



M^SUDRU JOURNAL

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (กรกฎาคม – สิงหาคม 2564) Vol.3 No.4 (July – August 2021)

ISSN 2228-8031 (Print) ISSN 2697-5300 (Online)

บทความวิจัย

- ความสัมพันธ์ของคุณภาพการสอบบัญชีและการวางแผนภาษี 1
พิชญานกร สามะบุตร, สัตยา ตันจันทรพงศ์, ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล และ ศุภา วรณกุล
- การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ 15
ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ไกรวรุณ เกษตรเอี่ยม
- ความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ : 27
ศึกษาในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา
ฤทัยรัตน์ ไชยทองสี, พุฒิธิเมธ ทอนนอก, นาดยา พุฒติ, จิระพงศ์ เรืองกุล และ วิทยา นามเสาร์
- การรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ 43
ของข้าราชการครู นักการศึกษา กรุงเทพมหานคร
เจตน์สฤกษ์ วัณนิธรรม และ ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ
- การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี 53
โชคชัย เดชรอด
- ผลกระทบของกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุ ที่มีต่อประสิทธิภาพ 67
การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
ปวีณา แสงคำ, ธกานต์ ชาตวงศ์ และ กรไชย พรสภัสสร
- กลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ 85
ศุภากร เอี่ยมอำพร และ สุตราภกร จันทรประเสริฐ
- การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่ง 99
อาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานี
คมกริช สนิทชน



วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (กรกฎาคม – สิงหาคม 2564)
JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE
UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY
Vol. 3 No. 4
JULY - AUGUST 2021
ISSN 2228-8031 (Print)
ISSN 2697-5300 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (กรกฎาคม – สิงหาคม 2564)

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการในกลุ่มสาขาต่าง ๆ ได้แก่ บริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป การบัญชี นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีและผู้เขียนจากหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นการเผยแพร่และส่งเสริมการนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และบุคคลทั่วไป โดยบทความที่ได้รับการตีพิมพ์นั้น ล้วนผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์บทความละ 2 ท่าน กำหนดรูปแบบการประเมินโดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้เขียนบทความ และผู้เขียนบทความไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน (Double-blind peer review)

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

กำหนดการเผยแพร่

6 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 มกราคม – กุมภาพันธ์ (กำหนดออกเดือนกุมภาพันธ์)

ฉบับที่ 2 มีนาคม – เมษายน (กำหนดออกเดือนเมษายน)

ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน (กำหนดออกเดือนมิถุนายน)

ฉบับที่ 4 กรกฎาคม – สิงหาคม (กำหนดออกเดือนสิงหาคม)

ฉบับที่ 5 กันยายน – ตุลาคม (กำหนดออกเดือนตุลาคม)

ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน – ธันวาคม (กำหนดออกเดือนธันวาคม)

การจัดพิมพ์

ฉบับละ 300 เล่ม

สถานที่พิมพ์

ศักดิ์ศรีอักษรการพิมพ์

เลขที่ 33 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-341202 โทรสาร: 042-341203

สถานที่ติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 1160 โทรสาร: 042-211069

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (กรกฎาคม – สิงหาคม 2564)

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญ ถาวรจักร์

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนา ดุลยพัชร

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ญัฐ อมรภิญโญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย

สาขาวิชาการตลาด

รองศาสตราจารย์ ดร.ญัฐ อมรภิญโญ

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ณ หนองคาย

สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสกสรร สายสีเสด

สาขาวิชานิติศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิธาน เมฆกมล

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์สิริ ชูศรีโหม

สาขาวิชาการท่องเที่ยว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริสา จิตชัย

สาขาวิชาการบัญชี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังคกุลวัฒน์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ หวังเจริญเดช

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.เผ่าไทย วงศ์เหลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิงสุวดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ศรีวัชรธรรมะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัยรัตน์ ภาสน์พิพัฒนกุล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (กรกฎาคม – สิงหาคม 2564)

คณะกรรมการดำเนินงาน

รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐ อมรภิญโญ	ประธานกรรมการ
อาจารย์กนกกานดา ไตจันทร์กอง	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
อาจารย์สุชีรา สิ้นทรัพย์	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
อาจารย์ณัฐศิริ พงศาวลี	ผู้ช่วยประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพรพย์ เลิศปรีดากร	กรรมการฝ่ายตรวจสอบภาษาต่างประเทศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาวิตรี บุญมี	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชума มูลศรี	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
ดร.สมคิด นาทรม	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
นางธนารีย์ เลิศนราพันธ์	กรรมการฝ่ายดำเนินการและจัดการ วารสารและฝ่ายพิสูจน์อักษร
นายชินโชติ หล้ามาชน	กรรมการฝ่ายดำเนินการและจัดการ วารสารและฝ่ายพิสูจน์อักษร
นายพีระชัย ศรีบุญเรือง	กรรมการฝ่ายสารสนเทศ
นางสาวชวพร แสงราม	กรรมการฝ่ายการเงินและพัสดุ
นายศุภกิตติ แก้วมะ	กรรมการฝ่ายการเงินและพัสดุ
นายณฤพนธ์ ลาลด	กรรมการฝ่ายออกแบบรูปเล่ม

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (กรกฎาคม – สิงหาคม 2564)

รองศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา จีงสุวดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.เทียมจันทร์ พานิชย์ผลินไชย	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.เผ่าไทย วงศ์เหลา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะชน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.ภณิตา สุนทรไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญญา สิ้นชื่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสรดา พิษญาธีรนาถ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี โกกะนุช	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เป็นสื่อกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการ ยึดมั่นในการเป็นเวทีทางวิชาการ ในการพัฒนาผลงานทางวิชาการที่หลากหลายสาขา เผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเพื่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจโดยรวม ทุกบทความได้ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายสถาบันการศึกษา โดยบทความในฉบับนี้มีความรู้หลากหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพการสอบบัญชีและการวางแผนภาษี ความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ การใช้บริการห้องรับประทานในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของข้าราชการครู การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย กลยุทธ์การตลาดบริการของธุรกิจสายการบิน ต้นทุนต่ำ และการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหาร กองบรรณาธิการวารสารฯ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของวารสารฯ ไว้เป็นอย่างสูง

สถานการณ์โควิด-19 ที่มีสัญญาณดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากยอดผู้ติดเชื้อใหม่และยอดผู้เสียชีวิต ขณะที่ยอดการฉีดวัคซีนเพิ่มขึ้นตามลำดับ แต่ที่น่าสนใจคือ ยอดการฉีดวัคซีนสวนทางกับยอดวัคซีนที่เข้ามามากขึ้น การสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนจึงเป็นโจทย์ที่ต้องมองรอบด้าน กองบรรณาธิการวารสารฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า การจัดหาวัคซีนที่มีประสิทธิภาพสูงและกระจายเข้าถึงประชาชนได้โดยเร็ว จะเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจ ช่วยลดการสูญเสียชีวิต ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศและภาคการส่งออก จะสามารถคืนทุนได้ในเวลาไม่อันสั้น

