตัวระยะสั้น และทำการทดสอบสมมติฐานความเป็นเหตุเป็นผล (Granger Causality Test) ได้ต่อไป

การทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในดุลยภาพระยะยาวด้วยวิธี Johanson's Co-integration Test พบว่าในดุลยภาพระยะยาวตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

ต่อไปเป็นการศึกษาการปรับตัวในระยะสั้น โดยการใช้ Error Correction Model (ECM) ซึ่งได้ทำการประมาณการ (Estimate) โดยใช้ค่า 1st Difference ของค่า logarithm ของตัวแปรต่างๆ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของ Error Correction Term หรือ RESID(-1) มีค่าเท่ากับ -0.556444 ซึ่งหมายความว่าระบบอันประกอบด้วยตัวแปรทั้ง 8 ตัวแปรดังกล่าว จะปรับตัวกลับเข้าสู่ดุลยภาพระยะยาวเท่ากับร้อยละ 55.64% ของขนาดของการแกว่งตัวอันเนื่องจาก shock ได้ในงวดถัดไป

ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการนำข้อมูลมาทำการทดสอบสมมติฐานเชิงเป็นเหตุเป็นผลด้วยวิธี Granger Causality Test ผลการทดสอบพบว่าตัวแปรที่เป็นเหตุเป็นผลต่อดัชนีราคาหุ้นกลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี มีเพียง ดัชนีราคาผู้บริโภค และดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ (SET) เท่านั้น

การที่ตัวแปรอิสระต่างๆส่วนใหญ่ไม่มีอิทธิพลต่อราคาหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ หรืออีกนัยหนึ่งคือเราไม่สามารถนำตัวแปรอิสระเหล่านี้มาใช้พยากรณ์ราคาของหุ้นได้นั้น สอดคล้องกับทฤษฎีประสิทธิภาพของตลาดการเงิน (Financial Market Efficiency) ที่กล่าวว่า เราไม่สามารถใช้ตัวแปรใดๆ ที่ทราบค่าแน่นอนแล้วมาพยากรณ์ราคาหุ้นอย่างเป็นระบบได้ เนื่องจากราคาหุ้นปัจจุบันได้สะท้อนข้อมูลข่าวสารทั้งหมดไว้แล้ว



ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยการใช้แบบจำลองอื่นๆ เช่น GARCH (Generalized AutoRegressive Conditional Heteroschedasticity), ARDL (AutoRegressive Distributed Lags) หรือ VAR (Vector AutoRegressive) เพื่อทดสอบการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นในมิติต่างๆ มากขึ้น

2. ควรศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างตลาดการเงินต่างๆ เช่น ตลาดหุ้น ตลาดโภคภัณฑ์ล่วงหน้า ตลาดทองคำ เป็นต้น เพื่อทดสอบว่าตลาดเหล่านี้ มีความเชื่อมโยง (Linkage) กันมากน้อยหรือไม่เพียงใด เพื่อจะตอบคำถามว่าเราสามารถใช้ทิศทางการเคลื่อนไหวของตลาดหนึ่ง ไปพยากรณ์ความเคลื่อนไหวของอีกตลาดหนึ่งได้หรือไม่เพียงใด

REFERENCES

- Atiwat, V. (2011). *Economic factors affecting the price movement of medical stocks*. Master of Business Administration. Bangkok University, Bangkok.
- Chaiphath, C. (2006). *Derivatives and SET 50 Index Futures*. Master of Economics Program. Kasetsart University, Bangkok.
- Chutawiriya, P. (2003). *Economic factors affecting the price of securities in the Stock Exchange of Thailand*. Master's Degree. Graduate School Business Economics Program. Khon Kaen University, Khon Kaen.
- Dhamwiworn, K. (2000). *The Relationship between Stock Exchange of Thailand (SET) Index and Economic Indicators*. Master of Economics Program, Chiang Mai University, Chiang Mai.
- Khomsoa, P. (1994). *Principles of investment*. Bangkok: Thammasat University Press Thailand, case study of the energy group between 1 July 2001 - 30 June 2002. Master's Degree, Graduate School, Business Economics. Khon Kaen University, Khon Kaen.
- Kitchaicharoen, J. (1997). *Pricing of Initial Public Offerings of Common Stock New Issues and Their Price Performance in Securities Exchange of Thailand*. Master of Economics Program. Chiang Mai University, Chiang Mai.



- Kobkooksai Singthong. 2003. Excessive adjustment of return on securities. In the Stock Exchange of Thailand. For completion of the Master of Science (Economics), Kasetsart University.
- Noppon, V. (2017). *Economic Factors Affecting Net Asset Value of The Set50 Index Fund*. Master of Business Administration. Bangkok University, Bangkok.
- Songgam, P. (2003). *Relationship between Stock Price Index of The Stock Exchange of Thailand and stock market index in Asia*. Master of Economics degree, Graduate School, Chiang Mai University, Chiang Mai.
- The Stock Exchange of Thailand. (2004). New steps ... Accounting Council. Stock Exchange Journal. *Journal of Stock Exchange*, 8(4), 3.
- The Stock Exchange of Thailand. (2003). 2 years New Stock Exchange Create business opportunities SMEs. *Stock Exchange of Thailand Journal*, 7(5), 5.
- Ueasin, C. (2003). *Rate of return and risk in the Stock Exchange of Thailand*. Master's Degree. Graduate School Business Economics Program, Khon Kaen University, Khon Kaen.



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามกฎ และการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัยของ
พนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพ
ปริมณฑล และภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

Factors Influencing Safety Compliance and Safety Participation of the
Drivers of Consumer Goods Carrier Companies in the Bangkok
Metropolitan Region and the Eastern Region of Thailand

วสุ งามเจริญ¹ สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์² อัมพล ชูสนุก³
Wasu Ngamcharoen¹ Surasidh Boonchunone² Ampon Shoosanuk³

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

¹Master of Business Administration Logistics and Supply Chain Management,
Faculty of Business, Ramkhamhaeng University, Thailand

Tel. 06-4692-9289 E-mail: wasusks@gmail.com

²อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร โครงการปริญญาตรีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²Lecturer Responsible for the Program in Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand

Tel. 08-6698-5678 E-mail: surasidh.b@ru.ac.th

³นักวิจัยอิสระ

³Independent Scholar

Tel. 09-2871-5516 E-mail: amponsh@gmail.com

(Received: October 16, 2020 ; Revised: November 20, 2020 ; Accepted: December 9, 2020)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับพนักงาน ชั่นตอน บรรยากาศ ต่อแรงจูงใจ ความรู้ การมีส่วนร่วม และการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยของพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพปริมณฑลและภาคตะวันออกเฉียง กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำวิจัยเชิงประจักษ์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพปริมณฑลและภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำนวน 546 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่

การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยแสดงว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงาน ขั้นตอน บรรยากาศ ต่อแรงจูงใจ ความรู้ การมีส่วนร่วม และการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยของพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 464.348 ท้องศาอิสระ (df) เท่ากับ 420 ค่าความน่าจะเป็น (p -value) เท่ากับ 0.650 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.105 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.953 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ ($AGFI$) เท่ากับ 0.934 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ($RMSEA$) มีค่าเท่ากับ 0.012 นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า (1) การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงาน ขั้นตอนด้านความปลอดภัย และบรรยากาศด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย (2) การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงาน ขั้นตอนด้านความปลอดภัย บรรยากาศด้านความปลอดภัยมีอิทธิพล และความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย (3) ความรู้ด้านความปลอดภัยและแรงจูงใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย และ (4) ความรู้ด้านความปลอดภัย และแรงจูงใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงาน, ขั้นตอนด้านความปลอดภัย, บรรยากาศด้านความปลอดภัย, ความรู้ด้านความปลอดภัย, แรงจูงใจด้านความปลอดภัย, การปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย, การมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย

Abstract

The objectives of this research were to develop and validate a causal relationship model of factors influencing safety compliance and safety participation of the drivers of consumer goods carrier companies in Bangkok & metropolitan region and the eastern region of Thailand. The researchers used quantitative methods which involved empirical research. The research tool was a questionnaire to collect data from 546 drivers of consumer goods carrier companies in the Bangkok & metropolitan region and the eastern region of Thailand. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and structural equation model analysis.

It was found that the model was consistent with the empirical data. Goodness of fit measures were found to be: Chi-square = 464.348 ($df = 420$, p -value = 0.650); Relative Chi-square (χ^2/df) = 1.105; Goodness of Fit Index (GFI) = 0.953; Adjusted Goodness of Fit Index ($AGFI$) = 0.934; and Root Mean Square Error of Approximation ($RMSEA$) = 0.012. It was also found that; (1) worker involvement, safety procedures, and safety climate had a positive and direct influence on safety knowledge. (2) worker involvement, safety procedures, safety climate, and safety knowledge had a positive and direct influence on safety motivation. (3) safety knowledge and safety motivation had a positive and direct influence on safety compliance; and (4) safety knowledge and safety motivation had a positive and direct influence on safety participation.

Keywords: *worker involvement, safety procedures, safety climate, safety knowledge, safety motivation, safety compliance, safety participation*

บทนำ

การขนส่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบกระจายสินค้า และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้า หรือบริการ (อัศวพล ชุณหเกียรติ์สกุล, 2559) เพราะการขนส่งทำหน้าที่ในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเข้ามาสู่โรงงาน และเคลื่อนย้ายสินค้าจากโรงงานไปยังผู้บริโภค นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งยังมีผลต่อต้นทุนรวม ค่าขนส่งถือเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งในการกำหนดราคาสินค้า (ศิริพร ฤติย์ประเสริฐ, 2558) การขนส่งทางถนนโดยใช้รถยนต์ หรือทางรถบรรทุก เป็นหัวใจของการขนส่งทางบกมีการเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง (iM2 Markt) การเกิดอุบัติเหตุทางถนนส่งผลให้เกิดภาวะตึงเครียดทางการเงินในเศรษฐกิจของประเทศทำให้เกิดความสูญเสียคิดเป็นร้อยละ 1-2 ของ GDP (บริษัท ทีเอฟที ทรานสปอร์ต จำกัด, 2560) ซึ่งปัญหาเรื่องอุบัติเหตุถือว่าเป็นวาระใหญ่ระดับประเทศไทยที่แทบทุกรัฐบาลได้ให้ความสำคัญมาต่อเนื่อง ถึงขนาดบรรจุไว้เป็นวาระแห่งชาติ (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2561) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเกิดอุบัติเหตุทางถนนจำนวนมาก ทำให้เกิดความสูญเสียที่คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจราว 5 แสนล้านบาทต่อปี (ณัชชา โอเจริญ, 2560) ผู้วิจัยจึงนำเสนองานวิจัยนี้ เพื่อเป็นแนวทางในส่งเสริมให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนที่มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของการมีส่วนเกี่ยวข้องของพนักงาน ขั้นตอน บรรยากาศ ต่อแรงจูงใจ ความรู้ การมีส่วนร่วม และการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยของ

พนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับพนักงาน ขั้นตอน บรรยากาศ ต่อแรงจูงใจ ความรู้ การมีส่วนร่วม และการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยของพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กับข้อมูลเชิงประจักษ์

การทบทวนวรรณกรรม

อิทธิพลของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับพนักงาน ขั้นตอนด้านความปลอดภัย และบรรยากาศด้านความปลอดภัยต่อความรู้ด้านความปลอดภัย

ความรู้ด้านความปลอดภัย หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับวิธีการในการขนส่งสินค้าได้อย่างปลอดภัย (Drew, 2014, p. 16) จากการทบทวนวรรณกรรมชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับด้านความปลอดภัยก่อให้เกิดความรู้ด้านความปลอดภัย (Hofmann, Burke, & Zohar, 2017) นอกจากนี้ยังพบว่า ขั้นตอนด้านความปลอดภัยส่งผลทางบวกกับความรู้ด้านความปลอดภัย (Mirza, Isha, Memon, Azeem, & Zahid, 2019) และบรรยากาศด้านความปลอดภัยนำไปสู่ความรู้ด้านความปลอดภัย (Fargnoli & Lombardi, 2019) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับพนักงานมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 2 (H2) ขั้นตอนด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 3 (H3) บรรยากาศด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย

อิทธิพลของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับพนักงาน ขั้นตอนด้านความปลอดภัย บรรยากาศด้านความปลอดภัย และความรู้ด้านความปลอดภัยต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย

Neal and Griffin (2006) กล่าวว่า แรงจูงใจด้านความปลอดภัย หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่พยายามผลักดันให้ออกกฎระเบียบเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านความปลอดภัย และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเหล่านั้นนอกจากนี้การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับพนักงานจะช่วยสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน (Gao, Fan, Wang, Li, & Pei, 2019) การมีขั้นตอนด้านความปลอดภัยในปฏิบัติงานในสถานที่ทำงานที่ชัดเจนจะทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจที่จะปฏิบัติตาม (Stratman & Youssef-Morgan, 2019) รวมทั้งการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานเพื่อสร้างบรรยากาศด้านความปลอดภัยจะช่วยให้พนักงานเกิด

แรงจูงใจด้านความปลอดภัยที่สูงขึ้น (Hedlund, Åteg, Andersson, & Rosén, 2010) นอกจากนี้การให้ความรู้ด้านความปลอดภัยกับพนักงานเพิ่มมากขึ้นยังช่วยให้พนักงานเกิดแรงจูงใจที่มากขึ้นด้วย (Mariani, Vignoli, Chiesa, Violante, & Guglielmi, 2019) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 (H4) การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงานมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 5 (H5) ขั้นตอนด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 6 (H6) บรรยากาศด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 7 (H7) ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย

อิทธิพลของความรู้ด้านความปลอดภัย และแรงจูงใจด้านความปลอดภัยต่อการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย

การปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย หมายถึง กิจกรรมความปลอดภัยหลักที่จำเป็นในการดำเนินการโดยบุคคลที่จะก่อให้เกิดความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน (Griffin & Neal, 2000, p. 349) จากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ความรู้ด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ขับเคลื่อนให้พนักงานปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย (Lee, Lu, Yang, & Chang, 2019) นอกจากนี้แรงจูงใจด้านความปลอดภัยยังเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่จะขับเคลื่อนการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยเช่นเดียวกัน (Jiang & Probst, 2016) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 8 (H8) ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 9 (H9) แรงจูงใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย

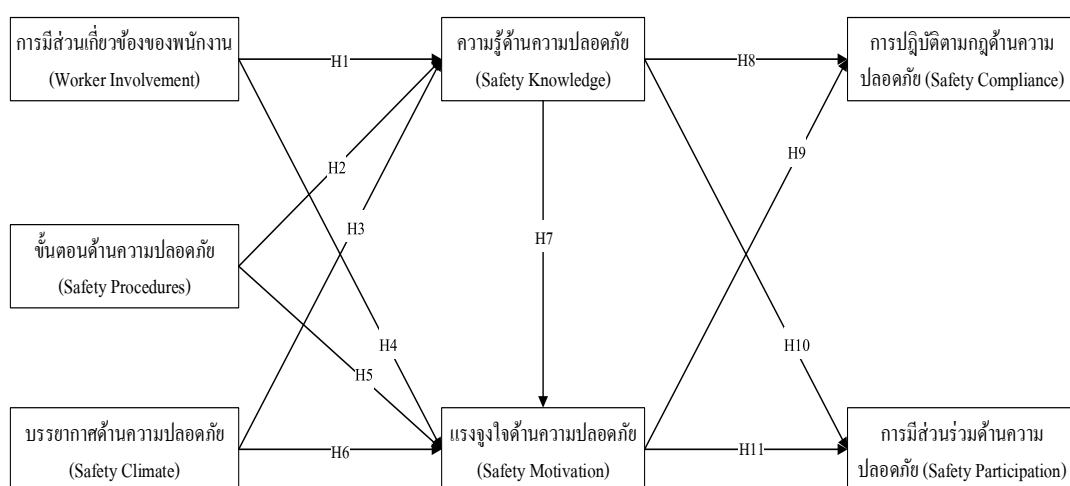
อิทธิพลของความรู้ด้านความปลอดภัย และแรงจูงใจด้านความปลอดภัยต่อการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย

การมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย หมายถึง พฤติกรรมซึ่งอาจจะไม่ได้มีส่วนร่วมโดยตรงต่อความปลอดภัยในสถานที่ทำงานเท่านั้น แต่จะช่วยในการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนความปลอดภัย (Griffin & Neal, 2000, p. 349) เมื่อพนักงานมีความรู้ด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นด้วย (He, Jia, McCabe, & Sun, 2019) นอกจากนี้ยังพบว่าแรงจูงใจด้านความปลอดภัยนำไปสู่การมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัยเช่นเดียวกัน (Osman, Khalid, & AlFqeeh, 2019) ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 10 (H10) ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 11 (H11) แรงจูงใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยนำเสนอกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภคและบริโภคในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย การกำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ Stevens (2012) แนะนำว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood ขนาดตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 15 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด 34 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ควรมีอย่างน้อยเท่ากับ $15 \times 34 = 510$ คน ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลได้จำนวน 546 ชุด โดยทำการเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวกจากพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภคและบริโภคในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภคและบริโภคในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล และภาคตะวันออกของประเทศไทย ส่วนที่ 2 การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงาน ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Vinodkumar and Bhasi (2010) ส่วนที่ 3 ขั้นตอนด้านความปลอดภัย ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Neal and Griffin (2006) ส่วนที่ 4 บรรยากาศด้านความปลอดภัย ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Neal and Griffin (2006) ส่วนที่ 5 ความรู้ด้านความปลอดภัย ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Drew (2014) ส่วนที่ 6 แรงจูงใจด้านความปลอดภัย ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Neal and Griffin (2006) ส่วนที่ 7 การปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Neal and Griffin (2006) และส่วนที่ 8 การมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Neal and Griffin (2006)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม และวัดประสิทธิผลโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน นอกจากนี้ยังได้ทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง ($n=40$) และข้อมูลที่เก็บจริงของพนักงาน ($n=546$) โดยเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปรต้องมีค่ามากกว่า .70 (Sarstedt, 2019) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item-Total Correlation) ของแต่ละข้อคำถามต้องมีค่ามากกว่า 0.3 (Field, 2009) ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงพบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อคำถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละข้อคำถามต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ค่า Average Variance Extracted ของแต่ละตัวแปรต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) ของแต่ละตัวแปรต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014) ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยง และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (n = 546)