ณัฐ อมรภิญโญ
บรรณาธิการ

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

- บทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
- ผู้เขียนบทความต้องไม่ส่งต้นฉบับบทความซ้ำซ้อนกับวารสารอื่น
- ข้อมูลในบทความจะต้องเกิดจากผลการทำวิจัยของผู้เขียน ไม่มีการบิดเบือนข้อมูลหรือให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ
- ผู้เขียนบทความต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น หากมีการนำผลงานเหล่านั้นมาใช้ในผลงานตนเอง เช่น ภาพ ตาราง หรือข้อความที่เป็นเนื้อหา เป็นต้น รวมทั้งจัดทำรายการอ้างอิงท้ายบทความตามรูปแบบที่กำหนด
- ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบและขนาดตัวอักษรที่วารสารกำหนดไว้
- ผู้เขียนที่มีชื่อในบทความ ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการบทความนั้นๆ จริง
- ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยนี้ และหากมีผลประโยชน์ทับซ้อนจะต้องระบุในบทความและแจ้งให้บรรณาธิการได้รับทราบ

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

- บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ และไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยผ่านการตีพิมพ์จากที่อื่นมาก่อนแล้ว
- บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียน และผู้ประเมินบทความ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องได้รับทราบ
- บรรณาธิการมีหน้าที่ในการคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความถูกต้องของระเบียบวิธีวิจัย และความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย มาเป็นหลักเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจ
- บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ
- บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง
- หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น จะต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนบทความทันที เพื่อแจ้งผลตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์
- หากบรรณาธิการตรวจสอบพบว่า บทความมีการคัดลอกบทความอื่นโดยมิชอบ หรือปลอมแปลงข้อมูลอันเป็นเท็จ และเป็นเหตุให้ถูกถอดถอนบทความ หากผู้เขียนปฏิเสธการถอดถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอดถอนบทความได้ โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียนบทความ

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบาทหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

- ผู้ประเมินบทความ ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
- หากผู้ประเมินบทความรับทราบว่าตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้น ๆ
- ผู้ประเมินบทความ ควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญเท่านั้น โดยพิจารณาจากเนื้อหาสาระในบทความว่ามีความสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของตนเอง
- หากผู้ประเมินบทความพบว่ามีส่วนหนึ่งส่วนใดของบทความที่มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการได้รับทราบ

สารบัญ

บทบรรณาธิการ.....	vi
จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	vii
สารบัญ.....	ix
บทความวิจัย	
ความสัมพันธ์ของคุณภาพการสอบบัญชีและการวางแผนภาษี	
พิษญากร สามะบุตร, สัตยา ตันจันทรพงศ์, ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล และ ศุภา วรณกุล.....	1
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	
ไกรวุธ เกษตรเอี่ยม.....	15
ความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่: ศึกษาในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา	
ฤทัยรัตน์ ไชยทองสี, พุฒิเมธ ทองนอก, นาดยา พุฒติ, จิระพงศ์ เรืองกุล และ วิทยา นามसार.....	27
การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร	
เจตน์สฤกษ์ วินัยธรรม และ ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ.....	43
การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี	
โชคชัย เดชรอด.....	53
การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย	
ปวีศา แสงคำ, ธกานต์ ชาตวิวงศ์ และ กรไชย พรลภัสสรชร.....	67
กลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	
ศุภากร เอี่ยมอำพร และ สุตราภรณ์ จันทระประเสริฐ.....	85
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานี	
คมกริช สนิทชน.....	99
คำแนะนำสำหรับผู้เขียน.....	113

ข้อความที่ปรากฏในบทความแต่ละเรื่องในวารสารวิชาการเล่มนี้
ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้จัดทำ บรรณาธิการ
กองบรรณาธิการ และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละเรื่อง
เป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน

ความสัมพันธ์ของคุณภาพการสอบบัญชีและการวางแผนภาษี
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
THE RELATIONSHIP BETWEEN AUDIT QUALITY AND TAX PLANNING
OF LISTED COMPANIES ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

พิชญานร สามะบุตร¹ สัตยา ตันจันทรพงศ์¹ ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล¹ และ ศฐา วรณกุล¹

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Pichayapohn Samaputra¹ Sathaya Thanjunpong¹ Chaiyot Sumritsakun¹ and Satha Waroonkun¹

¹Faculty of Business Administration, Maejo University

(Received: January 5, 2021; Revised: February 4, 2021; Accepted: February 9, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ศึกษาจากรายงานประจำปีในระหว่างปี พ.ศ. 2556-2560 จำนวน 864 ตัวอย่าง โดยตัวแปรคุณภาพการสอบบัญชีวัดจาก ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี ระยะเวลาในการให้บริการ การหมุนเวียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ส่วนการวางแผนภาษีวัดจากอัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (ETR) และอัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า การหมุนเวียนผู้สอบบัญชี มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าธรรมเนียมสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณภาพการสอบบัญชี, การวางแผนภาษี, บริษัทจดทะเบียน

ABSTRACT

The purpose of this study is to study a relationship between audit quality and tax planning of listed companies in the Stock Exchange of Thailand (SET). The data were collected from annual reports during the year 2013-2017. The sample comprises of 864 samples. Independent variable is audit quality. Audit quality was measured from audit firm, audit tenure, auditor rotation and audit fees. Dependent variable is tax planning. Tax planning was measured by effective tax rate (ETR) and the ratio of tax to total assets (TAX/ASSET). The statistical devices employed in the analysis were Mean, Standard Deviation, Pearson's correlation coefficient, and Multiple Linear Regression analysis. The results of the study show that auditor rotation has a statistically significant negative relationship with tax planning and audit fees has a statistically significant positive relationship with tax planning.

Keywords: Audit quality, Tax planning, Listed Companies

บทนำ

ภาษีอากรเป็นรายได้ของรัฐบาล เพื่อนำมาใช้ในการบริหารประเทศ ซึ่งร้อยละ 90 รายได้ทั้งหมดของรัฐบาลมาจากภาษีอากร ภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นหนึ่งในภาษีประเภทภาษีอากรที่บัญญัติไว้ในประมวลรัษฎากร จัดเก็บจากเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและอื่นๆ ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจไทยมีทิศทางการเติบโตที่อยู่ในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันแต่ละบริษัทต้องหากกลยุทธ์นโยบายในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มกำไรและพยายามลดค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นค่าใช้จ่ายจำนวนมากที่ภาคธุรกิจจะต้องจ่ายให้แก่รัฐบาล ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการวางแผนภาษีเพื่อลดต้นทุนทางภาษีให้ได้มากที่สุด การวางแผนภาษี คือ การเตรียมการเพื่อเสียภาษีอย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามกฎหมาย โดยการวางแผนใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ทางภาษีตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อนำมาลดหย่อนค่าใช้จ่ายทางภาษีที่เกิดขึ้นทำให้เสียภาษีน้อยลง และยังเป็นการช่วยลดต้นทุนในการบริหารซึ่งเป็นการเตรียมการตัดสินใจเพื่อแผนการปฏิบัติที่เกี่ยวกับภาษีอากรให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามเงื่อนไข หลักเกณฑ์ วิธีการและข้อบังคับตามกฎหมายภาษีอากร การวางแผนภาษีมีความจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญ ทั้งในด้านกฎหมาย ด้านบัญชีและด้านการเงิน เนื่องจากการวางแผนภาษีค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน ต้องกระทำอย่างละเอียด รอบคอบ และจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักการเป็นอย่างดี เพื่อได้รับประโยชน์สูงสุดจากการวางแผนภาษี การวางแผนภาษียังรวมถึงการหลบหลีกภาษี (Tax Avoidance) ที่กระทำเพื่อทำให้ภาระทางภาษีลดลง โดยใช้วิธีการที่ถูกต้องตามกฎหมายหรือการอาศัยช่องโหว่ของกฎหมาย

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันกฎหมายกำหนดให้ทุกบริษัทต้องมีการจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานและแสดงฐานะทางการเงิน และงบการเงินดังกล่าวถูกกำหนดให้ต้องมีการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและแสดงความเห็นในรายงาน เพื่อให้ข้อมูลในงบการเงินนั้นถูกต้องตามมาตรฐานบัญชี เชื่อถือได้และผู้ใช้งบการเงินสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ นอกจากเหตุผลด้านความเชื่อมั่นและการสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัทแล้วการตรวจสอบบัญชียังช่วยประเมินความเสี่ยงของธุรกิจ และช่วยลดความผิดพลาดในการดำเนินธุรกิจได้อีกด้วย รวมไปถึงการตรวจสอบระบบบัญชีและระบบภาษี หากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตประเมินพบความเสี่ยงสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่องบการเงินมีความผิดพลาดหรือเกิดการเสียภาษีไม่ถูกต้องตามที่ควรจะเป็น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจะรายงานให้แก่ผู้บริหารหรือปรับปรุงงบการเงิน รวมทั้งงานวิจัยในอดีตยังพบว่า แม้ว่างบการเงินของบริษัทได้ผ่านการตรวจสอบรับรองบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว ก็ยังมีการหลีกเลี่ยงภาษีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่มาจากสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ มีความรู้ความสามารถและมีประสิทธิภาพในการตรวจพบการหลีกเลี่ยงภาษีมากกว่าผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่มาจากสำนักงานสอบบัญชีขนาดเล็ก (Lestari and Nedy, 2019) นอกจากนั้น งานวิจัยระหว่างการวางแผนภาษีและคุณภาพการสอบบัญชียังไม่มีทิศทางที่ชัดเจน

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษี พบว่า คุณภาพการสอบบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกกับการวางแผนภาษี (Hakim and Omri, 2015) ขณะที่งานวิจัยของ Kanagaretnam et al. (2016) และ Suyono (2018) กลับพบว่าคุณภาพการสอบบัญชีมีผลกระทบเชิงลบกับการวางแผนภาษี อย่างไรก็ตามงานวิจัยของ

Pummerer and Steller (2013) Ichsani and Susanti (2019) Lestari and Nedya (2019) และ Salehi et al. (2020) พบว่าคุณภาพการสอบบัญชีที่ไม่มีผลกระทบกับการวางแผนภาษี ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ พบว่าความสัมพันธ์คุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษีมีทิศทางไม่ชัดเจน อาจเป็นเพราะใช้เครื่องมือการวัดคุณภาพการสอบบัญชีและกลุ่มตัวอย่างไม่เหมือนกัน ผู้วิจัยจึงได้เลือกปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการสอบบัญชี คือ ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี ระยะเวลาในการให้บริการ การหมุนเวียนผู้สอบบัญชี และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ในการศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษี เพื่อความชัดเจนจึงตั้งสมมติฐานในการศึกษา ดังนี้

- สมมติฐานที่ 1 : ประเภทของสำนักงานสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี
- สมมติฐานที่ 2 : ระยะเวลาให้บริการสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี
- สมมติฐานที่ 3 : การหมุนเวียนสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี
- สมมติฐานที่ 4 : ค่าธรรมเนียมสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี

จากการศึกษางานวิจัยของ ธัญพร ดันตยวงศ์ (2552) ผู้วิจัยได้เลือกปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนภาษีมาเป็นตัวแปรควบคุมในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

ขนาดบริษัท (Firm Size) บริษัทขนาดใหญ่มีการวางแผนภาษีอย่างเป็นระบบและได้ผลประโยชน์ในการวางแผนภาษีมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก ดังนั้นบริษัทขนาดใหญ่จะมีการลงทุนด้านการวางแผนภาษีเพื่อที่จะประหยัดภาษีให้ได้มากที่สุด

อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Leverage) การจัดหาเงินทุนโดยการกู้ยืมมีผลต่อค่าใช้จ่ายทางภาษีลดลง คือ ดอกเบี้ยจ่ายของเงินกู้ยืม สามารถนำมาหักเป็นค่าใช้จ่ายได้ในทางบัญชีและทางภาษี

ระดับการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตน (Capital Intensity) การลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตนจะทำให้เกิดค่าเสื่อมราคาและสามารถหักเป็นค่าใช้จ่ายทางบัญชีได้ และเกณฑ์ทางภาษีสามารถหักได้เร็วกว่าทางบัญชี ทำให้บริษัทสามารถวางแผนภาษีได้โดยการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตน

ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) บริษัทที่มีอัตรากำไรสูง หรืออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA) สูง อาจทำให้เกิดแรงจูงใจในการวางแผนภาษีเพื่อลดค่าใช้จ่ายทางภาษีที่จะเพิ่มขึ้นตามอัตรากำไร

ผลประโยชน์การกำกับดูแลกิจการ (CG Score) หากบริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี จะส่งผลให้การวางแผนภาษีลดลง (สตัยา ตันจันทร์พงศ์, 2557; น้ำทิพย์ ขำตันนงษ์, 2558)

กลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group) อุตสาหกรรมแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องลักษณะการดำเนินธุรกิจ สภาพแวดล้อม ข้อบังคับ กฎเกณฑ์ กฎหมายต่างๆ จึงทำให้เกิดการวางแผนภาษี เช่น ธุรกิจบริการจะลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตน ธุรกิจการเกษตรอาจได้รับสิทธิการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยศึกษาปี พ.ศ. 2556-2560 มีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 766 บริษัท (ข้อมูล ณ วันที่ 12 พฤศจิกายน 2561) ซึ่งไม่รวมบริษัทต่อไปนี้ 1) บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน ได้แก่ ธุรกิจธนาคาร การเงิน และประกันภัย เนื่องจากมีลักษณะโครงสร้างทางการเงิน โครงสร้างการดำเนินงาน ข้อบังคับ กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมการดำเนินงานต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงิน การกำกับดูแลมีความแตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น 2) กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และบริษัทที่อยู่ในกลุ่มที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูการดำเนินงาน 3) กลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดเอ็ม เอ ไอ เพราะว่ามีขนาดกิจการที่แตกต่างจากกลุ่มบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมีดังนี้

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2561	766	บริษัท
หัก กลุ่มธุรกิจการเงิน	59	บริษัท
กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์	66	บริษัท
กลุ่มหลักทรัพย์ในตลาด เอ็ม เอ ไอ	156	บริษัท
บริษัทที่อยู่ในกลุ่มกำลังฟื้นฟูการดำเนินงาน, แก้ไขงบการเงิน	10	บริษัท
บริษัทที่อาจถูกเพิกถอน, ประกาศเพิกถอนหลักทรัพย์	2	บริษัท
กลุ่มตัวอย่าง	473	บริษัท

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รายงานประจำปี จากเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเว็บไซต์ของบริษัท โดยการเก็บข้อมูลรายงานทางการเงินใช้ข้อมูลงบการเงินที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์และมีรอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี ปรากฏว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่เลือก 473 บริษัท โดยการศึกษาครั้งนี้ศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-2560 ดังนั้นจะได้ชุดข้อมูลทั้งหมด 2,365 ชุดข้อมูล (473 บริษัท x 5 ปี) จึงทำให้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 2,365 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	2,365	ตัวอย่าง
หัก กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่รอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	105	ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน	535	ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่างที่มีการขาดทุนก่อนภาษีภายในปี 2556-2560	800	ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าผิดปกติ	61	ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่างคงเหลือ	864	ตัวอย่าง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รายงานประจำปี โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา อธิบายภาพรวมของตัวแปรในรูปของค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าน้อยสุด ค่ามากที่สุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรอิสระ ตัวแปรตามและตัวแปรควบคุม