ตัวแปร	Cronbach's Alpha	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงาน (WIM)	.854	0.559	0.932
ขั้นตอนด้านความปลอดภัย (SPD)	.878	0.540	0.848
บรรยากาศด้านความปลอดภัย (SCM)	.869	0.517	0.842
ความรู้ด้านความปลอดภัย (SKL)	.885	0.652	0.903
แรงจูงใจด้านความปลอดภัย (SMV)	.871	0.688	0.917
การปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย (SCP)	.854	0.744	0.921
การมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย (SPT)	.859	0.730	0.915

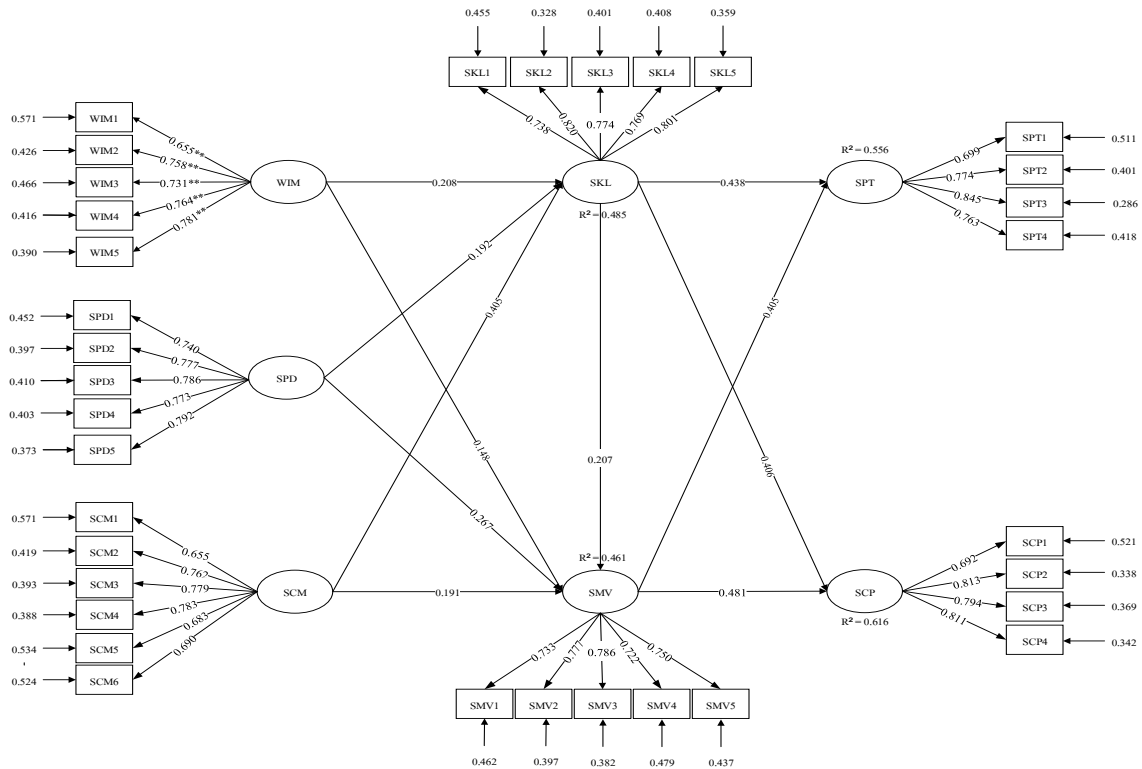
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อการทดสอบสมมติฐานทั้งนี้ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติพหุตัวแปรในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง อันได้แก่ (1) การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของการประมาณค่าของตัวแปร หรือความแกร่ง (Robustness) ของการประมาณค่าสถิติวิเคราะห์ที่ใช้ (2) ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติของตัวแปรตามที่มีการกระจายไม่ต่างกันทุกค่าของตัวแปรต้น และ (3) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (Linearity) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปร (Sarstedt, 2019) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลของตัวแปรทั้งหมด เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 546 คน เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 94.14 มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.28 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.17 มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 41.76 เวลานอนหลับรวมเฉลี่ยต่อวัน 4 – 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 49.29 เวลาขับรถรวมเฉลี่ย 5.1 – 8.0 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 35.71 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.67

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงาน (WIM) ขั้นตอนด้านความปลอดภัย (SPD) บรรยากาศด้านความปลอดภัย (SCM) ความรู้ด้านความปลอดภัย (SKW) แรงจูงใจด้านความปลอดภัย (SMV) การปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย (SCP) และการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย (SPT) อยู่ในระดับสูง



$\chi^2=464.348$, $df=420$, $\chi^2/df=1.105$, $p\text{-value}=0.650$, $RMSEA = 0.012$, $GFI = 0.953$, $AGFI = 0.934$

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงว่า โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับพนักงาน ขึ้นตอน และบรรยากาศด้านความปลอดภัยต่อแรงจูงใจ ความรู้ การปฏิบัติตามกฎ และการมีส่วนร่วม ด้านความปลอดภัยของพนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออกของประเทศไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 464.348 ที่องศาอิสระ (df) 420 ค่าความน่าจะเป็น ($p\text{-value}$) เท่ากับ 0.650 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.105 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.953 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ ($AGFI$) เท่ากับ 0.934 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ($RMSEA$) เท่ากับ 0.012 นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า (1) การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงานมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย (2) ขึ้นตอนด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย (3) บรรยากาศด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย (4) การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงานมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย (5) ขึ้นตอนด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย (6) บรรยากาศด้าน

ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย (7) ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย (8) ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย (9) แรงจูงใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย (10) ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย (11) แรงจูงใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัยโดยตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบาย ความรู้ด้านความปลอดภัย แรงจูงใจด้านความปลอดภัย การปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย และการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย ได้ร้อยละ 48.50, 46.10, 61.60 และ 55.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรคลัสเตอร์ ตัวแปรสาเหตุ	SKL			SMV			SPT			SCP			
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	
WIM	0.208** (0.055)		0.208** (0.055)	0.148** (0.057)	0.043** (0.016)	0.191** (0.057)				0.169** (0.038)	0.169** (0.038)	0.176** (0.040)	0.176** (0.040)
SPD	0.192** (0.053)		0.192** (0.053)	0.267** (0.055)	0.040** (0.015)	0.307** (0.056)				0.209** (0.038)	0.209** (0.038)	0.226** (0.040)	0.226** (0.040)
SCM	0.405** (0.057)		0.405** (0.057)	0.191** (0.062)	0.084** (0.026)	0.275** (0.058)				0.289** (0.041)	0.289** (0.041)	0.297** (0.043)	0.297** (0.043)
SKL				0.207** (0.057)		0.207** (0.057)	0.438** (0.051)	0.084** (0.025)	0.522** (0.054)	0.406** (0.048)	0.099** (0.029)	0.505** (0.053)	0.505** (0.053)
SMV							0.405** (0.051)		0.405** (0.051)	0.481** (0.050)		0.481** (0.050)	0.481** (0.050)
ตัวแปรสังเกตได้	WIM1	WIM2	WIM3	WIM4	WIM5	SPD1	SPD2	SPD3	SPD4	SPD5	SCM1	SCM2	
ความเที่ยง	0.429	0.574	0.534	0.584	0.610	0.548	0.603	0.590	0.597	0.627	0.429	0.581	
ตัวแปรสังเกตได้	SCM3	SCM4	SCM5	SCM6	SKL1	SKL2	SKL3	SKL4	SKL5	SMV1	SMV2	SMV3	
ความเที่ยง	0.607	0.612	0.466	0.476	0.545	0.672	0.599	0.592	0.641	0.538	0.603	0.618	
ตัวแปรสังเกตได้	SMV4	SMV5	SPT1	SPT2	SPT3	SPT4	SCP1	SCP2	SCP3	SCP4			
ความเที่ยง	0.521	0.563	0.489	0.599	0.714	0.582	0.479	0.662	0.631	0.658			
ตัวแปรแฝงภายใน		SKL			SMV			SPT			SCP		
R ²		0.485			0.439			0.327			0.360		

$$\chi^2 = 464.348, df = 420, \chi^2/df = 1.105, p\text{-value} = 0.650, RMSEA = 0.012, GFI = 0.953, AGFI = 0.934$$

หมายเหตุ:

* หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ .05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ .01

อภิปรายผล

การมีส่วนเกี่ยวข้องของพนักงานมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Hofmann et al. (2017) กล่าวคือ หากผู้บริหารส่งเสริมให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยแล้วจะส่งผลทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัยบนท้องถนน นอกจากนี้ หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าให้ความร่วมมือในการระบuproblem ด้านความปลอดภัยแล้วจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าเกิดความเข้าใจถึงความรับผิดชอบของตนเองเกี่ยวกับความปลอดภัยบนท้องถนน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีส่วนเกี่ยวข้องด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดความรู้ด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

ขั้นตอนด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Mirza et al. (2019) กล่าวคือ หากองค์กรมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านความปลอดภัยอย่างเพียงพอเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานขับรถขนส่งสินค้าจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงวิธีการใช้อุปกรณ์ด้านความปลอดภัยบนท้องถนน นอกจากนี้หากขั้นตอน และแนวทางการปฏิบัติด้านความปลอดภัยในองค์กรมีประโยชน์ และมีประสิทธิผลจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าขั้นตอนการทำงานมาตรฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยบนท้องถนน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงขั้นตอนด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดความรู้ด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

บรรยากาศด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความรู้ด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Fagnoli and Lombardi (2019) กล่าวคือ หากฝ่ายบริหารให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเกี่ยวกับลำดับขั้นตอนในการปฏิบัติงานให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัยบนท้องถนน นอกจากนี้หากฝ่ายบริหารให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนน จะส่งผลให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงขั้นตอนการทำงานมาตรฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยบนท้องถนน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ารับรู้ได้ถึงบรรยากาศด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลทำให้เกิดความรู้ด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

การมีส่วนเกี่ยวข้องของพนักงานมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Gao et al. (2019) กล่าวคือ หากผู้บริหารยินดีรับความคิดเห็นจากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าก่อนการตัดสินใจขั้นสุดท้ายเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยจะส่งผลทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการทุ่มเทความพยายามในการปรับปรุงเพื่อให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนน นอกจากนี้หากผู้บริหารส่งเสริมให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย

ปลอดภัยจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกว่าเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนตลอดเวลา ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์ด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

ขั้นตอนด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Stratman and Youssef-Morgan (2019) กล่าวคือ หากหัวหน้างาน และฝ่ายบริหารขององค์กรบังคับใช้ขั้นตอนการทำงานที่ปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะลดความเสี่ยงของการเกิดเหตุการณ์อันอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน นอกจากนี้หากองค์กรมีการตรวจสอบด้านความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกว่าเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนตลอดเวลา ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงขั้นตอนด้านความปลอดภัยด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

บรรยากาศด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Hedlund et al. (2010) กล่าวคือ หากฝ่ายบริหารให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยบนท้องถนนในลำดับที่สูงมากจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะลดความเสี่ยงของการเกิดเหตุการณ์อันอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน นอกจากนี้หากฝ่ายบริหารให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกว่าเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนตลอดเวลา ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ารับรู้ได้ถึงบรรยากาศด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลทำให้เกิดแรงจูงใจด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อแรงจูงใจด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Mariani et al. (2019) กล่าวคือ หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงความรับผิดชอบของตนเองเกี่ยวกับความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการทุ่มเทความพยายามในการปรับปรุงเพื่อให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนน นอกจากนี้หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าเข้าใจถึงความรับผิดชอบของตนเองเกี่ยวกับความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกว่าเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนตลอดเวลา ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีความรู้ด้านความปลอดภัยด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Lee et al. (2019) กล่าวคือ หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าปฏิบัติตามขั้นตอนความ

ปลอดภัยเพื่อการขับรถขนส่งสินค้าที่ถูกต้อง นอกจากนี้หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงวิธีการใช้อุปกรณ์ด้านความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าใช้อุปกรณ์ความปลอดภัยสำหรับการขับรถขนส่งสินค้าที่จำเป็นทั้งหมด ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีความรู้ด้านความปลอดภัยด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

แรงจูงใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Jiang and Probst (2016) กล่าวคือ หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการทุ่มเทความพยายามเพื่อรักษาไว้ซึ่งความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าขับรถขนส่งสินค้าด้วยความปลอดภัยเสมอ นอกจากนี้หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกว่า เป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนตลอดเวลาจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าปฏิบัติตามขั้นตอนความปลอดภัยเพื่อการขับรถขนส่งสินค้าที่ถูกต้อง ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีแรงจูงใจด้านความปลอดภัยด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

ความรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ He et al. (2019) กล่าวคือ หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าเข้าใจถึงความรับผิดชอบของท่านเกี่ยวกับความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าสมัครใจทำงาน หรือทำกิจกรรมที่ช่วยในการปรับปรุงความปลอดภัยบนท้องถนน นอกจากนี้หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าทราบถึงความรับผิดชอบของท่านเกี่ยวกับความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าทุ่มเทความพยายามเป็นพิเศษในการปรับปรุงความปลอดภัยบนท้องถนน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีความรู้ด้านความปลอดภัยด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

แรงจูงใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Osman et al. (2019) กล่าวคือ หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการทุ่มเทความพยายามในการปรับปรุงเพื่อก่อให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าทุ่มเทความพยายามเป็นพิเศษในการปรับปรุงความปลอดภัยบนท้องถนน นอกจากนี้หากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าเชื่อว่า เป็นสิ่งสำคัญที่จะลดความเสี่ยงของการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนจะทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานที่กำลังทำงานภายใต้สภาวะ ความเสี่ยง หรือมีอันตรายบนท้องถนน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า เมื่อพนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีแรงจูงใจด้านความปลอดภัยด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นแล้ว จะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัยที่มากขึ้นตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอแนะให้บริษัทในกลุ่มธุรกิจขนส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคของประเทศไทย ส่งเสริม พัฒนา และมุ่งเน้น การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของพนักงาน ชั่นตอน และบรรยากาศด้านความปลอดภัย ที่มากขึ้น ดังต่อไปนี้

1. บริษัทควรให้ความสำคัญในการก่อให้เกิดสุขภาพอนามัย และความปลอดภัยบนท้องถนน และต้องระลึกเสมอว่า ความปลอดภัยบนท้องถนนเป็นสิ่งที่สำคัญ และให้ความสำคัญเป็นเกี่ยวกับนโยบายด้านความปลอดภัยและให้ต้องมีลำดับขั้นตอน และแนวทางปฏิบัติงานในการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความปลอดภัยบนท้องถนนอย่างชัดเจน

2. บริษัทควรกำหนดวิธีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย และขั้นตอนความปลอดภัยที่เพียงพอที่จะป้องกันเหตุร้ายที่เกิดขึ้น และต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านความปลอดภัยอย่างเพียงพอเพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานของพนักงาน นอกจากนี้หัวหน้างาน และฝ่ายบริหารต้องบังคับใช้ขั้นตอนการทำงานที่ปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ และต้องมีการตรวจสอบด้านความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องขั้นตอน และแนวทางการปฏิบัติด้านความปลอดภัยเพื่อให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิผล

3. บริษัทต้องมีคณะกรรมการความปลอดภัยซึ่งประกอบด้วยผู้แทนฝ่ายบริหาร และพนักงานซึ่งจะเป็นผู้ปรึกษาหารือกับพนักงานขับรถขนส่งสินค้าเป็นประจำเกี่ยวกับประเด็นเรื่องสุขภาพรวมถึงความปลอดภัยบนท้องถนน และต้องยินดีรับความคิดเห็นจากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าก่อนการตัดสินใจขั้นสุดท้ายเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัย รวมถึงต้องส่งเสริมให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้ามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย และระบุปัญหาด้านความปลอดภัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเสนอแนะให้ใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้ทำการวิจัยกับธุรกิจที่ใกล้เคียงกับ ธุรกิจการขนส่งสินค้าอุปโภค และบริโภค เช่น ธุรกิจการขนส่งน้ำมันทางถนน และ ธุรกิจการขนส่งทางบกในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การขนส่งด้วยรถจักรยานยนต์ เป็นต้น เพื่อยืนยันผลการวิจัย

2. ควรศึกษาตัวแปรต้นเพิ่มเติมจากกรอบแนวคิดงานวิจัยนี้ เช่น การสื่อสารด้านความปลอดภัย การฝึกอบรมด้านความปลอดภัย และการสนับสนุนขององค์กร เป็นต้น

REFERENCES

- ณัชชา โอเจริญ. (2560). อุบัติเหตุทางถนน ความเสียหายร้ายแรงต่อเศรษฐกิจไทย. ค้นเมื่อ 17 มีนาคม, 2562, จาก https://tdri.or.th/2017/08/econ_traffic_accidents/
- บริษัท ทีเอฟที ทรานสปอร์ต จำกัด. (2560). รถขนส่งสินค้า และความปลอดภัยในการขนส่ง. ค้นเมื่อ 16 มีนาคม, 2562, จาก <http://www.transport4thai.com/รถขนส่งสินค้า-ปลอดภัย/>
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2561). อุบัติเหตุกระทบเศรษฐกิจ. Retrieved 17 มีนาคม, 2562, from <https://www.prachachat.net/columns/news-97292>
- ศิริพร ฤทธิประเสริฐ. (2558). ศึกษาแนวทางในการลดต้นทุนการขนส่งกรณีศึกษาบริษัท นำเข้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์. ค้นเมื่อ 11 มีนาคม, 2562, จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/56920281.pdf
- อัศวพล ชุณหเกียรติ์สกุล. (2559). การลดต้นทุนการขนส่งของบริษัทขนส่ง กรณีศึกษา ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดเพชรบุรี ค้นเมื่อ 11 มีนาคม, 2562, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802031327_5236_4123.pdf
- Drew, E. N. (2014). *Personnel selection, safety performance, and job performance: Are safe workers better workers?.* Unpublished Doctoral Dissertation, Florida International University, Miami, Florida.
- Fargnoli, M., & Lombardi, M. (2019). Preliminary Human Safety Assessment (PHSA) for the Improvement of the Behavioral Aspects of Safety Climate in the Construction Industry. *Buildings*, 9(3), 1-18.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS: Paperback.*
- Gao, Y., Fan, Y., Wang, J., Li, X., & Pei, J. (2019). The mediating role of safety management practices in process safety culture in the Chinese oil industry. *Journal of Loss Prevention in the Process Industries*, 57, 223-230.
- Griffin, M. A., & Neal, A. (2000). Perceptions of safety at work: A framework for linking safety climate to safety performance, knowledge, and motivation. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5, 347-358.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7 ed.). Harlow, Essex: Pearson.