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Analysis) และสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษี

4. การวัดค่าของตัวแปร

การวัดค่าของตัวแปร ตัวแปรที่ศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตามและตัวแปรควบคุม ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องและตัวแปรควบคุม

ตัวแปร	สัญลักษณ์	วิธีที่ใช้ในการวัดมูลค่า
ประเภทสำนักงานสอบบัญชี	Audit BIG4	ตัวแปรเทียม (0,1) โดยมีค่าเป็น 1 เมื่อใช้บริการสอบบัญชีจากสำนักงานสอบบัญชี BIG4 ที่เหลือให้ค่าเป็น 0
ระยะเวลาในการให้บริการ	Audit Tenure	จำนวนปีในการให้บริการของสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท
การหมุนเวียนผู้สอบบัญชี	Audit Rotation	ตัวแปรเทียม (0,1) โดยมีค่าเป็น 1 เมื่อมีการการหมุนเวียนผู้สอบบัญชี หากไม่มีมีค่าเป็น 0
ค่าธรรมเนียมสอบบัญชี	Audit Fees	วัดจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของค่าธรรมเนียมสอบบัญชีรวม
อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง	ETR	อัตราค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกำไรก่อนหักภาษีเงินได้
อัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม	TAX/ASSET	อัตราค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม
ขนาดบริษัท	SIZE	จำนวนสินทรัพย์รวม
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์	LEV	สัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์
ระดับการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตน	CAP	วัดจากอัตราส่วนที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ต่อสินทรัพย์รวม
ความสามารถในการทำกำไร	ROA	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม
การกำกับดูแลกิจการ	CG	ตัวแปรเทียม (0,1) โดยมีค่าเป็น 1 เมื่อมีคะแนนการกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศ หรือ 5 ดาว หากไม่ได้มีค่าเป็น 0
กลุ่มอุตสาหกรรม	INDUS	ตัวแปรเทียม (0,1) เป็นตัววัด ตามกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 7 กลุ่ม

ตัวแบบในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษี ของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเขียนเป็นสมการดังนี้

$$TP_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{Audit BIG4}_{i,t} + \beta_2 \text{Audit Tenure}_{i,t} + \beta_3 \text{Audit Rotation}_{i,t} + \beta_4 \text{Audit Fees}_{i,t} + \beta_5 \text{SIZE}_{i,t} + \beta_6 \text{LEV}_{i,t} + \beta_7 \text{CAP}_{i,t} + \beta_8 \text{ROA}_{i,t} + \beta_9 \text{CG}_{i,t} + \sum_{k=1}^6 \beta_k \text{INDUS}_k + \varepsilon_{i,t}$$

$TP_{i,t}$	=	การวางแผนภาษีของบริษัท i ปีที่ t วัดจากค่า ETR และ TAX/ASSET
$\text{Audit BIG4}_{i,t}$	=	ตัวแปรเทียม (0,1) ตามประเภทของสำนักงานสอบบัญชี
$\text{Audit Tenure}_{i,t}$	=	จำนวนปีในการให้บริการของสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท i ปีที่ t
$\text{Audit Rotation}_{i,t}$	=	ตัวแปรเทียม (0,1) การหมุนเวียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
$\text{Audit Fees}_{i,t}$	=	คำนวณจากค่าลอการิทึมธรรมชาติค่าธรรมเนียมสอบบัญชี
$\text{SIZE}_{i,t}$	=	คำนวณจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม
$\text{LEV}_{i,t}$	=	อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท i ปีที่ t
$\text{CAP}_{i,t}$	=	อัตราส่วนที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท i ปีที่ t
$\text{ROA}_{i,t}$	=	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท i ปีที่ t
$\text{CG}_{i,t}$	=	ตัวแปรเทียม (0,1) การกำกับดูแลกิจการ
INDUS_k	=	ตัวแปรเทียม (0,1) ตามกลุ่มอุตสาหกรรม 7 กลุ่ม
$\varepsilon_{i,t}$	=	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error term)

ผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าน้อยสุด (Minimum) ค่ามากที่สุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Analysis) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากข้อมูลตารางที่ 2 พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 864 ตัวอย่าง และเมื่อแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 93 ตัวอย่าง กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 84 ตัวอย่าง กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 136 ตัวอย่าง กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 175 ตัวอย่าง กลุ่มทรัพยากร 67 ตัวอย่าง กลุ่มบริการ 218 ตัวอย่าง และกลุ่มเทคโนโลยี 91 ตัวอย่าง

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	93	10.76
กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	84	9.72
กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	136	15.74
กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	175	20.25
กลุ่มทรัพยากร	67	7.75

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
กลุ่มบริการ	218	25.23
กลุ่มเทคโนโลยี	91	10.53
รวม	864	100

จากข้อมูลตารางที่ 3 พบว่าอัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (ETR) มีค่าสูงสุด 0.960 ค่าเฉลี่ย 0.170 และมีอัตราภาษีต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) ค่าสูงสุด 0.140 ค่าเฉลี่ย 0.017 ค่า ETR และ TAX/ASSET มีค่าต่ำ แสดงว่ามีการวางแผนภาษีสูง แสดงให้เห็นว่าบริษัทส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่สูงมาก นอกจากนั้นคุณภาพการสอบบัญชี ได้แก่ ประเภทสำนักงานสอบบัญชี (Audit BIG4) มีค่าเฉลี่ย 0.640 แสดงว่า บริษัทส่วนใหญ่ใช้บริการสำนักงานสอบบัญชี BIG4 ในอัตราร้อยละ 64 และมีระยะเวลาในการให้บริการ (Audit Tenure) โดยเฉลี่ย 2.440 ปี สำหรับการหมุนเวียนผู้สอบบัญชี (Auditor Rotation) มีค่าเฉลี่ย 0.050 แสดงว่าบริษัทมีการหมุนเวียนผู้สอบบัญชีในอัตราร้อยละ 5 และค่าธรรมเนียมสอบบัญชี (Audit Fees) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.681

ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.
ETR	864	0.000	0.960	0.170	0.105
TAX/ASSET	864	0.000	0.140	0.017	0.016
Audit BIG4	864	0.000	1.000	0.640	0.479
Audit Tenure	864	1.000	5.000	2.440	1.336
Auditor Rotation	864	0.000	1.000	0.050	0.218
Audit Fees	864	12.540	18.810	14.681	0.938
SIZE	864	18.590	28.430	22.785	1.637
LEV	864	0.000	5.370	0.416	0.265
CAP	864	0.000	4.830	0.325	0.297
ROA	864	-0.080	0.830	0.085	0.067
CG	864	0.000	1.000	0.170	0.378