- He, C., Jia, G., McCabe, B., & Sun, J. (2019). Relationship between leader-member exchange and construction worker safety behavior: the mediating role of communication competence. *International journal of occupational safety and ergonomics*(just-accepted), 1-25.
- Hedlund, A., Åteg, M., Andersson, I.-M., & Rosén, G. (2010). Assessing motivation for work environment improvements: Internal consistency, reliability and factorial structure. *Journal of Safety Research*, 41(2), 145-151.
- Hofmann, D. A., Burke, M. J., & Zohar, D. (2017). 100 years of occupational safety research: From basic protections and work analysis to a multilevel view of workplace safety and risk. *Journal of applied psychology*, 102(3), 375-388.
- iM2 Markt. (2017). โลจิสติกส์ คือ (Logistic). Retrieved 9 มีนาคม, 2562, from <https://www.im2market.com/2016/07/27/3429>
- Jiang, L., & Probst, T. M. (2016). Transformational and passive leadership as cross-level moderators of the relationships between safety knowledge, safety motivation, and safety participation. *Journal of Safety Research*, 57, 27-32.
- Lee, Y.-H., Lu, T.-E., Yang, C. C., & Chang, G. (2019). A multilevel approach on empowering leadership and safety behavior in the medical industry: The mediating effects of knowledge sharing and safety climate. *Safety Science*, 117, 1-9.
- Mariani, M. G., Vignoli, M., Chiesa, R., Violante, F. S., & Guglielmi, D. (2019). Improving safety through non-technical skills in chemical plants: the validity of a questionnaire for the self-assessment of workers. *International journal of environmental research and public health*, 16(6), 1-14.
- Mirza, M. Z., Isha, A. S. N., Memon, M. A., Azeem, S., & Zahid, M. (2019). Psychosocial safety climate, safety compliance and safety participation: The mediating role of psychological distress. *Journal of Management & Organization*, 1-16.
- Neal, A., & Griffin, M. A. (2006). A study of the lagged relationships among safety climate, safety motivation, safety behavior, and accidents at the individual and group levels. *Journal of applied psychology*, 91(4), 946-953.



- Osman, A., Khalid, K., & AlFqeeh, F. M. (2019). Exploring the role of safety culture factors towards safety behavior in samall-medium enterprise. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(3), 1-11.
- Sarstedt, M. (2019). Revisiting Hair Et al.'s Multivariate Data Analysis: 40 Years Later *The Great Facilitator* (pp. 113-119): Springer.
- Stevens, J. P. (2012). *Applied multivariate statistics for the social sciences*: Routledge.
- Stratman, J. L., & Youssef-Morgan, C. M. (2019). Can positivity promote safety? Psychological capital development combats cynicism and unsafe behavior. *Safety science*, 116, 13-25.
- Vinodkumar, M. N., & Bhasi, M. (2010). Safety management practices and safety behaviour: Assessing the mediating role of safety knowledge and motivation. *Accident Analysis & Prevention*, 42(6), 2082-2093.

ปัญหาและการสร้างแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาวแห่งหนึ่งในเมืองพัทยา

Problems and Motivation of 4-star hotel line staffs in Pattaya City

ไพฑูริ บุษศรี¹ ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา² สฎายุ ธีระวณิชตระกูล³

Paitoon Boonsri¹ Paratchanun Charoenarpornwattana² Sadayu Teeravanittrakul³

¹นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ภาควิชาบัณฑิตศึกษา นานาชาติการพัฒนาศาสตร์
ทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

¹Master of Arts Program in Human Resource Development, Faculty of Education,
Burapha University, Thailand

Tel: 09-0969-8327 E-mail: paitoonboonsri@gmail.com

²อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
หัวหน้าภาควิชาบัณฑิตศึกษา นานาชาติการพัฒนาศาสตร์
บรรณาธิการวารสาร HRD Journal คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

²Advisor, Head of Master of Arts Program in Human Resource Development,
Department Head of International Graduate Studies in Human Resource Development,
Editor in Chief of HRD Journal, Faculty of Education, Burapha University, Thailand

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

³อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการบริหารการศึกษา
คณบดีคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

³Co-Advisor, Associate Professor in Department of Educational Administration,
Dean of the Faculty of Education, Burapha University, Thailand

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

(Received: September 11, 2020 ; Revised: November 6, 2020 ; Accepted: December 12, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กรณีศึกษาแบบกรณีเดียว วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและการสร้างแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาวแห่งหนึ่งในเมืองพัทยาและนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในกรณีศึกษาในชั้นลำดับต่อไป จากการทำการศึกษาผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลในการทำการวิจัยแบบนำร่อง (Pilot Study) กับพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงแรมขนาด 4 ดาว แห่งหนึ่งในเขตเมืองพัทยา จำนวน 5 คน ด้วยการถอดบทสัมภาษณ์และนำเข้าไปโปรแกรมหลังจากการวิเคราะห์ซึ่งเป็นเครื่องมือโปรแกรมการถอดข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้สรุปผลของ

การศึกษาแบบนำร่องตามข้อค้นพบเบื้องต้นจากการทำการวิจัยแบบนำร่องเกี่ยวกับการศึกษาปัญหาและการสร้างแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม 4 ดาวแห่งหนึ่งในเมืองพัทยา ดังนี้ ส่วนที่ 1 ปัญหาด้านแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการ พบว่า พนักงานไม่อยากเติบโตไปพร้อมกับองค์กร ปัญหาความต้องการเพิ่มเติมทักษะด้านการปฏิบัติงาน ปัญหาความต้องการสนับสนุนด้านสวัสดิการ ส่วนที่ 2 แรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการ พบว่า สถานที่ทำงานที่มีความสุข การเลื่อนตำแหน่ง การทำงานเป็นทีมและเป็นครอบครัว เวลาในการทำงานที่เหมาะสม ส่วนที่ 3 สิ่งที่พนักงานต้องการในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน คือ ผลตอบแทนที่เหมาะสม

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, พนักงานระดับปฏิบัติการ, โรงแรม 4 ดาว, เมืองพัทยา

Abstract

This research was a qualitative research by using single case study. The objectives of this research were to study the problems and motivation of one 4-start hotel line staffs in Pattaya city and guidelines for further qualitative research. During this study, the researcher did the interview by selecting the participants for doing the pilot study research with one 4-star hotel line staffs in Pattaya city in a total of 5 participants. The data was collected from transcribing the interview and analyzed by an incredibility transcribing program with accurate and reliable information. The researcher summarized the study of the pilot study from the finding in the research of problems and motivation of one 4-star hotel line staffs in Pattaya city as follows; Part 1: The problem of motivation in line staffs was found that staff had no desire for growth along with the organization, the problems in requesting for more skill training in the work field and conflict in supporting the welfare, Part 2: The motivation of line staff was found that happy workplace, level promotion, teamwork and work as a family, and suitable working hour, Part 3: The most attractive motivation from staff in working was reasonable earning income.

Keywords: Motivation, Line staff, 4-star hotel, Pattaya city

คำถามของการวิจัย

1. อะไรคือปัญหาด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงแรม 4 ดาว แห่งหนึ่งในเมืองพัทยา
2. โรงแรมแห่งนี้มีการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานระดับปฏิบัติการอย่างไร

ทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจและความหมายของแรงจูงใจ

อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจ คือ ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในที่มากระตุ้นหรือชักนำให้แสดงออกจากความรู้สึกภายในร่างกายและจิตใจที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมภายนอก และมีความสุขที่ได้กระทำพฤติกรรมเหล่านั้นจากความรู้สึกภายในที่ส่งผลมายังภายนอก เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ ความเต็มใจที่จะใช้พลังเพื่อให้ประสบความสำเร็จในเป้าหมาย (Goal) หรือเพื่อให้ได้รับรางวัล (Reward) เป็นสิ่งสำคัญของการกระทำของมนุษย์และเป็นสิ่งยั่วยุคนให้ไปถึงซึ่งวัตถุประสงค์ที่มีสัญญาณเกี่ยวกับรางวัลที่ได้รับมาเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการ และการกระทำส่วนบุคคลแรงจูงใจสามารถมีรูปแบบที่หลากหลาย การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมในการกระทำกิจกรรมต่างๆ อย่างมีพลัง มีคุณค่า หรือมีทิศทางที่ชัดเจน ซึ่งแสดงออกถึงความตั้งใจและความพยายาม (Janthasri, 2007, p. 100; Lovell, 1980 Wanichcharoonkiat, 2009, p.11; Beach, 1965, p. 379; Sungrung, 2007, p.143; Saereerat, 1998, p. 94; Naweeakarn, 1997, p. 94)

สรุป ความหมายของแรงจูงใจ คือ การที่บุคคลคนใดบุคคลหนึ่งแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งเพื่อทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จผลตามวัตถุประสงค์ที่บุคคลนั้นได้ตั้งไว้ หรือตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ก็ตามหากต้องการให้สำเร็จไม่เพียงมีประสิทธิผลแต่ต้องมีประสิทธิภาพด้วยนั้น ผู้ปฏิบัติจำเป็นต้องมีแรงผลักดัน ทั้งจากภายในและภายนอกตัวของผู้ปฏิบัติงานเอง ทั้งนี้แรงผลักดันที่มีที่จะเกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องเป็นเงินเสมอไป หากแต่เป็นความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่ได้รับจากสิ่งต่างๆ รอบตัวที่เป็นแรงบวกให้ได้รับรู้และเต็มใจที่จะทำอย่างมีความสุขเพื่อให้ได้ผลงานอย่างที่ต้องการและตามที่ได้ตั้งเป้าไว้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg 1959 อ้างใน (Lipikorn, 2009, p. 8) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของมนุษย์ ซึ่งพบว่าปัจจัยเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของการทำงานของมนุษย์มี 2 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงานซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง ปัจจัยจูงใจ 2.

ปัจจัยคำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยภายในที่ถ้าไม่มีปัจจัยนี้ก็จะกระตุ้นให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของงานใน การช่วยส่งเสริมให้แรงจูงใจในการทำงานของแต่ละบุคคลยังคงอยู่ตลอดเวลา

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ มาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs): เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งคิดค้นโดยนักจิตวิทยา ชื่อ มาสโลว์ (Abraham Maslow) มีมุมมองที่ว่ามนุษย์มีความต้องการตลอดเวลา ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นขั้น จากระดับล่างสุดไปยังระดับสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการอื่นในระดับต่อไป มาสโลว์ได้อธิบายถึง ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ว่า ความต้องการ ของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับดังนี้ (Wongman, 2009, p. 9) 1. ความต้องการทางร่างกาย 2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย 3. ความต้องการทางด้านสังคม 4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง 5. ความต้องการความสำเร็จสูงสุด

ทฤษฎี X,Y ของ McGregor (Theory X และ Theory Y): (Lorsuwannarat, 2007) 1. Theory X มีลักษณะดังนี้ คือ ลักษณะของบุคคลโดยทั่วไปจะมักไม่ชอบการทำงานและจะพยายามเลี่ยงหรือหาวิธีการเพื่อการบ่ายเบี่ยงและหลบหนีเมื่อมีโอกาส 2. Theory Y กลับตรงกันข้ามของคนลักษณะทฤษฎี X คือชอบทำงานและพยายามหาวิธีการทำงานด้วยความสนใจและเต็มใจกับงานนั้น

ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (McClelland's Learned Needs Theory): ทฤษฎีการเรียนรู้ของ McClelland ไม่ได้สรุปว่า ความต้องการของบุคคลมีความ สอดคล้องกับพฤติกรรม ทั้งนี้ เพราะความต้องการเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งในหลายๆ ปัจจัยที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมโดยปัจจัยอื่นที่มีส่วนสำคัญร่วมอยู่ด้วย เช่น ค่านิยม อุปนิสัย และทักษะของบุคคลตลอดจนปัจจัยแวดล้อมอื่นที่ต่างก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทั้งสิ้น เพราะเหตุนี้ผู้ที่มีความต้องการด้านความสำเร็จสูงไม่จำเป็นต้องมีแรงจูงใจสูงกว่าผู้ที่มีความต้องการด้านอื่นสูงเสมอไป ตัวอย่างเช่น ที่มีความต้องการด้านความรักใคร่ผูกพันสูงอาจมีผลงานเหนือกว่าที่มีความต้องการด้านความสำเร็จในการทำงานแบบทีม ซึ่งยึดเกณฑ์เรื่องมิตรภาพช่วยให้เกิดความร่วมมือที่ดี เป็นต้น (Naweekarn, 1997)

ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer: ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่าความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือหลังและความต้องการหลายๆ อย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ความต้องการตามทฤษฎี ERG จะมีน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ (Wisetsathorn & Sriyong, 1994, p. 212: อ้างอิงจาก Adler, 1993, p. 402) 1. ความต้องการเพื่อความอยู่รอด 2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ 3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า สรุปได้ว่าตามทฤษฎี ERG ของ Alderfer ได้ใจความสำคัญว่า Alderfer ได้ให้ความหมายด้านความต้องการไว้ว่าความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เกิดขึ้นได้หลายอย่างโดยไม่ได้ยึดหลักการว่าความต้องการใดต้องเกิดขึ้นก่อนหรือเกิดขึ้นภายหลัง หรือความต้องการหลายอย่างอาจจะเกิดขึ้นพร้อมๆ กันก็มีความเป็นไปได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กรณีศึกษาแบบกรณีเดียว เพื่อช่วยทำให้ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะของผู้วิจัยมีน้ำหนักมากขึ้น (Pothisita, 2004, p. 41)

การเลือกสถานที่เก็บข้อมูล และผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกสถานที่เก็บข้อมูลคือ โรงแรมขนาด 4 ดาว แห่งหนึ่งในเขตเมืองพัทยาเป็นโรงแรมที่ใช้ในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลในการทำการวิจัยแบบนำร่อง (Pilot Study) กับพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงแรมขนาด 4 ดาว แห่งหนึ่งในเขตเมืองพัทยา จำนวน 5 คน

การเก็บข้อมูลและกระบวนการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 5 คน โดยมีกระบวนการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การออกหนังสือจากทางผู้วิจัยเพื่อส่งไปยังต้นสังกัดที่ผู้วิจัยได้เลือกคือ โรงแรม 4 ดาว แห่งหนึ่งในเมืองพัทยา เพื่อให้ทางต้นสังกัดได้อนุมัติถึงการเข้าไปเก็บข้อมูลเบื้องต้นโดยการนี้ผู้วิจัยได้ส่งหนังสือไปถึงผู้จัดการฝ่ายพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ เพื่อขอความอนุเคราะห์และอนุมัติขอเข้าเก็บข้อมูล
2. ผู้วิจัยได้ทำการส่งเอกสารการขออนุญาตกับผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดโดยผ่านอีเมลด้วยการแนบเอกสารขอความอนุเคราะห์การให้ข้อมูลด้านต่างๆ
3. ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลที่ละคนเพื่อให้สัมภาษณ์ ทั้งนี้การให้สัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยต้องไปสัมภาษณ์ยังโรงแรมที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทำงานอยู่ การสัมภาษณ์ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเสียงไว้เพื่อความแม่นยำของข้อมูล ทั้งนี้การบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แจ้งและขออนุญาตจากทางผู้ให้ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว
4. การสัมภาษณ์เป็นไปตามขั้นตอนของจริยธรรมทางการวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำผู้วิจัยได้ระมัดระวังการให้ได้มาซึ่งข้อมูลทางการวิจัยอย่างละเอียด ซึ่งการสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณ 30 นาทีต่อ 1 ผู้ให้สัมภาษณ์
5. เมื่อผู้วิจัยได้บทสัมภาษณ์จากผู้ให้สัมภาษณ์แล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปคำสัมภาษณ์คำตอบคำเพื่อให้ได้คำพูดที่ชัดเจนและถูกต้องตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ไว้
6. หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการนำข้อมูลการถอดคำสัมภาษณ์ไปผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ เพื่อนำไปหาวิธีสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการของโรงแรมแห่งนี้

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบคำถามการวิจัยเพื่อกำหนดแนวทางในการให้ได้มาซึ่งคำตอบ เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเพื่อป้องกันการได้มาซึ่งข้อมูลไม่ครบถ้วน หลังจากการสัมภาษณ์
2. เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วผ่านระบบบันทึกเสียงของการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการถอดเทปทุกคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์
3. หลังจากการถอดเทปของผู้ให้ข้อมูลที่ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมดแล้วผู้วิจัยทำการบันทึกบทสัมภาษณ์จากถอดเทปนั้นเข้าสู่โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นเครื่องมือโปรแกรมการถอดข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ
4. เมื่อข้อมูลอยู่ในระบบแล้วผู้วิจัยจะทำการจับกลุ่มคำต่างๆ จากบทความของผู้ให้ข้อมูลเพื่อแบ่งเป็นกลุ่มคำที่มีลักษณะที่เหมือนกันเพื่อจับกลุ่มคำ
5. เมื่อได้กลุ่มคำเหล่านั้นมาเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยทำการรวบรวมกลุ่มคำเหล่านั้นให้กลุ่มคำความหมายเดียวกัน
6. เมื่อได้กลุ่มคำที่มีความหมายเดียวกันแล้วจึงรวมทั้งหมดเข้าด้วยกัน
7. จัดเป็นหมวดหมู่ใหญ่ในการแสดงถึงข้อมูลทั้งหมดของผู้ให้ข้อมูลที่ผ่านการสัมภาษณ์ทั้ง 5 คน

ข้อค้นพบเบื้องต้นจากการทำการวิจัยแบบนักร้อง

ข้อค้นพบเบื้องต้นจากการทำการวิจัยแบบนักร้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัญหาด้านแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการ

- พนักงานไม่ยอมเติบโตไปพร้อมกับองค์กร

- ไม่พร้อมจะอบรมและพัฒนาเพิ่ม...“บางครั้งทำงานอยู่ก็จะมึนงานประชุมมาเรื่อยๆ ง่ายๆทำให้ไม่อยากไปร่วมอบรมด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2)

- ไม่พร้อมจะเลื่อนตำแหน่ง...“ที่ถ้าศักยภาพเราพอ ความสามารถเราพอ แล้วมีโอกาสตรงนั้นเค้าจะหยิบยื่นให้ได้ครับ เพราะ chef engineer ไม่ได้เป็นกันง่ายๆ เพราะโรงแรมหนึ่งจะมีกันแค่คนเดียวให้ได้ครับ อยู่ที่ศักยภาพเราด้วย อยู่ที่ เราจะเรียนรู้งานยังไงให้ครับ ให้ได้ เพราะ อย่างน้อยเรารู้จุดด้อยของตนเอง ละก็เราพัฒนาตัวเองได้ โรงแรมเค้า เห็นความสามารถของเรา เค้าก็ต้องให้โอกาสเรา เหมือนกันครับก็ผมจบมาใหม่ ผมไม่ได้เป็นช่างไฟ ไม่ได้จบสายช่างไฟ ช่างอิเล็กทรอนิกส์ จบสายช่างกลโรงงาน ละก็จบมาใหม่ไม่มีประสบการณ์ เค้าก็ให้โอกาสผม ให้มาเรียนรู้ที่นี่ ได้มาเป็นช่างไฟ ได้มา เป็นเรื่องแอร์ โดยที่ผมไม่เคยเป็นมาก่อน ขนาด

ที่จบใหม่มาด้วยครับตอบโจทย์ครับ อย่างตอนแรกเลย ก่อนที่ผมจะเรียนจบผมคิดเลยว่่าค่าใช้จ่ายผมมีอะไรบ้าง ค่ารถละก็ค่าเรียน ค่าส่งให้ทางบ้าน ค่ากิน รวมทั้งหมดเลยที่ผมคิดโดยประมาณ 12,500 ตอนแรกเข้ามาผมขอแค่ 9,900 คราวนี้ก็พอใช้ครับ พอผ่านโปรปั๊บ.” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)

- **ยินดีและพอใจกับตำแหน่งงานปัจจุบัน ...**“ชอบแล้วกับงานที่ทำอยู่รู้สึกว่าเป็นตัวเราเองแล้ว” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานไม่มีความต้องการที่จะเติบโตในตำแหน่งหน้าที่การงาน เพราะไม่มีความมั่นใจในศักยภาพของตัวเอง และพึงพอใจในตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน

- **ปัญหาความต้องการเพิ่มเติมทักษะด้านการปฏิบัติงาน**

- **ความรู้เกี่ยวกับงานที่ทำ...**“ยากง่ายเป็นบางเคสครับ ยังจะเจอเคสยากสุดก็คือเรื่องแอร์ แอร์เสียตั้งแอร์นี้แหละครับ เหมือนมันแก้มันไม่จบแล้ว ตอนนั้นทำอยู่คนเดียว แล้วเหมือนแขกเค้าก็คอมเพลน ผมก็พยายามเหมือนกับให้เค้าประทับใจที่สุดก็ล้างฟิวเตอร์ล้างคอยล์ร้อน นั้นมันช่วงกลางคืนแล้วครับ มันเสียงดังอย่างนี้ ก็อยากให้เค้าแจ้งมาก่อน ก่อนที่จะมีแขกเข้ามาพัก เพื่อที่เราจะไม่ต้องเจอปัญหาเรื่องแอร์เสียดัง” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)

- **ทักษะเพิ่มเติมเกี่ยวกับงานที่ทำ...**“แต่เราไม่สามารถรู้สึก เกี่ยวกับพวก ย้ายคอมแอร์ เรื่องติดตั้งอะไรอย่างนี้ครับ เดินท่อ เดินสายไฟ อะไรที่เกี่ยวกับงานใหญ่ ๆ ึ่งใช้ที่พวกกระดืบหัวหน้าเค้าดูและอะไร เราไม่สามารถแบบไปรู้มากขนาดนั้นได้ เรายังต้องเอาเริ่มจากที่เราไม่รู้ก่อน ไซ้ครับ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)... “เข้าไปพักเค้าเสียบ Key Card ไว้แอร์ทำงาน แต่ Compressor ยังไม่ทำงานอย่างนี้ครับ มันต้องรอประมาณสัก 5 ถึง 6 นาที ครับมันหน่วงเวลา” “ระบบแอร์ที่โรงแรมเรามันมีตัวเซ็นเซอร์อะครับเซ็นเซอร์จับอุณหภูมิของห้อง อย่างเค้าเปิดมาเปิดรีโมทแอร์มาปั๊บอุณหภูมิ ขึ้น 29 อุณหภูมิ แล้วเค้าปรับมาที่ 18 หรือ 20 เค้าต้องการความเย็นเท่านั้น แล้วมันแดง แดงขึ้นมา 29 อยู่ก็คือ แดงขึ้นมาอยู่อุณหภูมิปัจจุบัน เค้าก็ไม่เข้าใจ ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)...“อย่างเมด เข้าทำห้อง เค้าต้องเสียบ key card ไว้ไฟก็ติด แอร์ก็ติด แล้วทีเนี่ยแอร์ติดแล้วมันมีเสียงดัง แล้วเค้าแจ้งบ้างไม่ได้แจ้งบ้าง อย่างนี้ครับ แล้วเป็นช่วงที่แขกเค้าอินเข้ามาพอดีครับเวลาเค้าเสียบ Key Card ปั๊บบก็ไฟมันติดครบทุกดวง บางดวงก็ไฟดับๆ ติดๆ ก็อยากให้ เค้าแจ้งมาแล้วแอร์แอร์มันก็ติดอยู่แล้ว แล้วก็ บางห้องมันมีเสียง” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)

- ทักษะด้านการสื่อสารภายในรวมถึงอุปกรณ์การสื่อสารภายใน ...“เรื่องการสื่อสารยังงี้ มีวอ แต่ส่วนมากก็เค้าจะส่งมาในไลน์ใช่ไหมครับ เราก็เปิดดูบ้างไม่ได้เปิดดูบ้าง” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)
- ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ...“เกินครึ่งมาหน่อยเพราะอีก 40 % ก็เรื่องการสื่อสารนิครับมันไม่เข้าใจกันเพราะอย่างน้อย เราไม่ได้ภาษาตอนแรกผมฟังเค้าแรกๆก็ไม่เข้าใจ เค้าอธิบาย ตอนแรกเค้าพูดเฉยๆ ครับ ละผมก็ไม่เข้าใจแรกๆก็ จะงตัวเองนิตหนึ่งว่าจะอธิบายให้เค้าเข้าใจยังไงใช่ เหมือนตอนนั้นแอร์ไม่เย็น แต่จริงๆมันก็เย็น แต่มันเย็นนิตเดียวประมาณว่าเหมือนเบอร์ 3 ครับ เบอร์ 3 มันไม่ติดติดแค่เบอร์ 1 เบอร์ 2 ละก็ Auto และเบอร์ High มัน ไม่ติดครับก็ติดปัญหาเรื่องภาษานี้แหละครับ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)...“ใช่ครับ เพราะ อย่างเราภาษาไม่ได้เราฟังเค้าก็รู้อ้างเป็นบางคำทำให้การทำงานของเราไม่ราบรื่น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานมีความต้องการที่อยากจะได้รับความรู้เพิ่มเติมด้านความรู้ด้านงานที่ทำและมีความต้องการเพิ่มเติมทักษะด้านภาษาต่างประเทศสำหรับการทำงานในตำแหน่งหน้าที่ตนเอง

- ปัญหาความต้องการสนับสนุนด้านสวัสดิการ

- เรื่องสวัสดิการขั้นพื้นฐานทั่วไป อาทิเช่น เรื่องอาหาร เรื่องเวลาในการรับประทานอาหาร...“อย่างเราอยู่ไกลกว่าเราจะมาถึงก็ประมาณ อย่างวันนี้มาถึงก็ 7 โมงครึ่ง ก็ไปแสกนนิ้ว เอาของไปเก็บจะมากินเค้าก็เริ่มทยอยๆเก็บ บ้างแล้วนิครับ ละก็เป็นอย่างอาหารกลางวัน บางแผนกก็กินพันบางแผนกก็กินไม่ทัน อย่างแผนกแม่บ้านนี่แผนกช่างนี่ อย่างงานมันเยอะเค้าเก็บ บ่ายโมงครึ่งเรามากิน บ่าย 2 แล้วจ้ครับ ใช่เราก็ต้องรอๆ ไปถึงเย็นเลย อย่างตอนเช้าไม่ได้กินนี่ ก็ต้องรอไปถึงเย็นอยากเพิ่มเรื่องอาหารตอนเช้ามากกว่าครับ.และก็มีเรื่องอาหารกะตึกใช้ อย่างกะตึก อาหารช่วง 3 ทุ่ม ถึง 4 ทุ่มเครื่อง ซึ่งกะตึกเค้าเข้า 5 ทุ่มเพราะตอนเช้ามาประมาณ 7 โมงครึ่ง อาหารเก็บประมาณ 7:50.กับเรื่องอาหาร มีอาหารเช้า กลางวัน เย็นให้.” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1) ...“มันมีกล่องยา แต่ละแผนกๆ แต่ไม่มียา พารา” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4)
- อุปกรณ์รักษาเบื้องต้น ยารักษาโรค...“มันมีแต่กล่องยาอะ ยาข้างในไม่มี” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานต้องการสวัสดิการเพิ่มเติมในเช่น การเพิ่มระยะเวลาสำหรับรับประทานอาหารรวมถึงอุปกรณ์ด้านการรักษารวมถึงยารักษาโรคเบื้องต้น

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการ

- สถานที่ทำงานที่มีความสุข
 - มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในแผนกเดียวกัน...“อย่างเพื่อนร่วมงานก็ Okay ครับ อย่างเวลาเราไปทำอะไรคนเดียวเงี้ยะ ถ้าเราทำไม่ได้ปั๊บ เราต้องหาเค้า เค้าว่างเค้า มาช่วยเราเลย อย่างหัวหน้างานเค้าก็ Support เราดีครับ ขาดเหลืออะไรเค้าก็ บอกเค้า เค้าก็จะสั่งของมาให้ ให้เราติดตามงานของเราเองก็สุขครับ เพื่อนร่วมงานเป็นกันเองดี มากเลย” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)
- มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างแผนก...“แล้วก็ แผนก FB นี้ก็เราก็คอย support เค้าในเรื่องยกโต๊ะ ในเรื่องขนโต๊ะพวกจัดสถานที่อย่างนี้ครับ เค้าก็มาขอความร่วมมือเรา เราก็ให้ความร่วมมือเค้าไปช่วยเค้า เค้าก็บางครั้งเค้าก็มีเลี้ยงโค้กอย่างจี้ ครับตอบแทนเราอย่าง เราเข้าไปทำห้องมีเมตอยู่ในห้องจี้ คือไม่กดดันไม่อัดอัด เค้าชวนเราคุยเล่น ทั้งที่เราเป็นคน ไม่ค่อยพูดอยู่แล้ว แต่เค้าชวนเราคุย เค้าชวนเราพูดก่อนจี้ ทำให้เราไม่รู้สึกรัดอัด ทำแบบ ชิวๆ ใจครับ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)
- การทำงานที่หัวหน้างานสนับสนุนในเรื่องการแนะนำช่วยเหลือเรื่องงานที่ทำหากมี ปัญหา...“ของใช้ที่ขาดบางที่หัวหน้างานก็ช่วยหาให้อย่างรวดเร็วมาก ๆ แจ้งไปตอนประชุมเข้า บ่าย ๆ ได้ของแล้ว” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5)... “อย่างเพื่อนร่วมงานก็ Okay ครับ อย่างเวลาเรา ไปทำอะไรคนเดียวเงี้ยะ ถ้าเราทำไม่ได้ปั๊บ เราต้องหาเค้า เค้าว่างเค้า มาช่วยเราเลย อย่าง หัวหน้างานเค้าก็ Support เราดีครับขาดเหลืออะไรเค้าก็ บอกเค้า เค้าก็จะสั่งของมาให้ ให้ เราติดตามงานของเราเองก็สุขครับ เพื่อนร่วมงานเป็นกันเองดีมากเลย” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานมองว่าโรงแรมเป็นสถานที่ที่ทำงานแล้วมีความสุข เพราะรู้สึกว่ที่ทำงานที่นี้เป็นเหมือนครอบครัวและทุกคนช่วยเหลือซึ่งกันและกันทั้งในแผนกตัวเองและ ต่างแผนก อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนด้านการทำงานจากหัวหน้างานที่ดีอีกด้วย

- การเลื่อนตำแหน่ง
 - การปรับเปลี่ยนตำแหน่งโดยการผลักดันจากหัวหน้างาน...“ที่ถ้าศักยภาพเราพอ ความสามารถเรามากพอ แล้วมีโอกาสตรงนั้นเค้าจะหยิบยื่นให้ได้ครับ เพราะ chef engineer ไม่ได้เป็นกันง่าย ๆ เพราะโรงแรมหนึ่งจะมีกันแค่คนเดียวให้ได้ครับ อยู่ที่ ศักยภาพเราด้วย อยู่ที่ เราจะเรียนรู้งานยังไงใจครับ ให้ได้ เพราะ อย่างน้อยเรารู้จุดด้อย ของตนเอง ละก็เราพัฒนาตัวเองได้ โรงแรมเค้า เห็นความสามารถของเรา เค้าก็ต้องให้ โอกาสเราเหมือนกันครับก็ผมจบมาใหม่ ผมไม่ได้เป็นช่างไฟ ไม่ได้จบสายช่างไฟ ช่าง อิเล็ก ผมจบสายช่างกลโรงงาน ละก็จบมาใหม่ไม่มีประสบการณ์ เค้าก็ให้โอกาสผม ให้

มาเรียนรู้ที่นี้ ได้มาเป็นเรื่องไฟ ได้มา เป็นเรื่องแอร์ โดยที่ผมไม่เคยเป็นมาก่อน ขนาดที่
จบใหม่มาด้วยครับ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานรู้สึกได้ว่าการทำงานที่นี้พร้อมที่จะสนับสนุนให้ทุกคน
ก้าวหน้าในหน้าที่การงานโดยหัวหน้าแผนกเป็นผู้สนับสนุน

- **การทำงานเป็นทีมและเป็นครอบครัว**

- **มีการสนับสนุนด้านอุปกรณ์การทำงาน...**“สะดวกตรงที่บอกคุณแม่บ้านแล้วได้ที่
กริตกระจกเลย ดีชอบพีคิดว่ามันเร็วดี” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5)
- **มีการสนับสนุนด้านความช่วยเหลือเมื่อร้องขอความร่วมมือ...**“แล้วก็ แผนก FB
FB นี้ก็เราก็คอย support คำในเรื่องยกโต๊ะ ในเรื่องขนโต๊ะพวกจัดสถานที่อย่างนี้
ครับ คำก็มาขอความร่วมมือเรา เราก็ให้ความร่วมมือคำไปช่วยคำ คำก็บางครั้ง
คำก็มีเลี้ยงโต๊ะอย่างนี้ ครับตอบแทนเรา.อย่างเราเข้าไปทำห้องมีเมตอยู่ในห้องนี้
คือไม่กดดันไม่อัดอัด คำชวนเราคุยเล่น ทั้งที่เราเป็นคนไม่ค่อยพูดอยู่แล้ว แต่คำ
ชวนเราคุย คำชวนเราพูดก่อนนี้ ทำให้เราไม่รู้สึกอัดอัด ทำแบบชีว ๆ ใจครับ” (ผู้ให้
ข้อมูลคนที่ 1)
- **มีการให้ความช่วยเหลือแม้ไม่ต้องร้องขอ...**“บางที่พวกพีทำงานอยู่แล้วคำเห็น
น้อง ๆ คำก็จะวิ่งเข้ามาช่วยเลยไม่ต้องบอกเลยน้อง ๆ วิ่งช่วย” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานรู้สึกได้ว่าการทำงานที่โรงแรมแห่งนี้เป็นการทำงานที่
มีความสุขเพราะทุกคนต่างช่วยเหลือซึ่งกันและกันแม้ไม่ใช่งานในหน้าที่ของตนเอง และยินดีเต็มใจ
ช่วยเหลือกันแม้ไม่ได้ร้องขอ

- **เวลาในการทำงานที่เหมาะสม**

- **การทำงานที่มี 9 ชั่วโมงที่ชัดเจนไม่มากไปน้อยไปทำให้มีเวลาส่วนตัวมากขึ้น...**
“พีเคยทำงานที่โรงงานมาบางทีก็ทำแต่โอทีจนไม่มีเวลาเป็นของตัวเอง” (ผู้ให้ข้อมูล
คนที่ 4)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานรู้สึกได้ว่าการทำงานวันละ 9 ชั่วโมงเป็นการทำงานที่
สมเหตุสมผลและเหมาะสมกับชีวิตการทำงานมาก

ส่วนที่ 3 สิ่งที่พนักงานต้องการในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ผลตอบแทน

- **โรงแรมมีการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม...**“ครับ อย่างตอนแรกเลย ก่อนที่ผมจะ
เรียนจบผมคิดเลยว่าค่าใช้จ่ายผมมีอะไรบ้าง ค่ารถก็ค่าเรียน ค่าส่งให้ที่บ้าน

ค่ากิน รวมทั้งหมดเลยที่ผมคิดโดยประมาณ 12,500 ตอนแรกเข้ามาผมขอแค่ 9,900 คราวนี้ก็พอใช้ครับ พอผ่านโปรปั๊บ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)

- **โรงแรมมีการแนะนำและฝึกอบรมพัฒนาอยู่อย่างสม่ำเสมอ...**“ที่เก่าพีที่ทำงานมาอบรมแทบไม่มีเลยอะ ไม่เหมือนที่นี่” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจกับค่าตอบแทนที่ได้รับในปัจจุบันพร้อมทั้งยังรู้สึกที่โรงแรมมีการส่งเสริมด้านการพัฒนาตนเองอีกด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัญหาด้านแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการ พบว่า

พนักงานไม่อยากเติบโตไปพร้อมกับองค์กร คือ พนักงานไม่พร้อมจะอบรมและพัฒนาเพิ่มขึ้น ไม่พร้อมจะเลื่อนตำแหน่ง นอกจากนี้ ยังยินดีและพอใจกับตำแหน่งงานในปัจจุบันอีกด้วย อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ (Limaporn, 2015) พบว่า ผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรมส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจในการทำงานจากการได้รับโอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่แม้ว่าจะได้รับโอกาสในความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน แต่ยังมีพนักงานบางส่วนที่ยังไม่พร้อมจะเติบโตไปกับองค์กร หรือไม่พร้อมที่จะขยับเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น