หมายเหตุ : ETR = วัดค่าอัตราค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกำไรก่อนหักภาษีเงินได้, TAX/ASSET = วัดค่าจากอัตราค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม, Audit BIG4 = ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี Big4 ให้ค่า 1 และ Non-Big4 ให้ค่า 0, Audit Tenure = จำนวนปีในการให้บริการของสำนักงานสอบบัญชี, Auditor Rotation = มีการหมุนเวียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้ค่า 1 ไม่มีการหมุนเวียนให้ค่า 0, Audit Fees = คำนวณจากค่าลอการิทึมธรรมชาติค่าธรรมเนียมสอบบัญชี, SIZE = คำนวณจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม, LEV = อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม, CAP = อัตราส่วนที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ต่อสินทรัพย์รวม, ROA = อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม CG = ตัวแปรเทียม (0,1) บริษัทที่ได้คะแนนการกำกับดูแล 5 ดาวให้ค่า 1 และบริษัทที่ไม่ได้ 5 ดาวให้ค่า 0, INDUS1 = กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร INDUS2 = กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค INDUS3 = กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม INDUS4 = กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง INDUS5 = กลุ่มทรัพยากร INDUS6 = กลุ่มบริการ และ **, * หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Analysis)

ตัวแปร	ETR	TAX /ASSET	Audit BIG4	Audit Tenure	Auditor Rotation	Audit fees	SIZE	LEV	CAP	ROA	CG5
ETR	1	0.325**	-0.053	-0.054	-0.064	0.028	-0.031	0.041	-0.035	-0.122**	-0.088*
TAX/ASSET		1	-0.103**	-0.015	-0.034	-0.143**	-0.254**	-0.109**	0.091**	0.756**	-0.137**
Audit BIG4			1	0.003	-0.064	0.311**	0.391**	0.236**	-0.087*	-0.053	0.185**
Audit Tenure				1	-0.239**	-0.074*	-0.055	-0.063	-0.005	0.000	-0.013
Auditor Rotation					1	-0.010	-0.042	-0.004	0.031	0.041	-0.020
Audit Fees						1	0.724**	0.310**	-0.005	-0.126**	0.317**
SIZE							1	0.335**	-0.115**	-0.214**	0.451**
LEV								1	0.023	-0.188**	0.117**
CAP									1	0.192**	-0.016
ROA										1	-0.032
CG5											1

หมายเหตุ : **, * หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4 พบว่าค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Analysis) สำหรับค่าตัวแปรต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง 864 ตัวอย่าง พบว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระระหว่าง TAX/ASSET กับ ROA มีค่าสูงสุดเท่ากับ 0.756 ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวไม่เกิน ± 0.8 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูง แต่ไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระ (Stevens, 2012)

ตารางที่ 5 ผลของสมการถดถอยเชิงพหุคูณแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษี

ตัวแปร	ตัวแปรตาม = TP			
	ETR		TAX/ASSET	
	B	ค่าสถิติ t	B	ค่าสถิติ t
(Constant)	0.207	2.946**	0.018	2.548*
AuditBIG4	-0.007	-0.854	-0.001	-1.345
Audit Tenure	-0.005	-1.943	0.000	-1.511
Auditor Rotation	-0.038	-2.323*	-0.006	-3.620**
Audit Fees	0.014	2.559*	0.001	2.003*
SIZE	-0.010	-2.606**	-0.002	-4.107**
LEV	0.004	0.278	0.004	3.046**
CAP	0.002	0.162	-0.004	-3.186**
ROA	-0.190	-3.425**	0.188	33.945**
CG5	-0.015	-1.422	-0.003	-2.554*
INDUS1	-0.001	-0.057	0.003	1.975*

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวแปรตาม = TP			
	ETR		TAX/ASSET	
	B	ค่าสถิติ t	B	ค่าสถิติ t
INDUS2	0.011	0.689	0.004	2.295*
INDUS3	-0.017	-1.141	0.001	0.766
INDUS4	0.040	2.957**	0.005	4.007**
INDUS5	0.004	0.209	0.006	3.707**
INDUS6	0.027	2.037*	0.005	4.141**
R Square		0.073	0.619	
Adjusted R Square		0.057	0.612	
Std. Error of the Estimate		0.102	0.010	

หมายเหตุ : **, * หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 5 ตัวแปรคุณภาพการสอบบัญชี ประเภทสำนักงานสอบบัญชี (Audit BIG4) และตัวแปรระยะเวลาในการให้บริการ (Audit Tenure) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย วัดจากค่า ETR และ TAX/ASSET มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีอย่างไม่นัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2

การหมุนเวียนผู้สอบบัญชี (Auditor Rotation) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย วัดจากค่า ETR และ TAX/ASSET มีค่าเท่ากับ -0.038 และ -0.006 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการหมุนเวียนผู้สอบบัญชีส่งผลให้คุณภาพการสอบบัญชีดีขึ้น ลดปัญหาความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับลูกค้าสอบบัญชี ทำให้เกิดการวางแผนภาษีลดลง ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

ค่าธรรมเนียมสอบบัญชี (Audit Fees) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย วัดจากค่า ETR และ TAX/ASSET มีค่าเท่ากับ 0.014 และ 0.001 ตามลำดับ หมายความว่า ค่าธรรมเนียมสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูง จะส่งผลให้คุณภาพการสอบบัญชีสูงขึ้นทำให้การเสียภาษีเกิดขึ้นอย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามกฎหมาย ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 4

ตัวแปรควบคุม เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ SIZE วัดจากค่า ETR และ TAX/ASSET มีค่า -0.100 และ -0.002 ตามลำดับและมีนัยสำคัญทางสถิติว่า ขนาดบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี เนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่ได้รับความสนใจและถูกควบคุมจากการกำกับดูแล ส่งผลให้การวางแผนภาษีเป็นไปได้ยาก ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ LEV จากค่า TAX/ASSET มีค่า 0.004 และมีนัยสำคัญทางสถิติว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษี ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ CAP จากค่า TAX/ASSET มีค่า -0.004 และมีนัยสำคัญทางสถิติว่า ระดับการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี หมายความว่าหากมีการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตนสูง จะมีการวางแผนที่ต่ำ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ ROA วัดจากค่า

ETR มีค่า -0.190 มีนัยสำคัญทางสถิติว่า ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางภาษีลดลงแต่ไม่กระทบกับกำไรทางบัญชี และเมื่อวัดจากค่า TAX/ASSET มีค่า 0.188 มีนัยสำคัญทางสถิติว่า ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางบัญชีและกำไรทางภาษีลดลง

ตารางที่ 6 ผลของสมการถดถอยเชิงพหุคูณแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษีโดยแบ่งตามคะแนนการกำกับดูแลที่ดี

ตัวแปร	CG5				NON-CG5			
	ETR		TAX/ASSET		ETR		TAX/ASSET	
	B	ค่าสถิติ t	B	ค่าสถิติ t	B	ค่าสถิติ t	B	ค่าสถิติ t
(Constant)	0.259	1.521	0.022	1.531	0.222	2.691**	0.023	2.790**
Audit BIG4	-0.055	-1.989*	-0.006	-2.352*	0.001	0.177	-0.000	-0.098
Audit Tenure	-0.013	-1.794	-0.001	-1.343	-0.003	-0.990	0.000	-0.939
Auditor Rotation	-0.052	-1.005	-0.017	-3.839**	-0.032	-1.880	-0.004	-2.160*
Audit Fees	0.010	0.747	0.001	0.961	0.015	2.300*	0.001	1.267
SIZE	-0.009	-0.881	-0.002	-2.177*	-0.011	-2.608**	-0.002	-3.732**
LEV	0.106	1.370	0.019	2.817**	-0.007	-0.482	0.003	2.137*
CAP	-0.046	-0.733	-0.003	-0.643	0.004	0.326	-0.004	-3.339**
ROA	-0.322	-1.607	0.165	9.617**	-0.127	-2.199*	0.199	33.953**
INDUS1	0.060	1.422	0.009	2.501*	-0.032	-1.901	-0.001	-0.597
INDUS2	-0.008	-0.140	0.008	1.563	-0.003	-0.191	0.001	0.449
INDUS3	-0.004	-0.089	0.006	1.607	-0.035	-2.158*	-0.003	-1.608
INDUS4	0.040	1.251	0.007	2.430*	0.026	1.712	0.003	1.912
INDUS5	0.061	1.542	0.014	4.166**	-0.033	-1.627	0.001	0.525
INDUS6	0.130	2.985**	0.013	3.489**	0.003	0.215	0.002	1.466
R Square	0.242		0.494		0.064		0.657	
Adjusted R Square	0.163		0.441		0.046		0.650	
Std. Error of the Estimate	0.115		0.010		0.097		0.010	