ปัญหาความต้องการเพิ่มเติมทักษะด้านการปฏิบัติงาน ในด้านความรู้เกี่ยวกับงานที่ทำ ทักษะเพิ่มเติมเกี่ยวกับงานที่ทำ ทักษะด้านการสื่อสารภายใน รวมถึงอุปกรณ์การสื่อสารภายใน และทักษะด้านภาษาต่างประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Limaporn, 2015) ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีต่อการทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรม พบว่าผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรมส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจในการทำงาน จากการที่โรงแรมให้โอกาสในการพัฒนาความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการทำงานได้ และได้รับการสนับสนุนในการทำงานในการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม นอกจากนี้ (Katekaw, 2014) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหมุนเวียนเปลี่ยนงานของพนักงานโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงานโรงแรม โดยควรมีการพัฒนาคุณภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังควรให้ความสำคัญในด้านของการสื่อสารข้อมูลในองค์กรและการคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการทำงานเพิ่มขึ้น มีการจัดโปรแกรมอบรมเกี่ยวกับเสริมสร้างคุณภาพชีวิต ความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีขึ้น จากผลการวิจัย พบว่า ปัญหาความต้องการเพิ่มเติมทักษะด้านการปฏิบัติงานเป็นปัญหาสำคัญของพนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการ หากขาดทักษะในการปฏิบัติงานย่อมส่งผลต่อคุณภาพการส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ

ปัญหาความต้องการสนับสนุนด้านสวัสดิการ ด้านสวัสดิการขั้นพื้นฐานทั่วไป เช่น เรื่องอาหาร เรื่องเวลาในการรับประทานอาหาร และอุปกรณ์รักษาเบื้องต้น ยารักษาโรค สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Yossanan, 2017) พบว่า แรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ สถานที่ตั้งขององค์กรมีความสะดวกในการเดินทางปฏิบัติงาน รองลงมาคือ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร อย่างไรก็ตามพบว่า พนักงานมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านการสนับสนุนด้านสวัสดิการที่ดีให้แก่พนักงาน เช่น ค่ารักษาพยาบาล โบนัสประจำปี และเงินชดเชยเมื่อเกษียณอายุ และการได้รับการยกย่อง ชมเชย และยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่ผลักดันองค์กรให้ประสบความสำเร็จที่ระดับมาก นอกจากนี้ (Limaporn, 2015) ศึกษา ปัจจัยแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีต่อการทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรม พบว่า สวัสดิการของโรงแรมส่วนใหญ่จะเป็นในด้านของผลตอบแทน/ สวัสดิการ/ รางวัล ที่จูงใจให้พนักงานอยากทำงานที่โรงแรมแห่งนั้น นอกจากนี้ (Pakhiwarara, 2013) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโรงแรม พบว่า พนักงานมีความพอใจในหน้าที่การงาน มีสภาพสิ่งแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม สถานที่ทำงานเดินทางสะดวก สวัสดิการชักรีดมีความ สะอาด เรียบร้อย ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ มีสวัสดิการเรื่อง วันหยุด และพักผ่อนประจำปีและนโยบายเงินสะสม โรงแรมจึงควรให้ความสำคัญกับสวัสดิการที่เหมาะสมเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานระดับปฏิบัติการ

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการ

สถานที่ทำงานที่มีความสุข คือ มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในแผนกเดียวกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างแผนก และการทำงานที่หัวหน้างานสนับสนุนในเรื่องการแนะนำช่วยเหลือ เรื่องงานที่ทำหากมีปัญหา สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Yossanan, 2017) พบว่า แรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีระดับแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานสูงสุด คือ การได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง เช่น ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และคนในองค์กร มีสภาพการทำงานที่ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานในการให้การสนับสนุนการทำงานด้านต่าง ๆ และการได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสมจากหัวหน้างาน จะเห็นได้ว่า สถานที่ทำงานที่มีความสุขประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นการร่วมแรงจูงใจของพนักงาน การได้รับการยอมรับและมีความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน

การเลื่อนตำแหน่ง คือ การปรับเลื่อนตำแหน่งโดยการผลักดันจากหัวหน้างาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Limaporn, 2015) ศึกษา ปัจจัยแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีต่อการทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรม พบว่า ผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรมส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจในการทำงาน จากการได้เลื่อนตำแหน่งและการได้รับโอกาสด้านความก้าวหน้าในงาน นอกจากนี้ (Pakhiwarara, 2013) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโรงแรม พบว่า พนักงานมีความพอใจในหน้าที่

การงาน เนื่องจากมีโอกาสความก้าวหน้า และได้รับมอบหมายงานที่มีความท้าทายและความก้าวหน้า การเลื่อนตำแหน่งจึงเป็นเหตุผลสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานโรงแรมระดับปฏิบัติการ

การทำงานเป็นทีมและเป็นครอบครัว คือ มีการสนับสนุนด้านอุปกรณ์การทำงาน มีการสนับสนุนด้านความช่วยเหลือเมื่อร้องขอความร่วมมือ มีการให้ความช่วยเหลือแม้ไม่ต้องร้องขอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Yossanan, 2017) พบว่า แรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรม ระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ด้านปัจจัยค้ำจุน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีระดับแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานสูงสุด คือ ความสามารถเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชา รวมถึงเพื่อนร่วมงานเมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากมีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนและอุปกรณ์เครื่องมือที่เพียงพอ นอกจากนี้ คือ โรงแรมสามารถบริหารงานตามนโยบายและแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ได้จริง นอกจากนี้ (Limaporn, 2015) ศึกษา ปัจจัยแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มีต่อการทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรม พบว่า ผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรมส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจในการทำงาน จากการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และ การมีปฏิสัมพันธ์กับหัวหน้างาน และสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ดี ที่ทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความราบรื่น

เวลาในการทำงานที่เหมาะสม คือ การทำงานที่มี 9 ชั่วโมงที่ชัดเจนไม่มากไปน้อยไปทำให้มีเวลาส่วนตัวมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Yossanan, 2017) พบว่า แรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล อยู่ในระดับมาก คือ งานที่ปฏิบัติมีลักษณะงานที่น่าสนใจ ขอบเขตหน้าที่ที่รับผิดชอบระบุไว้อย่างชัดเจนในใบพรรณนาลักษณะงาน การกำหนดระบุขอบเขตงานที่ชัดเจน จะทำให้พนักงานมีงานที่รับผิดชอบในระดับที่เหมาะสม และมีเวลาส่วนตัว นอกเหนือจากเวลาทำงานมากขึ้น

ส่วนที่ 3 สิ่งที่พนักงานต้องการในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน คือ ผลตอบแทนที่เหมาะสม โดยโรงแรมมีการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีการแนะนำและฝึกอบรมพัฒนาอยู่อย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Pakhivarara, 2013) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโรงแรม พบว่า พนักงานมีความต้องการด้านเงินเดือนและสวัสดิการ มีสวัสดิการเรื่อง วันหยุด และพักผ่อนประจำปีและนโยบายเงิน สะสม นอกจากนี้ (Katekaw, 2014) ศึกษาพนักงานโรงแรม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหมุนเวียนเปลี่ยนงานของพนักงานโรงแรม ได้แก่ ผลตอบแทนและสวัสดิการ โรงแรมควรมีการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมเพื่อจูงใจให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. “พนักงาน” ตัวพนักงานจะมีความสุขและรู้สึกถึงการใส่ใจจากองค์กรจากการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมและเครื่องมือต่างๆ ส่งผลทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความสุขซึ่งความสุขจากภายในดังกล่าวจะส่งผลให้พฤติกรรมการปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปตามมาตรฐานและมีคุณภาพอย่างที่โรงแรมต้องการ
2. “องค์กร” สามารถนำผลของการศึกษาวิจัยนี้ไปใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันในเชิงธุรกิจ เพราะหากโรงแรมทราบถึงสิ่งที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานได้แล้วและนำไปสร้างเป็นขั้นตอนและกระบวนการในการสร้างแรงจูงใจจนสัมฤทธิ์ผลนั้นสิ่งที่จะตามมาคือ การได้มาซึ่งพนักงานที่มีคุณภาพในการบริการแก่ลูกค้า อันเป็นประโยชน์ต่อโรงแรมอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะที่ใช้ในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาด้านแรงจูงใจเท่านั้นหากครั้งต่อไปควรศึกษาด้านความต้องการของพนักงานในโรงแรมนี้เพื่อเป็นการนำผลของทั้ง 2 ด้านมาพัฒนาร่วมกันจะได้ผลที่ชัดเจนมากขึ้นทั้งเหตุและผลของการสร้างแรงจูงใจ
2. การศึกษาด้านแรงจูงใจหากจะให้ได้ผลที่กว้างขึ้นเพื่อนำไปใช้ได้อย่างกว้างขวางควรทำการศึกษาโรงแรมอื่น ๆ ที่อยู่ในเกณฑ์เดียวกันให้มากกว่า 1 โรงแรม เนื่องจากผลของการศึกษาสามารถนำไปสร้างบรรทัดฐานในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในมุมกว้างมากขึ้น

REFERENCES

- Beach, D.S. (1965). *Personnel: Management of people at work*. New York: The Macmillan.
- Bureau of Economic Tourism and Sports, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. (2019). *Tourism Situation in June and The First Half Year 2019*. Retrieved from https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11902
- Janthasri, S. (2007). *A Study of Motivations for Teachers with Different Self-efficiency levels in Private Schools under Office of The Private Education Commission*. Master's thesis, Srinakharinwirot University.
- Katekaew, A. (2014). *Guidelines on Decreasing Staff Turnover Rate of Five Stars Hotel in Ratchaprasong Area, Bangkok*. Master's thesis, Business Administration, Faculty of Management Science, Silpakorn University.
- Limaporn, N. (2015). *Motivation and Satisfaction Towards Working in Hotel Industry*. Master's thesis, Hospitality Industry in Tourism Management, Bangkok University.
- Lipikorn, S. (2009). *Factors Relating the Resignation Possibility of BAM's Employees*. Master's thesis, Sukhothai Thammathirat Open University.
- Lorsuwannarat, T. (2007). *Modern Organization Theory*, (8th Ed.). Bangkok: Rattana-trai.
- Master Card. (2018). Bangkok, *The 3rd Year of Top Winner of World Destination City*. Retrieved from <https://www.mots.go.th/old/content.php?nid=10997&filename=index>
- Ministry of Interior. (2108). *Economic Statistics Division, National Statistical Office 2018*. Retrieved from <https://multi.dopa.go.th/omd3/news/cate6>
- Nawee-karn, S. (1997). *Organizational Management and Behavior*. Bangkok: Manager.
- Pakhiwatara, P. (2013). *The Influencing Factors on Working Motivation of Housekeeping Staff: Case Study P&P Hotel Bangkok*. Master 's thesis. Business Administration, Kasem Bundit University.
- Pothisita, C. (2004). *Sciences and Arts of Quantity Research*. Bangkok: Amarin.
- Saereerat, S. (1998). *Strategic Management*. Bangkok: Patanasuksa.
- Sungrung, P. (2007). *Human Relations in Organization* (10th Ed.). Bangkok: B.K. Interprint.



- Thai Hotels Association. (2020). *The Thailand Hotels Standard Foundation*. Retrieved from <http://www.thaihotels.org/16679475/hotel-standard>
- Tripadvisor. (2019). *Customers Satisfaction Towards Service of Establishments*. Retrieved from www.Tripadvisor.com
- Wanichcharoon, P. (2009). *Opinions of Pharmaceutical Representatives of Multinational Pharmaceutical Companies in Thailand on Work Motivation*. Master's independent study, Sukhothai Thammathirat Open University.
- Wisetsathorn, K., & Sriyong, M. (1994). *Industrial and Organizational Psychology: Faculty of Industrial Education and Technology Textbooks Project*. Bangkok: King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.
- Wongman, K. (2009). *Factors Relating to Career Advancement of Medical Representative of Bangkok Area*. Master's thesis, Phetchaburi Rajabhat University.
- Yossanan, A. (2017). *Satisfaction and Motivation Impact on the Operation of 4-Star Hotel Staffs in Bangkok Metropolis and Adjacent Provinces*. Master's thesis. Hospitality Industry in Tourism Management Program, Bangkok University.

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อ
พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
Causal Relationship Model of Technology Acceptance and Use Affecting
Shopee Application Using Behavior of Consumer in Bangkok Metropolitan Region

ณัฐฐลินี พุ่มประเสริฐ¹ สมชาย เล็กเจริญ²
Nattasinee Pumprasert¹ Somchai Lekcharoen²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม
วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

¹ The Degree of Master of Information Science in Social Media Technology
College of Digital Innovation Technology, Rangsit University
Tel. 06-1393-5959 E-mail: nattasinee.p55@rsu.ac.th

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม
วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัล เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

² Advisor of Degree of Master of Information Science in Social Media Technology
College of Digital Innovation Technology Rangsit University
Tel. 08-6982-4396 E-mail: Somchai.l@rsu.ac.th

(Received: August 15, 2020 ; Revised: November 20, 2020 ; Accepted: December 14, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าบนแอปพลิเคชันช้อปปิ้งที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และโมเดลสมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2. ด้านความคาดหวังในความพยายาม 3. ด้านอิทธิพลทางสังคม 4. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5. ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และ 6. ด้านพฤติกรรมการใช้งานจริง

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันช้อปปิ้งของผู้บริโภคมากที่สุดคือ ด้านความตั้งใจแสดง

พฤติกรรม รองลงมาคือ ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี, แอปพลิเคชัน, ซ้อปปี, ความตั้งใจ, พฤติกรรมการใช้งาน

Abstract

This research aims to develop a causal relationship model of acceptance and use of technology that affects the use of Shopee Application of the customers in Bangkok Metropolitan Region in order to investigate the consistency of the complex relationship model with the development of empirical data. The samples of this research from convenience sampling were 300 customers who used Shopee Application in Bangkok Metropolitan Region. The instrument was an online 7-point scale questionnaire by the structural equation modeling (SEM) and a package program was used to analyze the data in 6 aspects: (1) Performance Expectancy, (2) Effort Expectancy, (3) Social Influence, (4) Facilitating Conditions, (5) Behavioral Intention, and (6) Use Behavior.

The research results found that the developed cause relationships have consistency with variable empirical data which have influence on Shopee Application's consumer behaviors on many aspects. The most influences aspects are the intention behaviors, sufficient facilities, social influence and efficiency expectation respectively.

Keywords: *Technology Acceptance and Use, Application, Shopee, Intention, Use Behavior*

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จากตัวเลขของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่ระบุว่าประเทศไทยโตที่สุดในอาเซียน ด้วยไลฟ์สไตล์คนดิจิทัล ยอดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบ 4 เท่าจากสิบปีที่ผ่านมา และเมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่าจากจำนวนเพียง 9.3 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2551 ปัจจุบันมีคนใช้มากถึง 45 ล้านคน สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย การพัฒนาของเครื่องมือสื่อสาร ทำให้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดอีคอมเมิร์ซของประเทศไทยเติบโตไปด้วย ทั้งจำนวนผู้ซื้อและผู้ขายทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ตอบรับกับจำนวนแพลตฟอร์มโดยผู้ประกอบการในไทยและต่างประเทศเกิดขึ้น

เป็นจำนวนมาก นอกจากพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแล้วยังมีการผลักดันด้าน E-Payment ของภาครัฐบาลและการลงทุนจากภาคเอกชนเพื่อพัฒนาระบบนิเวศน์ของอีคอมเมิร์ซ เช่นกัน ตลาดอีคอมเมิร์ซ ในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าประมาณ 3,058,987.04 ล้านบาท เติบโตจากปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 8 ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2562 ก็ยังมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) (Electronic Transactions Development Agency(ETDA), 2018)

ช้อปปี้ (Shopee) มีข้อได้เปรียบในเรื่องของความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค อีกทั้งยังมีแพลตฟอร์มชำระเงิน Air Pay ทำให้มีทรัพยากรมากพอสำหรับการขยายธุรกิจและผลักดันการเติบโตได้เป็นอย่างดี ปัจจุบัน Shopee มีผู้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันแล้วมากกว่า 10 ล้านครั้ง มีรายการสินค้าที่ แอ็คทีฟถึง 8 ล้านรายการ ร้านค้ากว่า 500,000 ราย และมีตราสินค้าใหญ่อื่นๆ อีกมากมาย (Siriwongpanupong, S., 2018)

ทั้งนี้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อสินค้าและชำระเงินผ่านบริการที่มีความปลอดภัยที่เรียกว่า ช้อปปี้ช่วยรับประกัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ซื้อสามารถสั่งซื้อและชำระค่าสินค้าได้อย่างมั่นใจ หากว่าสินค้าที่ได้รับไม่ตรงตามที่ตกลงกันไว้ก่อนหน้า ผู้ซื้อจะได้รับเงินคืนจากผู้ขายเต็มจำนวน นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียด้วยฟังก์ชันไลฟ์แชต ที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อกันได้โดยตรง หรือฟังก์ชันแฮชแท็กที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการหรืออัปเดตเทรนด์ล่าสุดได้ง่ายยิ่งขึ้น Shopee เป็นพื้นที่เจอกันของคนซื้อและขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งหลังจากที่มีการเปิดตัวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไปพบว่ามีจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมากขึ้นอย่างต่อเนื่องแล้วหลายล้านคน โดยมีสินค้าวางจำหน่ายมากกว่า 3 ล้านรายการ ขณะที่ในไทยพบว่ามียอดดาวน์โหลดแล้ว 1 ล้านดาวน์โหลด (Klinsukon, C., 2019)

อีกหนึ่งความสำเร็จของ Shopee คือการให้บริการชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการชำระผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตปกติทั่วไป การชำระผ่านบัญชี e-Wallet ที่สำคัญยังสามารถชำระเงินผ่านการโอนทางธนาคารหรือชำระเงินปลายทางซึ่งช่วยให้กลุ่มคนที่ไม่มีบัตรเครดิตสามารถช้อปปิ้งออนไลน์ได้แม้จะไม่มีบัตรเครดิตก็ตามสามารถช่วยให้ Shopee เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ติดตามตราสินค้านั้น (Terance, P., 2017)