หมายเหตุ : **, * หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

จากตารางที่ 6 เมื่อแบ่งตามคะแนนการกำกับดูแลที่ดี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ บริษัทที่ได้คะแนนการกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศ (CG5) และบริษัทที่ไม่ได้คะแนนการกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศ (NON-CG5) โดยในกลุ่มบริษัทที่ได้คะแนนการกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศ (CG5) ตัวแปรคุณภาพการสอบบัญชี ประเภทสำนักงานสอบบัญชี (Audit BIG4) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ถดถอย วัดจากค่า ETR และ TAX/ASSET มีค่าเท่ากับ -0.055 และ -0.006 หมายความว่าประเภทสำนักงานสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากคุณภาพการสอบบัญชี จาก BIG4 มีคุณภาพการตรวจสอบบัญชีสูงทำให้บริษัทที่ได้รับการตรวจสอบบัญชีมีการวางแผนภาษีลดลง และตัวแปรการหมุนเวียนผู้สอบบัญชี (Auditor Rotation) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ถดถอย วัดจากค่า TAX/ASSET มีค่าเท่ากับ -0.017 หมายความว่า การหมุนเวียนผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับตัวแปรควบคุมที่วัดจากค่า TAX/ASSET พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ SIZE มีค่า -0.002 หมายความว่าขนาดบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี การวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางบัญชีและกำไรทางภาษีลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ LEV และ ROA มีค่า 0.019 และ 0.165 หมายความว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์และความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางบัญชีและกำไรทางภาษีลดลง และเมื่อวัดจากค่า ETR พบว่าตัวแปรควบคุมมีความสัมพันธ์กับการวางแผนภาษีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่ากลุ่มอุตสาหกรรม กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษี

กลุ่มบริษัทที่ไม่ได้คะแนนกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศ (NON-CG5) ตัวแปรคุณภาพการสอบบัญชี การหมุนเวียนผู้สอบบัญชี (Auditor Rotation) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย วัดจากค่า TAX/ASSET มีค่าเท่ากับ -0.004 มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าธรรมเนียมสอบบัญชี (Audit Fees) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย วัดจากค่า ETR มีค่าเท่ากับ 0.015 หมายความว่า ค่าธรรมเนียมสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับตัวแปรควบคุม เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ SIZE วัดจากค่า ETR และ TAX/ASSET มีค่า -0.011 และ -0.002 ตามลำดับ หมายความว่า ขนาดบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ LEV จากค่า TAX/ASSET มีค่า 0.003 หมายความว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ CAP จากค่า TAX/ASSET มีค่า -0.004 หมายความว่าระดับการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของ ROA วัดจากค่า ETR มีค่า -0.127 มีนัยสำคัญทางสถิติว่า ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางภาษีลดลงแต่ไม่กระทบกับกำไรทางบัญชี และเมื่อวัดจากค่า TAX/ASSET มีค่า 0.199 มีนัยสำคัญทางสถิติว่า ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษีที่ทำให้กำไรทางบัญชีและกำไรทางภาษีลดลง และพบว่ากลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการสอบบัญชีกับการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งไม่รวมบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดเอ็ม เอ ไอ และศึกษาในระหว่างปี พ.ศ. 2556-2560 จำนวน 864 ตัวอย่าง โดยคุณภาพการสอบบัญชีวัดจาก ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี ระยะเวลาในการให้บริการ การหมุนเวียนผู้สอบบัญชี และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ส่วนการวางแผนภาษีวัดจากอัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (ETR) และอัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) จากการวิจัยไม่พบว่าประเภทสำนักงานสอบบัญชีและระยะเวลาในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการวางแผนภาษี อาจเป็นเพราะสำนักงานสอบบัญชีและผู้สอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ

ตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) กำหนด ทั้งในส่วนที่เป็นคุณสมบัติรายบุคคลและคุณสมบัติของสำนักงาน รวมทั้งบริษัทส่วนใหญ่ใช้บริการสำนักงานสอบบัญชี BIG4 จึงทำให้คุณภาพการตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน (กมล และพิเชษฐ, 2562) ซึ่งอาจเป็นสาเหตุที่ไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว อย่างไรก็ตามการหมุนเวียนผู้สอบบัญชีและค่าธรรมเนียมสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับการวางแผนภาษี คือ การหมุนเวียนผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษีสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kanagaretnam et al. (2016) และ Suyono (2018) แสดงว่าเมื่อมีการหมุนเวียนผู้สอบบัญชีจะลดปัญหาเรื่องความคุ้นเคย ความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่อาจจะเกิดขึ้นกับลูกค้าสอบบัญชี กรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัท ลูกค้าส่งผลให้การปฏิบัติงานตรวจสอบขาดความเป็นอิสระ ทำให้มีการวางแผนภาษีลดลง ขณะที่ค่าธรรมเนียมสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวางแผนภาษี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hakim and Omri (2015) แสดงว่าหากมีค่าสอบบัญชีมากขึ้น จะส่งผลให้มีคุณภาพการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นและมีการวางแผนภาษีเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

เมื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ บริษัทที่ได้คะแนนกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศ (CG5) และบริษัทที่ไม่ได้คะแนนกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศ (NON-CG5) พบว่าบริษัทที่ได้คะแนนกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศใช้บริการสำนักงานสอบบัญชี BIG4 หรือมีการหมุนเวียนผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการวางแผนภาษี แสดงให้เห็นว่ากลุ่มบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้นจะส่งผลให้วางแผนภาษีลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของสัตยา ตันจันทรพงศ์ (2557) และน้ำทิพย์ ขำตันนงษ์ (2558) และคุณภาพการสอบบัญชีที่ดีนั้นจะช่วยลดวางแผนภาษี ขณะที่บริษัทที่ไม่ได้คะแนนกำกับดูแลอยู่ในระดับดีเลิศ กลับพบว่าใช้บริการสำนักงานสอบบัญชี BIG4 ไม่มีความสัมพันธ์กับการวางแผนภาษี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์กับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยสามารถนำไปประกอบการพิจารณาในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่นักลงทุน รวมทั้งเป็นประโยชน์กับนักลงทุนในการพิจารณาถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นและผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน หากบริษัทมีความสามารถในการจัดการด้านภาษีของบริษัท มีการวางแผนภาษีที่ดีจะทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายทางภาษีที่ลดลงส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการสอบบัญชี สามารถวัดคุณภาพของการสอบบัญชีด้วยตัววัดอื่นได้ เช่น ปริมาณงานสอบบัญชี ประเภทการแสดงความเห็นของผู้สอบ ประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- กมล วานิชถาวร และพิเชษฐ์ โสภางษ์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, 6(9), 4332-4345.
- น้ำทิพย์ ขำตันวงษ์. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญพร ตันติยวงศ์. (2552). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษีและความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับมูลค่าของกิจการ: หลักฐานเชิงประจักษ์จากประเทศไทย. *ปริญาญบัญชีฉบับบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- สตัยา ตันจันทรพงศ์. (2557). อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 10(28), 5-18.
- Hakim, I. H. & Omri, M. A. B. (2015). Auditor Quality and Tax Management: Evidence From Tunisian Companies. *International Journal of Managerial and Financial Accounting*, 7(2), 151-171.
- Ichsani, S. & Susanti, N. (2019). The Effect of Firm Value, Leverage, Profitability and Company Size on Tax Avoidance in Companies Listed on Index LQ45 Period 2012-2016. *Global Business and Management Research*, 11(1), 307-313.
- Kanagarethnam, K., Lee, J., Lim, C. Y. & Lobo, G. J. (2016). Relation between Auditor Quality and Tax Aggressiveness: Implications of Cross-country Institutional Differences. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 35(4), 105-135.
- Lestari, N. & Nedya, S. (2019). The Effect of Audit Quality on Tax Avoidance. *International Conference On Applied Science and Technology 2019-Social Sciences Track (iCASTSS 2019)*. Atlantis Press.
- Pummerer, E. & Steller, M. (2013). *Taxes and Audit Quality*. Retrieved October 20, 2020, from <https://ssrn.com/abstract=2399045>
- Salehi, M., Tarighi, H. & Shahri, T. A. (2020). The Effect of Auditor Characteristics on Tax Avoidance of Iranian Companies. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 27(2), 119-134.
- Stevens, J. P. (2012). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*. 5th ed. New York: Routledge.
- Suyono, E. (2018). External Auditors' Quality, Leverage, and Tax Aggressiveness: Empirical Evidence From The Indonesian Stock Exchange. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 33(2), 99-112.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการ
คอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
SECOND-ORDER CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS SATISFACTION FOR USING
COMPUTER LABORATORY SERVICES OF FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE,
UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY

ไกรวุธ เกษตรเยี่ยม¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

¹Kraiwut Kasetiam

¹Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

(Received: December 17, 2020; Revised: January 12, 2021; Accepted: January 25, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ตรวจสอบความกลมกลืนแบบจำลองความพึงพอใจ
การใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี กับ
ข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในหลักสูตรของคณะ
วิทยาการจัดการ ปีการศึกษา 2563 จำนวน 414 ราย ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการ
วิจัย คือ แบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์
องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ผลจากการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการ
คอมพิวเตอร์ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ ด้านสภาพแวดล้อม
ด้านการจัดการ และด้านบุคลากร โดยแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณา
จากค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.45 ที่ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ
0.93 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.91 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน
เปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.00 ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA)
เท่ากับ 0.033 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized
RMR) เท่ากับ 0.044

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง, ความพึงพอใจ, บริการห้องปฏิบัติการ
คอมพิวเตอร์

ABSTRACT

This research aimed to examine the goodness of fit of satisfaction for using
computer laboratory services of faculty of management science, Udon Thani
Rajabhat University and empirical data. The sample group consisted of 414
undergraduate students, who studying in the course of faculty of management
science academic year 2020 recruited using simple random sampling method. The
research instrument was a questionnaire with a 5 point rating scale. The data were
analyzed by second-order confirmatory factor analysis. The results indicated that

satisfaction for using computer laboratory services consisted of four components: learning resources, ambiance, management and staff. Model was consistent with the empirical data by having $\chi^2/df = 1.45$, GFI = 0.93, AGFI = 0.91, CFI = 1.00, RMSEA = 0.033 and Standardized RMR = 0.044.

Keywords: Second-order Confirmatory Factor Analysis, Satisfaction, Computer Laboratory Services

บทนำ

การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดการศึกษา เป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาประเทศในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม อันนำไปสู่การปรับตัวเพื่อความสามารถทางการแข่งขัน ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มุ่งไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้เรียน ซึ่งเป็นแหล่งฝึกทักษะการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเร่งยกระดับคุณภาพและการกระจายโอกาสทางการศึกษา เพื่อเป็นกลไกการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์การเรียนรู้โดย “เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง” และเอื้อให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (สุติมา นครเขต, 2561)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 4 หลักสูตร ได้แก่ บริหารธุรกิจบัณฑิต บัญชีบัณฑิต เศรษฐศาสตรบัณฑิต และนิเทศศาสตรบัณฑิต โดยมีระยะเวลาการศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี และ 2 ปี (ต่อเนื่อง) คณะได้ดำเนินการจัดการศึกษาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 และการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะประเด็นสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ คณะได้จัดให้มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการจัดการเรียนการสอน

ฝ่ายงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ซึ่งรับผิดชอบการให้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ทั้งในเรื่องของการจัดหาคอมพิวเตอร์ ดูแลบำรุงรักษาคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และจัดสภาพแวดล้อมภายในห้องปฏิบัติการให้มีความเหมาะสมต่อการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยในฐานะผู้รับผิดชอบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของคณะ ได้พยายามปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยลดขั้นตอนหรือความยุ่งยากของกฎระเบียบที่ทำให้เกิดความล่าช้า พร้อมทั้งการติดตามข่าวสารและศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้คำแนะนำต่อผู้มาใช้งานห้องปฏิบัติการได้อย่างถูกต้อง ดูแลและบำรุงรักษาคอมพิวเตอร์ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน รวมทั้งการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานให้มากที่สุด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่สามารถทำการทดสอบทางทฤษฎี (Theory Testing) ได้ว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยผลที่ได้จากการวิจัย

เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนแบบจำลองความพึงพอใจการให้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

สมมติฐานการวิจัย

แบบจำลองความพึงพอใจการให้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 28 ตัวแปร ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ มีจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ ความเพียงพอของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ ความรวดเร็วในการประมวลผลของเครื่องคอมพิวเตอร์ ความสะอาดของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ สภาพความพร้อมของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ความเหมาะสมของการจัดวางคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ การจัดทำคำแนะนำวิธีการใช้งานอุปกรณ์ และความทันสมัยของเครื่องคอมพิวเตอร์

องค์ประกอบที่ 2 ด้านสภาพแวดล้อม มีจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ การจัดวางตำแหน่งที่นั่งปราศจากเสียงรบกวนจากภายนอก ความเป็นระเบียบของการเดินสาย LAN ความเหมาะสมของการจัดวางปลั๊กไฟ สภาพความพร้อมของระบบเครื่องปรับอากาศ ประสิทธิภาพของระบบป้องกันอัคคีภัยและความปลอดภัยของระบบไฟฟ้า

องค์ประกอบที่ 3 ด้านการจัดการ มีจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ การกำหนดเวลาการใช้งาน การกำหนดเวลาการทำความสะอาด การกำหนดเวลาในการซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์ การกำหนดเวลาติดตั้งโปรแกรมสำเร็จรูปที่ทันสมัย การกำหนดกฎระเบียบในการใช้งาน การแสดงรายละเอียดกฎระเบียบในการใช้งาน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