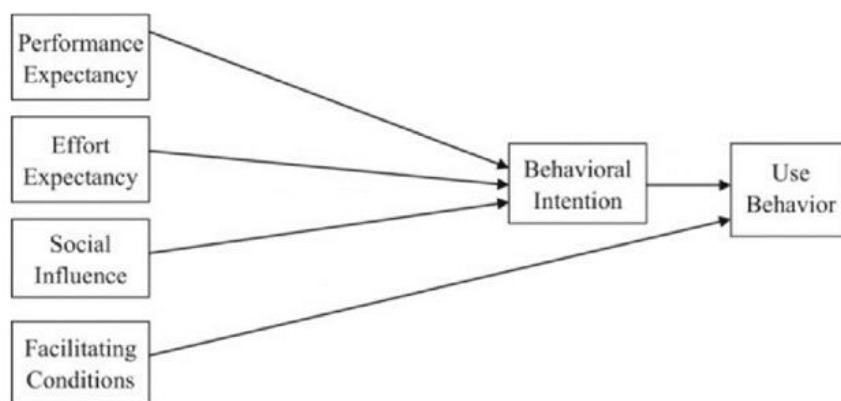
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ที่ใช้งานผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน Shopee โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจวางแผนทำการตลาดส่งผลให้สามารถประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อปี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้กรอบแนวคิดจากงานวิจัยของ Venkatesh, et al., (2003) ได้อธิบายทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ของมนุษย์ โดยศึกษาพฤติกรรมการใช้ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ได้แก่ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพเป็นความเชื่อของผู้ใช้งานว่าการใช้เทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ ด้านความคาดหวังในความพยายามเป็นความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันข้อปี่ ด้านอิทธิพลทางสังคมเป็นความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลใกล้ชิดในสังคม เช่น ครอบครัว และเพื่อนจะมีผลทำให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชันข้อปี่ ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นความเชื่อของบุคคล ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกของอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีมีผลทำให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชันข้อปี่ ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรมเป็นความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันข้อปี่อย่างต่อเนื่องและในอนาคต ด้านพฤติกรรมการใช้งานจริงเป็นการกระทำที่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันข้อปี่ใช้ในการค้นหาสินค้า ติดตามรายการสินค้าใหม่และโปรโมชั่นส่วนลด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อปี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ที่มา : Venkatesh et al. (2003)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบออนไลน์เกี่ยวกับปัจจัยของทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชัน Shopee ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าจากวรรณกรรม และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จัดทำแบบสอบถามแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยของทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันข้อปี่ โดยข้อคำถามลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 18 ข้อแบ่งเป็น 6 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2. ด้านความคาดหวังในความพยายาม 3. ด้านอิทธิพลทางสังคม 4. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5. ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม 6. ด้านพฤติกรรมการใช้งานจริง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตอนที่ 2 นั้นผู้วิจัยกำหนดให้มีลักษณะการตอบเป็นแบบระดับความคิดเห็น โดยคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 7 ระดับ ซึ่งกำหนดให้ความหมายของแต่ละระดับไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	6.51 - 7.00	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	5.51 - 6.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	4.51 - 5.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างมาก
ค่าเฉลี่ย	3.51 - 4.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.51 - 2.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การหาคุณภาพเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ใช้วิธีการนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน แล้วนำคะแนนที่ได้มาหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยได้นำค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามระหว่าง 0.67 - 1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยวิธีการคำนวณของครอนบาค (Cronbach) (Wanichbancha, K., 2002) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 สอดคล้องกับเกณฑ์คุณภาพของเครื่องมือที่ควรมีค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไปแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง (Kanjanakitsakul, C., 2012)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 1 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 300 คน และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสถิติเชิงบรรยายและใช้หลักการสถิติเชิงอนุมาน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงบรรยายของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูล เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หาขนาดอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไรจากแนวคิด และทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงมีการตรวจสอบความสอดคล้องความกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่าสถิติ $CMIN/df$ น้อยกว่า 3.00, GFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป, AGFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป, และ RMSEA ตั้งน้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Rangsungoen, G., 2011)

ผลการวิจัย

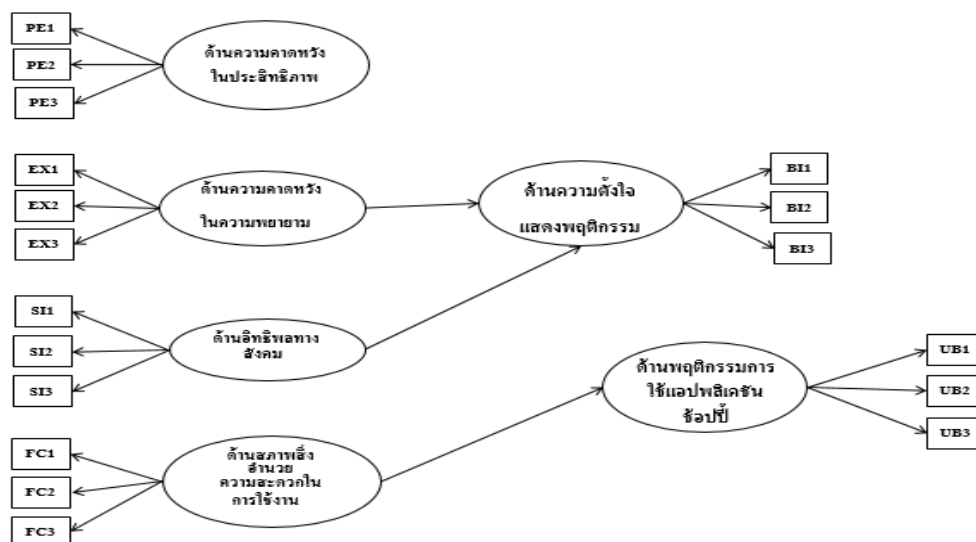
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้แอปพลิเคชันช้อปปิ้ง จำนวน 300 คน พบว่าทั้งหมดเคยใช้แอปพลิเคชันช้อปปิ้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 270 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน 5-6 ชั่วโมง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 มีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้งระหว่าง 13-24 เดือน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45 และมีความสนใจในการใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้งจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน
ข้อป้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

รายด้าน	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ความหมาย	ความเบ้ (Sk)	ความโด่ง (Ku)	ความหมาย
ด้านความคาดหวังประสิทธิภาพ	5.02	0.52	ค่อนข้างมาก	-0.47	0.06	แจกแจงแบบปกติ
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	4.66	0.85	ค่อนข้างมาก	0.19	0.13	แจกแจงแบบปกติ
ด้านอิทธิพลทางสังคม	5.78	0.64	มาก	-1.02	1.14	แจกแจงแบบปกติ
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	5.33	0.90	ค่อนข้างมาก	-0.34	-0.27	แจกแจงแบบปกติ
ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม	5.12	0.74	ค่อนข้างมาก	-0.24	-0.37	แจกแจงแบบปกติ
ด้านพฤติกรรมการใช้งานจริง	5.61	0.76	มาก	-0.47	-0.33	แจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	5.25	0.74	ค่อนข้างมาก	-0.39	0.06	แจกแจงแบบปกติ

จากตารางที่ 1 ปรากฏว่า ภาพรวมค่าเฉลี่ย 5.25 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านอิทธิพลทางสังคม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5.78 อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านพฤติกรรมการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ย 5.61 อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดด้านความคาดหวังในความพยายาม มีค่าเฉลี่ย 4.66 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ค่าความเบ้ (Sk) อยู่ระหว่าง -1.02 ถึง 0.19 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง -0.37 ถึง 1.14 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ \pm ไม่เกิน 3 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ผลการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อป้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแสดงดังภาพที่ 2



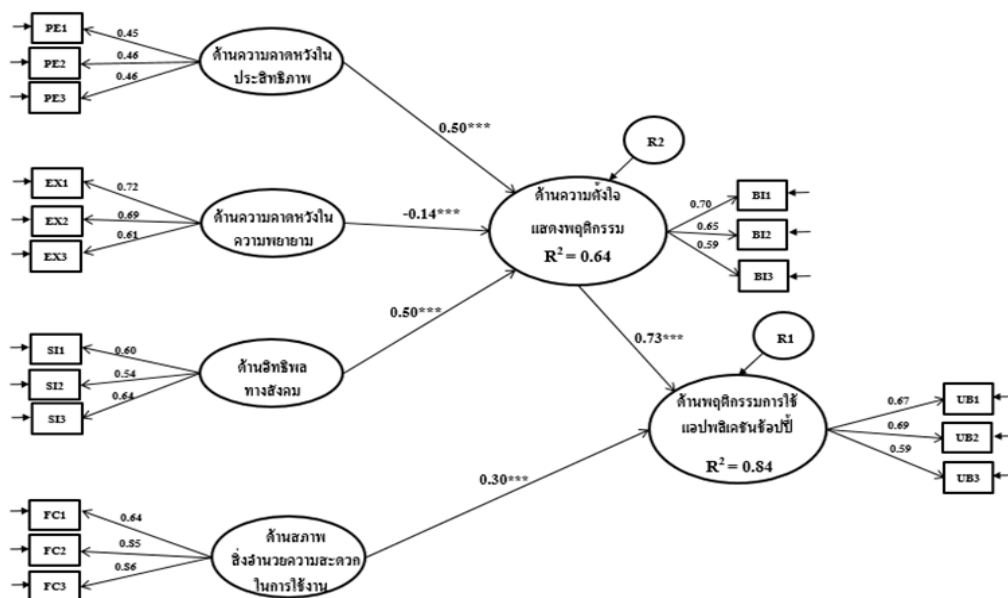
ภาพที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้
แอปพลิเคชันข้อป้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยวิธีการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรโดยทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างรูปแบบสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อป้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในรูปของคะแนนดิบ

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าที่ได้	ความหมาย
1. ค่า CMIN/df	< 3.00	1.69	ผ่านเกณฑ์
2. ค่า GFI	≥ 0.90	0.93	ผ่านเกณฑ์
3. ค่า AGFI	≥ 0.90	0.90	ผ่านเกณฑ์
4. ค่า CFI	≥ 0.90	0.95	ผ่านเกณฑ์
5. ค่า RMSEA	< 0.08	0.05	ผ่านเกณฑ์
6. ค่า SRMR	< 0.08	0.06	ผ่านเกณฑ์
7. ค่า Hoelter	> 200	218	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 2 พบว่าค่าสถิติผ่านเกณฑ์ทุกค่า สรุปได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อป้ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องความกลมกลืนของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพที่ 3 พบว่าด้านพฤติกรรมการใช้งานจริงได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.73 รองลงมา ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.30 และด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรมได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพและด้านอิทธิพลทางสังคม มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.50 แสดงว่าเมื่อความคาดหวังในประสิทธิภาพและอิทธิพลทางสังคมมีขนาดอิทธิพลเพิ่มขึ้นจะทำให้ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ด้านความคาดหวังในความพยายาม มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ -0.14 แสดงว่าความคาดหวังในความพยายามเพิ่มขึ้นจะทำให้ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมลดลง นั่นคือความคาดหวังในความพยายามไม่มีผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้งของผู้บริโภค

ตารางที่ 3 ความหมายของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ชื่อตัวแปร	คำอธิบาย
PE1	ท่านคิดว่าการใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH ช่วยให้เกิดความรวดเร็วในการซื้อสินค้าออนไลน์
PE2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Shopee TH ช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าออนไลน์
PE3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Shopee TH มีความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์
EX1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Shopee TH เป็นระบบที่เข้าใจได้ง่าย
EX2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Shopee TH เป็นระบบที่ไม่ซับซ้อน
EX3	ท่านคิดว่าท่านสามารถซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน Shopee TH ได้สินค้าตรงตามความต้องการ
SI1	ท่านคิดว่าเพื่อนมีผลทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH
SI2	ท่านคิดว่าครอบครัวของท่านมีผลทำให้ท่านใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH
SI3	ท่านคิดว่าการใช้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Shopee TH ช่วยให้ท่านก้าวทันเทคโนโลยี
FC1	ท่านมีอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน Shopee TH ได้ตลอดเวลา
FC2	ท่านคิดว่าหน้าจอแสดงผลบนโทรศัพท์มือถือที่เล็กไม่เป็นอุปสรรคในการใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH
FC3	ท่านคิดว่าความเร็วของระบบอินเทอร์เน็ตที่ท่านใช้มีผลในการใช้ แอปพลิเคชัน Shopee TH ในการซื้อสินค้าออนไลน์
BI1	ท่านมีความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH ในการซื้อสินค้าออนไลน์แทนการไปตามห้างสรรพสินค้าและร้านค้า
BI2	ท่านใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH ในการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง
BI3	ท่านมีความตั้งใจว่าจะใช้งานแอปพลิเคชัน Shopee TH มากขึ้นในอนาคต
UB1	ท่านใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH ในการติดตามโปรโมชั่นส่วนลดของสินค้า
UB2	ท่านใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH ในการค้นหาสินค้าประเภทต่างๆ
UB3	ท่านใช้แอปพลิเคชัน Shopee TH ในการติดตามรายการสินค้าใหม่ๆ

ตารางที่ 4 แสดงค่าอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมที่มีผลต่อรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อปี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปร	ตัวแปรภายใน					
	ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม			ด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อปี่		
ตัวแปรภายนอก	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม
ด้านความคาดหวังประสิทธิภาพ	0.50***	-	0.50***	-	0.37***	0.37***
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	-0.14***	-	-0.14***	-	-0.10***	-0.10***
ด้านอิทธิพลทางสังคม	0.50***	-	0.50***	-	0.37***	0.37***
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	-	-	-	0.30***	-	0.30***
ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม	-	-	-	0.73***	-	0.73***
ด้านสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R ²)		0.64			0.84	

หมายเหตุ *** p<0.001

จากตารางที่ 4 พบว่าด้านพฤติกรรมการใช้งานบนแอปพลิเคชันข้อปี่ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม เท่ากับ 0.73 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านความคาดหวังประสิทธิภาพ และ ด้านอิทธิพลทางสังคม เท่ากับ 0.37 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรมได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านความคาดหวังประสิทธิภาพ และ ด้านอิทธิพลทางสังคม เท่ากับ 0.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

อภิปรายและสรุป

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อปี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลการวิจัย พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันข้อปี่ 6 ด้าน ประกอบด้วย 1. ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2. ด้านความคาดหวังในความพยายาม 3. ด้านอิทธิพลทางสังคม 4. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5. ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และ 6. ด้านพฤติกรรมการใช้งานจริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยและทฤษฎีการยอมรับ และการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ของVenkatesh et. at. (2003) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมยอมรับและการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ของมนุษย์ โดยศึกษาพฤติกรรมการใช้ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรมโดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ

แสดงพฤติกรรมตามแบบจำลองโดยมีปัจจัยหลักคือด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรมและด้านพฤติกรรม
การใช้งานจริง

ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลทางตรงต่อด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม เนื่องจาก
การใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้งทำให้เกิดความรวดเร็ว ประหยัดเวลา และปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัย
ของ Wang and Chih (2009) พบว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพของเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติทำให้
สามารถชำระบิลต่างๆได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ด้านความคาดหวังในความพยายาม ส่งผลทางตรงต่อด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม เนื่องจาก
ผู้ใช้งานคิดว่าแอปพลิเคชันช้อปปิ้งมีระบบที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถค้นหาสินค้าได้ตรงตาม
ความต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhou and Lu and Wang (2010) พบว่าความคาดหวังใน
ความพยายามส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี

ด้านอิทธิพลทางสังคม ส่งผลทางตรงต่อด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม เนื่องจากเพื่อน และ
ครอบครัว มีผลทำให้ใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้งและทำให้รู้สึกก้าวหน้าทันเทคโนโลยี สอดคล้องกับงานวิจัย
ของ Zuiderwijk, Janssen and Dwivedi (2015) พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลในสังคมหรือบุคคล
ผู้ใกล้ชิดกับผู้ใช้งานจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมารยอบรับการใช้งานของผู้ใช้เทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน

ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลทางตรงต่อด้านพฤติกรรมการใช้งานบน
แอปพลิเคชันช้อปปิ้ง เนื่องจากมีอุปกรณ์ที่ทำให้ใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้งได้สะดวก สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ Howard, et al., (2017) พบว่าความพร้อมของทรัพยากรทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบ
ซอฟต์แวร์ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญเป็นการสนับสนุนการใช้งานของระบบ

ด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ส่งผลทางตรงต่อด้านพฤติกรรมการใช้งานบนแอปพลิเคชัน
ช้อปปิ้ง เนื่องจากผู้บริโภคคิดว่าแอปพลิเคชันช้อปปิ้ง มีความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันในการซื้อสินค้า
ออนไลน์แทนการไปตามห้างสรรพสินค้าและร้านค้าอย่างต่อเนื่องในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ
Ounreung, S. & Pankham, S. (2017) พบว่า ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน
LAZADA มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันช้อปปิ้ง LAZADAบนสมาร์ตโฟน

REFERENCES

- Chaveesuk, S. & Wongjaturapat, S. (2012). Unified Theory of acceptance and use of technology. *KMITL Information Technology Journal*, 1, 8-13.
- Electronic Transactions Development Agency(ETDA). (2018). Thai e-Commerce in 2018, the amount surpassed 3.2 trillion baht. Retrieved March 19, 2019, from <https://www.eta.or.th/th/Useful-Resource/documents-for-download.aspx>
- Kanjana Kitsakul, C. (2012). *Research Methodology in Social Sciences*. Tak: Project Five-Four Company Limited.
- Klinsukon, C. (2019). Adaptation of Thai businesses in the E-commerce era. Retrieved March 19, 2019, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/646826>
- Klinsukon, C. (2019). Adaptation of Thai businesses in the E-commerce era. Retrieved March 19, 2019, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/646826>
- Ounreung, S. & Pankham, S. (2017). A Causal Relationship Model of Adoption and the use of Technology that Affect Behavior for the shopping Application on smart phones of the population in Bangkok and its vicinity. *The 12th RSU National Graduate Research Conference*. 12, 201.
- Rangsunghoen, G. (2011). *Factor analysis with SPSS and AMOS for research*. Bangkok: SE-EDUCATION.
- Samniangpror, B. (2011). *Factors affecting acceptance and behavior of use of virtual office technology: a case study of field operation division of telecommunication organization*. (College of Innovation Thammasat University)
- Siriwongpanupong, S. (2018). Shopee strategy penetrates e-commerce market to win local people, customers and employees. Retrieved January 29, 2018, from <https://www.brandbuffet.in.th/2018/01/shopee-e-commerce-platform/>
- Techsauce. (2019). Take a lesson from Shopee, 'Quick Fish' of the E-Commerce world. Retrieved Mar 1, 2019, from <https://techsauce.co/tech-and-biz/shopee-faster-player-in-ecommerce-world>
- Terance, P. (2017). The m-Commerce trend is on the rise, Shopee is growing rapidly with over 5 million downloads. Retrieved March 1, 2017, from



ISSN 1686-5731

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์

BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

<https://www.brandbuffet.in.th/2018/01/shopee-e-commerce-platform/Thailand.aspx>

Venkatesh et al. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.

Wanichbancha, K. (2002). *Statistical Analysis: Statistics for Administration and Research*. (Edition 14). Bangkok: Chulalongkorn University Press, 2013A, 34-3

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI)

The Relationship between Earnings Management and Executive Compensation
of Thai Listed Companies in the Market for Alternative Investment (MAI)

อานัติ หยกพิทักษ์โชค¹ วัลลก บัวชุม²

Anut Yokpitakchock¹ Wonlop Buachoom²

¹หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

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

Tel. 09-8914-2544 E-mail: fight to susu@hotmail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

²Assistant Professor, Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 06-6141-5959 E-mail : wonlop.b@rsu.ac.th

(Received: August 15, 2020 ; Revised: October 6, 2020 ; Accepted: November 24, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยพิจารณาถึงพฤติกรรมของฝ่ายบริหารที่อาจมีความสัมพันธ์กับการบริหารกำไร เพื่อประโยชน์ในด้านค่าตอบแทนของตนเองที่ผูกกับผลการดำเนินงานหรือผลประกอบการของบริษัท ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากงบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงินและ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 523 บริษัทตัวอย่าง ที่เก็บรวบรวมตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 ถึง 2560 โดยผลการศึกษาพบว่าการบริหารกำไรมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ อย่างมีนัยสำคัญ จึงสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารมีโอกาสบริหารกำไรเพื่อสร้างผลการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นตามความต้องการของตนเอง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการบริหารกำไรลดทอนประสิทธิภาพของระบบผลตอบแทนเพื่อจูงใจให้ฝ่ายบริหารปฏิบัติงาน เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้เสีย

คำสำคัญ: การบริหารกำไร ค่าตอบแทนผู้บริหาร ทฤษฎีตัวแทน

Abstract

The objective of this study is to determine the relationship between earnings management and executive compensation of Thai listed companies in the market for alternative investment. This study concentrates on behavior of the managements which may related to earnings management for their own remuneration, which is tied to financial firm performance. This study collected data from the financial statements, note to financial statements and annual registration statements (From 56-1). Then multiple linear regression analysis is applied for 523 firm - year of listed companies, which collected from the year 2013 to year 2017. The result of the study shows that the earnings management has significantly positive relationship with executive compensation of Thai listed company in the market for alternative investment. This reflects that executives have the choice to manipulate firm performance for an increase in compensation according to their own expectation. Therefore, this can be concluded that the earnings management is a factor in reducing efficiency of the pay-for-performance system in motivating managements to perform for the best interests of the shareholders and stakeholders.

Keywords: *Earnings Management, Executive Compensation, Agency Theory*

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับธุรกิจ SMEs มากขึ้น โดยการสนับสนุนและพัฒนาให้ธุรกิจ SMEs มีช่องทางการเติบโตในอนาคต ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนอย่างเพียงพอและเหมาะสม ในช่วงวิกฤตทางการเงินในปี พ.ศ. 2540 ที่ทุกธุรกิจได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ที่ประสบกับปัญหาสภาพคล่อง ซึ่งขณะนั้นยังไม่มีช่องทางหรือหน่วยงานที่จะเข้ามาให้ความช่วยเหลือในการระดมทุนที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจ SMEs ด้วยเหตุนี้ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Market for Alternative Investment: MAI) จึงได้ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ.2542 เพื่อเป็นแหล่งระดมทุนและสร้างธุรกิจให้มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน มีความโปร่งใสภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2542) ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จึงเปรียบเสมือนตลาดหลักทรัพย์แห่งที่สองที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของตลาดหลักทรัพย์แห่ง

ประเทศไทย โดยตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จะเปิดโอกาสสำหรับธุรกิจ SMEs ที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจในอนาคตเข้ามาระดมทุน ดังนั้นตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จึงเป็นตลาดลงทุนอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักลงทุน

ตามทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ผู้บริหาร (Agent) จะได้รับมอบหมายจากผู้ถือหุ้น (Principal) เพื่อดำเนินการบริหารงานแทนทั้งการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย วางแผนและติดตามผลการดำเนินงาน ให้ข้อเสนอแนะตลอดจนแก้ปัญหาเพื่อให้ผลการดำเนินงานของกิจการเป็นไปตามเป้าหมายและส่งมอบผลการดำเนินงานให้แก่ผู้ถือหุ้น (คิลปพร ศรีจันเพชร, 2551) เมื่อผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่ได้ตามเป้าหมายที่ผู้ถือหุ้นกำหนดจะได้รับผลตอบแทนตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันไว้ เพื่อผู้ถือหุ้นและผู้บริหารได้รับผลประโยชน์ที่พึงพอใจทั้งสองฝ่าย (อินทิพากุลย์ ศรีประสิทธิ์, 2554; อัจฉรา โยมสินธุ์, 2555) อย่างไรก็ตามผลประโยชน์ที่ฝ่ายบริหารได้รับอาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง จึงนำไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์ที่ไม่เหมาะสม ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of interests) ทั้งนี้ฝ่ายบริหารอาจมีแนวคิดการบริหารกำไร (Earnings Management) เพื่อสร้างผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายของผู้ถือหุ้นและเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นตามความต้องการของตนเอง (ธกานต์ชาติวงศ์, 2560; Morris, 1987) เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ผู้ถือหุ้นจึงอาจใช้กลยุทธ์ด้านการเลิกจ้าง การควบคุม และให้ค่าตอบแทนผู้บริหาร โดยงานวิจัยฉบับนี้ได้ให้ความสนใจกับค่าตอบแทนผู้บริหารเป็นหลัก ซึ่งค่าตอบแทนนั้นควรจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับหลักการ นโยบายและผลการดำเนินงานของบริษัท ดังนั้นการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ผู้บริหารจึงถือเป็นการกระตุ้นรวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริหารให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง รอบคอบ และเต็มกำลังความสามารถ

จากการที่ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจ SMEs ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงซึ่งเป็นแหล่งระดมเงินทุนสำคัญจากนักลงทุน ซึ่งฝ่ายบริหารของธุรกิจ SMEs อาจพยายามหาหนทางในการสร้างผลการดำเนินงานที่ดีให้กับกิจการเพื่อดึงดูดนักลงทุนรวมถึงเพื่อเอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ตนเองด้วย (วรศักดิ์ ทูมมานนท์, 2543) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ว่ามีการบริหารกำไรเพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนที่ไม่เหมาะสมหรือไม่ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำหรับการกำกับดูแล รวมถึงข้อมูลสำหรับการตัดสินใจของนักลงทุนในการพยากรณ์วัดผลการลงทุนในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของการบริหารกำไรโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารกับค่าตอบแทนผู้บริหาร โดยจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3. การทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน

จากทฤษฎีตัวแทนของ Jensen and Meckling (1976) ที่อธิบายว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างตัวการ (ผู้ถือหุ้น) และตัวแทน (ผู้บริหาร) โดยการว่าจ้างผู้บริหารให้บริหารงานแทนตนภายใต้สัญญาและข้อกำหนด ซึ่งให้ค่าตอบแทนเพื่อเป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารด้วยเหตุนี้ผู้บริหารจะพยายามหาหนทางในการสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นก็ต่อเมื่อพิจารณาแล้วว่าหนทางนั้นก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองด้วย และจากงานวิจัยทั้งต่างประเทศและในประเทศเช่น งานวิจัยของ Rim Ben Hassen (2014) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหารและการบริหารกำไรที่วัดด้วยรายการคงค้างที่ใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร พบว่าค่าตอบแทนผู้บริหารเป็นแรงจูงใจที่มีผลกระทบต่อผลการบริหารกำไรในการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งผลของการทดสอบครั้งนี้เป็นการยืนยันการตั้งสมมติฐานทางทฤษฎีเกี่ยวกับผลประโยชน์ของผู้บริหารกับผู้ถือหุ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Akinobu Shuto (2007) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหารกับการบริหารกำไรในบริษัทประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การบริหารกำไรผ่านรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารจะเพิ่มค่าตอบแทนของผู้บริหารได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Sloan (1993); Ittner et. al. (1997); Lambert and Larcker (1987) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง ผลการศึกษาพบว่าการบริหารกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหาร ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศไทยของสุธิดา ออพิพัฒน์ (2559) ที่พบว่าค่าตอบแทนผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารกำไรอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของพัชรินทร์ ภัทรวานชานนท์ (2553) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรกับผลตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหาร โดยความสามารถในการทำกำไรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ อัตราการทำกำไรขั้นต้น อัตราการทำกำไรที่ได้จากการดำเนินงาน อัตราผลตอบแทนจากกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

จากทฤษฎีและผลงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการที่บริษัทจ่ายค่าตอบแทนแก่ผู้บริหารเพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ อาจเป็นช่องทางให้ฝ่ายบริหารในการบริหารกำไรโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารในการสร้างผลประโยชน์ที่ดีที่สุดเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่ดี ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่จะมีการทำสัญญาสำหรับค่าตอบแทนของผู้บริหารโดยผูกกับผลการดำเนินงานของกิจการ โดยบริษัทจะพิจารณาผลการดำเนินงานเพื่อกำหนดแผนค่าตอบแทนแบบจูงใจ อย่างไรก็ตามงานวิจัยในประเทศไทยจากอดีตที่ผ่านมายังไม่พบการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของ

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ว่าการบริหารกำไรมีความสัมพันธ์กับค่าตอบแทนผู้บริหารหรือไม่ ซึ่งจะเป็นข้อมูลทางการกำกับดูแลซึ่งนักลงทุนสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพยากรณ์การลงทุนในอนาคตได้ ดังนั้นจึงนำมาสู่สมมติฐานงานวิจัยที่ว่า

H1: การบริหารกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

4. ระเบียบวิธีการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ครอบคลุมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 629 ชุดข้อมูลตัวอย่าง ทั้งนี้ขนาดตัวอย่างหลังจากตัดตัวอย่างที่มีข้อมูลไม่สมบูรณ์ออกแล้วมีจำนวนเท่ากับ 523 ชุดข้อมูลตัวอย่าง

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลของดัชนีการเปิดเผยข้อมูลและประเภทของข้อมูลส่วนงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 – 2560 รวมจำนวน 5 ปี โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบการเงินและข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ซึ่งรวบรวมจากรายงานทางการเงินประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.3 แบบจำลองความสัมพันธ์

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนงานกับผลกำไรในอนาคตและความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนงานกับราคาหุ้นในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีรูปแบบสมการความสัมพันธ์ ดังนี้

$$COMP_{it} = \beta_0 + \beta_1 EM_{it} + \beta_2 ROA_{it} + \beta_3 ROE_{it} + \beta_4 FIRMSize_{it} + \beta_5 FIRMAge_{it} + \beta_6 MTenue_{it} + \beta_7 MGD_{it} + \beta_8 MSS_{it} + \beta_9 COMP_{it-1} + \beta_{10} DE_{it} + \epsilon$$

โดยที่

COMP _{it}	คือ	ค่าตอบแทนผู้บริหาร
EM _{it}	คือ	การบริหารกำไรผ่านรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร
ROA _{it}	คือ	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์
ROE _{it}	คือ	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น
FIRMSize _{it}	คือ	ขนาดของบริษัท

FIRMAge _{it}	คือ	อายุของบริษัท
MTenue _{it}	คือ	อายุการทำงานของผู้บริหาร
MGD _{it}	คือ	เพศของผู้บริหาร
MSS _{it}	คือ	ตำแหน่งทางสังคมของผู้บริหาร
COMP _{it-1}	คือ	ค่าตอบแทนผู้บริหารปีก่อนหน้า
DE _{it}	คือ	อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

4.4 การวัดค่าตัวแปร

4.4.1 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ค่าตอบแทนผู้บริหาร (Executive Compensation) ซึ่งค่าตอบแทนผู้บริหารจะวัดค่าโดยใช้ลอการิทึมฐานธรรมชาติของค่าตอบแทนผู้บริหารรวมทั้งปีที่แสดงอยู่ในหมายเหตุประกอบงบการเงินในปีปัจจุบันและ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)

4.4.2 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

การบริหารกำไร (Earning Management) ซึ่งการศึกษานี้จะทำการเปลี่ยนแปลงรายการรับและจ่ายโดยดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (Discretionary Accrual: DA) เป็นตัวแปรของการบริหารกำไร และใช้แบบจำลอง The Modified Jones (1995) ในการคำนวณตัวชี้วัดการบริหารกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทั้งนี้จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกำไรพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจเกี่ยวกับรายการคงค้างที่เกิดขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารผ่านตัวแบบ The Modified Jones ที่ได้รับการทดสอบว่าสามารถวัดค่าและสามารถอธิบายถึงรายการคงค้างที่เกิดขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารได้ถูกต้องมากที่สุด (Dechow et. al., 1995) สำหรับการวัดค่าตัวแปรด้วยรายการคงค้างรับจ่ายที่เกิดขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารที่ใช้เป็นตัววัดค่าของการบริหารกำไรของกิจการสามารถคำนวณได้ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คำนวณหารายการคงค้างทั้งหมด (Total Accruals: TA) สามารถหาได้จากผลต่างของกำไรสุทธิกับกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานที่แสดงในงบกระแสเงินสดจากสมการดังนี้

Total Accruals	=	Reported Net Income – Cash Flows from Operations
TA _t	=	NI _t - CFO _t
เมื่อ TA _t	คือ	รายการคงค้างรวมของปีปัจจุบัน
NI _t	คือ	กำไรสุทธิของปีปัจจุบัน
CFO _t	คือ	กระแสเงินสดจากการดำเนินงานของปีปัจจุบัน

ขั้นตอนที่ 2 นำรายการคงค้างทั้งหมดเข้าสู่ตัวแบบ Jones (1991) โดยใช้สมการถดถอยกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงเส้นของตัวแปร ซึ่งรายละเอียดของตัวแบบแสดงได้ดังนี้

	TA_t/A_{t-1}	=	$\alpha_1 (1/A_{t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_t/A_{t-1}) + \alpha_3 (PPE_t/A_{t-1}) + \epsilon_1$
เมื่อ	TA_t	คือ	รายการคงค้างรวมของปีปัจจุบัน
	A_{t-1}	คือ	สินทรัพย์รวมของปีก่อนหน้า
	ΔREV_t	คือ	ค่าเปลี่ยนแปลงของรายได้ปีปัจจุบันเทียบกับปีก่อนหน้า
	PPE_t	คือ	ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ก่อนหักค่าเสื่อมราคาปีปัจจุบัน
	$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบจำลอง
	ϵ_1	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนจากการประมาณการรายการคงค้าง

หลังจากที่ได้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นดังกล่าวแล้ว นำเข้าสู่ตัวแบบ Modified Jones (1995) เพื่อคำนวณรายการคงค้างที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของแต่ละบริษัทซึ่งแสดงเป็นตัวแบบได้ดังนี้

	NDA_t	=	$\alpha_1 (1/A_{t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_t - \Delta REC_t / A_{t-1}) + \alpha_3 (PPE_t/A_{t-1})$
เมื่อ	NDA_t	คือ	รายการคงค้างที่ไม่เกิดขึ้นจากดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร
	A_{t-1}	คือ	สินทรัพย์รวมของปีก่อนหน้า
	ΔREV_t	คือ	ค่าเปลี่ยนแปลงของรายได้ปีปัจจุบันเทียบกับปีก่อนหน้า
	ΔREC_t	คือ	ค่าเปลี่ยนแปลงของลูกหนี้และตัวเงินรับปีปัจจุบันเทียบกับปีก่อนหน้า
	PPE_t	คือ	ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ก่อนหักค่าเสื่อมราคาปีปัจจุบัน
	$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบจำลอง

ขั้นตอนที่ 3 เมื่อได้รายการคงค้างทั้งหมดแล้ว นำรายการคงค้างที่ไม่เกิดขึ้นจากดุลยพินิจของฝ่ายบริหารมาหักออก จะได้ผลต่างเป็นรายการคงค้างที่เกิดขึ้นกับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารของแต่ละบริษัท สามารถแสดงเป็นสมการได้ดังนี้

$$DA_t = TA_t - NDA_t$$

4.4.3 ตัวแปรควบคุม (Control Variables) ประกอบด้วย

1) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return On Assets: ROA) เป็นอัตราส่วนทางการเงินระหว่างกำไรสุทธิกับสินทรัพย์รวม เป็นอัตราส่วนที่บ่งบอกถึงความสามารถของกิจการที่จะนำสินทรัพย์ที่มีไปใช้ประโยชน์ในดำเนินการของกิจการหากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ที่คำนวณได้มีค่ามาก หมายความว่ากิจการได้นำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ได้ผลตอบแทนสูง ในทางตรงกันข้ามหากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ที่คำนวณได้มีค่าน้อยหมายความว่ากิจการได้นำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ในการดำเนินงานได้อย่างไรประสิทธิภาพ ทำให้ผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ไม่ดีเท่าที่ควร

2) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity: ROE) เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่เปรียบเทียบระหว่าง กำไรสุทธิกับส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งเป็นการวัดประสิทธิภาพส่วนของผู้ถือหุ้นว่าให้ผลตอบแทนเท่าไร หากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าสูง หมายความว่ากิจการมีความสามารถในการทำกำไรสูงเมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น ทำให้ผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสูง ผู้ลงทุนที่ถือหุ้นของกิจการนั้นๆมีโอกาสได้ผลตอบแทนสูง ในทางตรงกันข้าม หากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าต่ำ หมายความว่ากิจการมีความสามารถในการทำกำไรต่ำเมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น กิจการหรือกล่าวได้ว่าสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นได้ต่ำ

3) ขนาดของบริษัท (FIRMSize) คำนวณจากขนาดของสินทรัพย์รวมของบริษัท โดยใช้ลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวมของบริษัทในปีปัจจุบัน

4) อายุของบริษัท (FIRMAge) อายุของบริษัทจะสะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์และแสดงถึงความมั่นคงของบริษัท โดยคำนวณจากปีปัจจุบันหักด้วยปีที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5) อายุการทำงานของผู้บริหาร (MTenue) อายุการทำงานของผู้บริหารจะสะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์และความสามารถของผู้บริหารที่มีต่อบริษัท โดยคำนวณอายุการทำงานถัวเฉลี่ยของทีมผู้บริหาร

6) เพศของผู้บริหาร (MGD) เพศของผู้บริหารจะวัดค่าจากการเปิดเผยข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ระหว่างปี พ.ศ.2556 ถึง พ.ศ.2560 โดยคำนวณเป็นสัดส่วนของผู้บริหารเพศชายต่อผู้บริหารเพศหญิง

7) ตำแหน่งทางสังคมของผู้บริหาร (MSS) ตำแหน่งทางสังคมของผู้บริหารจะวัดค่าจากการเปิดเผยข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ระหว่างปี พ.ศ.2556 ถึง พ.ศ.2560 โดยคำนวณเป็นสัดส่วนจากการเปิดเผยข้อมูลเป็นอื่นๆ ที่ไม่ใช่ นาย นาง นางสาว ต่อการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นนาย นาง นางสาว เช่น พ.ต.อ. ผศ. หม่อมหลวง เป็นต้น

8) ค่าตอบแทนผู้บริหารปีก่อนหน้า ($COMP_{it-1}$) ค่าตอบแทนผู้บริหารจะวัดค่าโดยใช้ลอกการที่มธรรมชาติของค่าตอบแทนผู้บริหารของผู้บริหารรวมทั้งปีที่แสดงอยู่ในหมายเหตุประกอบงบการเงินปีก่อนหน้าและ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)

9) อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity: DE) เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่เปรียบเทียบระหว่างหนี้สินรวมกับส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นอัตราส่วนที่บ่งบอกถึงโครงสร้างทางการเงินของกิจการว่ามีหนี้สินทั้งหมดเป็นกี่เท่าของส่วนของผู้ถือหุ้น หรืออาจกล่าวได้ว่าใช้บ่งบอกถึงความเสี่ยงทางการเงินของกิจการ หากยังมีค่าสูงเท่าไรนั้นหมายความว่ากิจการจะมีความเสี่ยงมาก

4.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้จะใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) และ Variance Inflation Factors (VIF) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ ในขณะที่ Multiple Linear Regression Analysis (MLR) หรือสมการการถดถอยพหุคูณเส้นตรง ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI)

5. ผลการวิจัย

5.1 ค่าสถิติของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 1 ค่าสถิติพื้นฐานแสดงให้เห็นว่าค่าตอบแทนของผู้บริหารมีค่า SD อยู่ที่ 0.58 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหารในระดับที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่การบริหารกำไรเป็นการวัดค่าจากรายการคงค้างที่ขึ้นจากดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยคำนวณจากตัวแบบ Modified Jones Model มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 15.32 นั้นหมายความว่าการบริหารกำไรที่เกิดจากดุลยพินิจของฝ่ายบริหารมีค่าเป็นบวก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการบริหารกำไรที่สูง ซึ่งเหตุผลหลักที่ได้จากกระบวนการการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในช่วงปี พ.ศ.2556 ถึง พ.ศ.2560 มีการปรับปรุงงบการเงินย้อนหลังเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีจึงอาจมีผลทำให้การบริหารกำไรมีค่าสูงตามไปด้วย

ตารางที่ 1 ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (Variables)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	SD	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)
ค่าตอบแทนผู้บริหาร (COMP)	16.54	16.61	0.58	14.12	17.93
การบริหารกำไรผ่านรายการ คงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (EM)	15.32	15.38	1.45	10.09	18.78
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.01	0.04	0.22	-2.55	2.54
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-0.34	0.07	6.16	-113.15	25.28
ขนาดของบริษัท (FIRMSize)	20.69	20.66	0.82	17.84	23.31
อายุของบริษัท (FIRMAge)	21.31	20.00	10.57	2.00	112.00
อายุการทำงานของผู้บริหาร (MTenue)	5.08	4.20	3.89	0.00	21.00
เพศของผู้บริหาร (MGD)	0.65	0.67	0.22	0.00	1.00
ตำแหน่งทางสังคมของผู้บริหาร (MSS)	0.18	0.00	0.34	0.00	0.67
อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE)	1.67	0.68	10.19	-41.66	199.54

5.2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

จากผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในตารางที่ 2 พบว่าไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากกว่า 0.80 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีความเป็นอิสระต่อกัน และได้ทำการวิเคราะห์เพื่อยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยใช้สถิติ Variance Inflation Factors (VIF) ซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้ในการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity สรุปได้ว่าผลการทดสอบตัวแปรอิสระที่ใช้ในงานวิจัยทั้ง 10 ตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 1.05 – 4.16 ซึ่งเป็นค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กันหรือสรุปได้ว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity เกิดขึ้น (Buachoom, 2017)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation

ตัวแปร (Variables)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) ค่าตอบแทนผู้บริหาร (COMP)	1.0000				
(2) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-0.2275**	1.0000			
(3) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-0.0632	0.4302	1.0000		
(4) ขนาดของบริษัท (FIRMSize)	0.3057*	0.0396	0.0752**	1.0000	
(5) อายุของบริษัท (FIRMAge)	-0.0835**	-0.0901	-0.1197	-0.1480	1.0000
(6) อายุการทำงานของผู้บริหาร (MTenue)	-0.1385	0.0195	0.0271**	-0.165**	0.1624**
(7) เพศของผู้บริหาร (MGD)	0.1323*	-0.0557	-0.0889	0.1177	0.0538*
(8) ตำแหน่งทางสังคมของผู้บริหาร (MSS)	-0.1397	0.0044*	0.0267	-0.0704	-0.0290
(9) ค่าตอบแทนผู้บริหารปีก่อนหน้า (COMP _{it-1})	0.049**	-0.0081	-0.0456**	0.0949**	0.1174
(10) อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE)	0.0404	-0.1677**	-0.6222	0.0397	0.0443**
Variables Inflation Factor (VIF)	1.21	1.18	4.04	1.41	1.05

ตัวแปร (Variables)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
(6) อายุการทำงานของผู้บริหาร (MTenue)	1.0000				
(7) เพศของผู้บริหาร (MGD)	-0.0314	1.0000			
(8) ตำแหน่งทางสังคมของผู้บริหาร (MSS)	0.0024**	0.0332*	1.0000		
(9) ค่าตอบแทนผู้บริหารปีก่อนหน้า (COMP _{it-1})	0.0997**	0.0618	0.0145**	1.0000	
(10) อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE)	-0.0523	0.0805**	-0.0413	-0.0465**	1.0000
Variables Inflation Factor (VIF)	1.09	1.09	1.06	1.21	4.16

หมายเหตุ : * นัยสำคัญทางสถิติ < 0.05, ** นัยสำคัญทางสถิติ < 0.01

5.3 ผลของการทดสอบ Multiple Linear Regression Analysis

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของสมการ ผลการวิเคราะห์ให้ค่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.8522 โดยสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระในการศึกษามีความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ 85.22%

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรผ่านรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่าการบริหารกำไรผ่านรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารมีความสัมพันธ์กับค่าตอบแทน

ผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในทิศทางบวก ณ ระดับนัยสำคัญ < 0.05 และตัวแปรควบคุม ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อายุการทำงานของผู้บริหาร ตำแหน่งทางสังคมของผู้บริหาร ค่าตอบแทนผู้บริหารปีก่อนหน้า และอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์กับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ < 0.01, < 0.10, < 0.01, < 0.01, < 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ตัวแปร	ค่าตอบแทนผู้บริหาร (COMP)			
	Coefficients	Std.Error	T-value	P-value
ค่าคงที่	1.3260	0.5727	2.3200	0.0220**
การบริหารกำไรผ่านรายการ คงค้างที่ขึ้นอยู่ กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (EM)	0.0036	0.0116	2.3100	0.0480**
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.1004	0.1123	0.8900	0.3720
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	0.0137	0.0047	2.9400	0.0004***
ขนาดของบริษัท (FIRMSize)	0.0324	0.0236	1.3800	0.1700
อายุของบริษัท (FIRMAge)	0.0008	0.0013	0.6100	0.5420
อายุการทำงานของผู้บริหาร (MTenue)	0.0038	0.0040	1.9400	0.0980*
เพศของผู้บริหาร (MGD)	0.0417	0.0691	0.6000	0.5470
ตำแหน่งทางสังคมของผู้บริหาร (MSS)	0.0713	0.0440	2.6800	0.0007***
ค่าตอบแทนผู้บริหารปีก่อนหน้า (COMP _{it-1})	0.8807	0.0294	29.9200	0.0000***
อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE)	-0.0079	0.0024	-3.3100	0.0001***
R ²	0.8522			
Adjusted R ²	0.8451			
Number of simples	523			

หมายเหตุ: 1) *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ < 0.10; **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ < 0.05; *** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ < 0.01

2) ขนาดของบริษัทและค่าตอบแทนผู้บริหารปีก่อนหน้าเป็นค่าลอการิทึมธรรมชาติ

6. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

6.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ การศึกษานี้ใช้สถิติ Multiple Linear Regression Analysis เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ว่า การบริหารกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากการทดสอบทางสถิติโดยใช้ชุดข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด 523 ระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึงปี 2560 ผลจากการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในทิศทางบวก ณ ระดับนัยสำคัญ < 0.05 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารจะมีแนวความคิดการบริหารกำไรเพื่อสร้างผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายของผู้ถือหุ้นและเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นตามความต้องการของตนเอง ดังนั้นการศึกษานี้จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า การบริหารกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

6.2 การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า การบริหารกำไรโดยใช้ดุลยพินิจของฝ่ายบริหารมีความสัมพันธ์กับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการบริหารกำไรโดยใช้ดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร ตามแนวคิดทฤษฎีตัวแทนที่ผู้เป็นเจ้าของพยายามควบคุมหรือจูงใจไม่ให้ผู้บริหารดำเนินงานไปในทิศทางที่ไม่เหมาะสม หรือเพื่อผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าผู้มีส่วนได้เสียรายอื่น ผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นเจ้าของจะต้องให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อที่จะสามารถจูงใจผู้บริหาร เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of interests) ระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้น โดยบริษัทส่วนใหญ่จะมีการทำสัญญาสำหรับค่าตอบแทนของผู้บริหารโดยผูกกับผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งบริษัทจะพิจารณาผลการดำเนินงานเพื่อกำหนดแผนค่าตอบแทนแบบจูงใจเพื่อให้ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถโดยมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและผู้มีส่วนได้เสียซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sloan (1993), Rim Ben Hassen (2014), พัชรินทร์ ภัทรวานชานนท์ (2553) และ อินทิพาทกุล ศรประสิทธิ์ (2554) ที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทส่วนใหญ่มีการทำสัญญาสำหรับค่าตอบแทนผู้บริหารโดยผูกกับผลการดำเนินงานของกิจการ โดยบริษัทจะพิจารณาผลการดำเนินงานเพื่อกำหนดแผนค่าตอบแทนแบบจูงใจ สุธิดา ออพิพัฒน์ (2559), Ittner et. al. (1997), Lambert and Larcker (1987), Akinobu Shuto (2007) และ Rim Ben Hassen (2014) ที่พบว่า การบริหารกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหาร แต่อย่างไรก็ตามฝ่าย

บริหารยังคงพยายามสร้างผลตอบแทนให้สูงที่สุดด้วยกลยุทธ์และการตัดสินใจในการทำหรือไม่ทำกิจกรรมทางธุรกิจบางอย่างเพื่อสร้างผลประโยชน์หรือผลตอบแทนให้กับตนเอง

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการกำหนดแผนค่าตอบแทนแบบจูงใจตามแนวคิดของทฤษฎีตัวแทนสามารถจูงใจให้ฝ่ายบริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ปฏิบัติงานตามความคาดหวังของผู้เป็นเจ้าของหรือผู้มีส่วนได้เสีย แต่ด้วยเทคนิคของฝ่ายบริหารที่พยายามใช้วิธีบริหารกำไรโดยใช้ดุลยพินิจของตนเอง ส่งผลให้ระบบแรงจูงใจตามทฤษฎีตัวแทนขาดประสิทธิภาพ

6.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากผลการศึกษาที่พบว่า การบริหารกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งผลการวิจัยอาจจะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในกำหนดแนวทางป้องกันการบริหารกำไรโดยใช้ดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร เพื่อให้กลไกการกำหนดค่าตอบแทนผู้บริหาร เป็นมาตรฐานเดียวกันซึ่งจะเป็นแนวทางในการเพิ่มความน่าเชื่อถือของบริษัทจดทะเบียน และถือเป็นการปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทจดทะเบียนอีกทางหนึ่งด้วย

2. บริษัทจดทะเบียนสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาการบริหารกำไรที่อาจเกิดขึ้น เพื่อปรับปรุงและแก้ไขตัวสัญญาเกี่ยวกับค่าตอบแทนผู้บริหารให้มีความเหมาะสมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของผู้บริหารซึ่งจะส่งผลให้มีการดำเนินงานของผู้บริหารได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้นและนำไปสู่ผลประโยชน์ที่ดียิ่งขึ้นและส่งผลต่อความมั่งคั่งของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียน

3. นักลงทุนสามารถใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารกำไรและค่าตอบแทนผู้บริหารเป็นปัจจัยในการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจในการลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทั้งนี้ หากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ บริษัทใดมีการจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหารเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการดำเนินงานที่แท้จริงย่อมจะให้ความเชื่อมั่นกับนักลงทุนว่าข้อมูลกำไรที่จะใช้ในการวิเคราะห์การลงทุนนั้นเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ การเลือกลงทุนในบริษัทนั้น จะมีความเสี่ยงในการตัดสินใจลงทุนที่ลดลง

6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรายกลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลเพียง 5 ปีย้อนหลัง คือตั้งแต่ พ.ศ.2556 ถึง พ.ศ.2560 ซึ่งเก็บข้อมูลจากงบการเงิน และหมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ชุดข้อมูลตัวอย่างเพียง 523 ชุดข้อมูลตัวอย่าง ด้วยขนาดของตัวอย่างที่น้อยอาจทำให้การวิเคราะห์ถดถอยไม่แม่นยำ ดังนั้นงานวิจัยในครั้งต่อไปควรขยายช่วงเวลาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาให้มากขึ้นเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจนมากขึ้น เพราะการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุจำเป็นต้องใช้ข้อมูลให้มากที่สุดเพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.5 ข้อจำกัดในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกำไรกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในช่วงปี พ.ศ.2556 ถึง พ.ศ.2560 ซึ่งในช่วงเวลาที่ศึกษานี้มีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงินหลายฉบับ แต่งานวิจัยนี้ไม่ได้นำผลของการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงินในช่วงเวลาดังกล่าวมารวมไว้เป็นปัจจัยหนึ่งในการศึกษา ดังนั้นหากมีการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่กระทบต่อการจัดการกำไรจากรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหารแล้ว การศึกษานี้อาจจะให้ผลการศึกษาที่แตกต่างไปได้

REFERENCES

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2542). ข้อมูลตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ. สืบค้นจาก <https://www.set.or.th/mai/th/about/vision.html>
- ธกานต์ ชาตวิวงศ์. (2560). ทฤษฎีที่ใช้อธิบายงานวิจัยทางบัญชี: จากอดีตถึงอนาคต. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาแห่งประเทศไทยในพระราชนิพนธ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 6(2), 203-212.
- พัชรินทร์ ภัทรวานิชานนท์. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรกับผลตอบแทนของผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2543). คุณรู้จัก Creative accounting และคุณภาพกำไรแล้วหรือยัง?. กรุงเทพฯ : ไอโอเน็ค อินเทอร์เน็ต รีซอสเสส. สืบค้นจาก <http://lib.neu.ac.th/ULIB/dublin.php?ID=4335>
- ศิลปพร ศรีจันทเพชร. (2551). ทฤษฎีบรรษัทภิบาล. *วารสารบริหารธุรกิจ*. ปีที่ 31 (120), 1- 4.
- สุธิดา ออพิพัฒน์. (2559). ค่าตอบแทนผู้บริหาร บรรษัทภิบาล และการตกแต่งกำไร. (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อัจฉราโยมสินธุ์. (2555). 365+1... คำศัพท์การเงินและการลงทุน. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www.goodreads.com/book/show/20443045-365-1>
- อินทิพาทกุลย์ ศรประสิทธิ์. (2554). บรรษัทภิบาล ค่าตอบแทนผู้บริหาร และผลการดำเนินงานของกิจการ: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- A. Shuto. (2007). Executive compensation and earnings management: Empirical evidence from Japan. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 1-26.
- Buachoom, W. (2017). Simultaneous relationship between performance and executive compensation of Thai non-financial firms. *Asian Review of Accounting*, 404-423.
- Christopher D. Ittner, David F. Larcker and Madhav V. Rajan. (1997). The Choice of Performance Measures in Annual Bonus Contracts. *The Accounting Review*. 231-255.
- Dechow, P M. Sloan, R G., & Sweeney, A. P. (1995) Detecting Earnings Management. *Accounting Review*, 193-225.



- Jensen, M.C. &Meckling, W.H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economic*, 305–360.
- Jones, J. J. (1991). Earnings Management During Import Relief Investigations. *Journal of Accounting Research*, 193-228.
- Morris, R. D. (1987). Signalling agency theory and accounting policy choice. *Accounting and business Research*, 18(69), 47-56.
- Richard A. Lambert & David F. Larcker. (1987). An Analysis of the use of Accounting and Market Measures of Performance in Executive Compensation Contracts. *Journal of Accounting Research*, 85–125.
- Rim Ben Hassen. (2014). Executive compensation and earning management. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 84–105.
- Sloan, R. (1993). Accounting earnings and top executive compensation. *Journal of Accounting and Economics*, 55-100.



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