องค์ประกอบที่ 4 ด้านบุคลากร มีจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความกระตือรือร้นในการให้บริการ บุคลิกภาพที่ดี ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบการใช้งาน ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ความสามารถในการอธิบายวิธีการใช้คอมพิวเตอร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในหลักสูตรของคณะวิทยาการจัดการ ปีการศึกษา 2563 ทั้งนักศึกษาภาคปกติและภาคพิเศษ จำนวน 5,817 ราย

(มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2563) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามเงื่อนไขของ Hair et al. (2010) ที่กำหนดไว้ว่า กรณีแบบจำลองมีตัวแปรแฝงไม่เกิน 7 ตัวแปร และแต่ละตัวแปรแฝงวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้มากกว่า 3 ตัวแปร มีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำสุดเท่ากับ 300 ราย ซึ่งการวิจัยนี้ ได้กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 414 ราย ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ตารางเลขสุ่ม (Random Number) จากฐานข้อมูลระบบสารสนเทศ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวัดความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการจัดการ และด้านบุคลากร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีลักษณะการตอบตั้งแต่ระดับมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของสำนวนและภาษาที่ใช้ มีค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ระหว่าง 0.67 - 1.00 และทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาอยู่ในคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จำนวน 50 ราย นำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยสูตรของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.955 นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้หาค่าอำนาจการจำแนกรายข้อ (Item Discrimination Power) พบว่ามีค่าระหว่าง 0.510 - 0.936 แสดงว่าแบบสอบถามมีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง โดยข้อมูลถูกเก็บรวบรวมระหว่างเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน 2563 หลังจากนั้นจึงทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยกำหนดค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ที่มา
ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: χ^2 / df)	< 2.00	Schumacker & Lomax (2010)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)	≥ 0.90	Kelloway (2015)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (Adjusted the Goodness of Fit Index: AGFI)	≥ 0.90	Kelloway (2015)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI)	≥ 0.90	Goffin (2007)
ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized root mean square residual: Standardized RMR)	< 0.05	Schumacker & Lomax (2010)
ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	< 0.05	Schumacker & Lomax (2010)

ในกรณีที่แบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ต้องมีการปรับแก้แบบจำลอง เพื่อให้มีการประมาณค่าพารามิเตอร์ขึ้นใหม่ โดยการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรภายในสังเกตได้มีความสัมพันธ์กัน จนแบบจำลองที่วิเคราะห์ใหม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากนั้นจึงแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการคำนวณมาใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ในแบบจำลอง

ผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาภาคปกติ (จำนวน 355 ราย, ร้อยละ 85.75) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 (จำนวน 151 ราย, ร้อยละ 36.47) เป็นเพศหญิง (จำนวน 312 ราย, ร้อยละ 75.36) มีอายุระหว่าง 21 - 22 ปี (จำนวน 257 ราย, ร้อยละ 62.08) และ เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี (จำนวน 93 ราย, ร้อยละ 22.47)

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง พบว่า แบบจำลองเบื้องต้นไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับแบบจำลองโดยการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น ให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรภายในสังเกตได้มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งหลังจากปรับแบบจำลองแล้วเมื่อ พิจารณาดัชนีความกลมกลืน ได้แก่ ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (AGFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) ค่า รากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ เหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR) พบว่าองค์ประกอบมีความสอดคล้องกับข้อมูล เชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนี	เกณฑ์พิจารณา	ผลการทดสอบความกลมกลืน			
		ก่อนปรับแบบจำลอง		หลังปรับแบบจำลอง	
		ค่าดัชนี	แปลผล	ค่าดัชนี	แปลผล
χ^2 / df	< 2.00	3.63	ไม่ผ่านเกณฑ์	1.45	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.82	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.93	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.79	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.91	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	0.97	ผ่านเกณฑ์	1.00	ผ่านเกณฑ์
Standardized RMR	< 0.05	0.060	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.044	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.080	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.033	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

องค์ประกอบ/ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน	t	S.E.	R ²
องค์ประกอบด้านทรัพยากรการเรียนรู้ (RESOURCE)	0.73	10.72**	0.057	0.53
Y1: ความเพียงพอของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์	0.63	-	-	0.39
Y2: ความรวดเร็วในการประมวลผลของเครื่องคอมพิวเตอร์	0.72	20.68**	0.040	0.51
Y3: ความสะอาดของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	0.78	14.80**	0.053	0.60
Y4: สภาพความพร้อมของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	0.87	13.40**	0.069	0.75
Y5: ความเหมาะสมของการจัดวางคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	0.80	13.67**	0.059	0.64
Y6: การจัดทำคำแนะนำวิธีการใช้งานอุปกรณ์	0.71	11.68**	0.057	0.50
Y7: ความทันสมัยของเครื่องคอมพิวเตอร์	0.60	9.70**	0.066	0.36
องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม (AMBIANCE)	0.89	11.16**	0.084	0.78
Y8: การจัดวางตำแหน่งที่นั่ง	0.57	-	-	0.33
Y9: ปราศจากเสียงรบกวนจากภายนอก	0.66	10.36**	0.056	0.44
Y10: ความเป็นระเบียบของการเดินสาย LAN	0.76	11.26**	0.050	0.58
Y11: ความเหมาะสมของการจัดวางปลั๊กไฟ	0.77	11.41**	0.048	0.59
Y12: สภาพความพร้อมของระบบเครื่องปรับอากาศ	0.78	11.47**	0.051	0.61
Y13: ประสิทธิภาพของระบบป้องกันอัคคีภัย	0.75	11.13**	0.048	0.56
Y14: ความปลอดภัยของระบบไฟฟ้า	0.76	11.23**	0.047	0.58
องค์ประกอบด้านการจัดการ (MANAGE)	0.82	12.64**	0.069	0.67
Y15: การกำหนดเวลาการใช้งาน	0.69	-	-	0.48
Y16: การกำหนดเวลาการทำความสะอาด	0.79	15.86**	0.032	0.62
Y17: การกำหนดเวลาในการซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์	0.75	13.40**	0.037	0.57
Y18: การกำหนดเวลาติดตั้งโปรแกรมสำเร็จรูปที่ทันสมัย	0.71	12.54**	0.038	0.50
Y19: การกำหนดกฎระเบียบในการใช้งาน	0.77	13.49**	0.039	0.59
Y20: การแสดงรายละเอียดกฎระเบียบในการใช้งาน	0.72	12.74**	0.036	0.52
Y21: การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	0.70	12.49**	0.038	0.49

ตารางที่ 3 (ต่อ)

องค์ประกอบ/ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ประกอบ มาตรฐาน	t	S.E.	R ²
องค์ประกอบด้านบุคลากร (STAFF)	0.83	15.42**	0.054	0.68
Y22: ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	0.80	-	-	0.65
Y23: ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	0.82	23.66**	0.024	0.67
Y24: บุคลิกภาพที่ดี	0.86	20.66**	0.029	0.74
Y25: ความสามารถในการแก้ไขปัญหา	0.82	19.23**	0.029	0.67
Y26: ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบการใช้งาน	0.88	21.56**	0.027	0.78
Y27: ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์	0.89	21.79**	0.027	0.79
Y28: ความสามารถในการอธิบายวิธีการใช้คอมพิวเตอร์	0.91	20.34**	0.030	0.82

หมายเหตุ: **p< .01

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีทั้ง 28 ตัวแปร พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.57 - 0.91 เมื่อพิจารณาจากค่าสถิติที (t) พบว่า ทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงว่าทุกตัวแปรมีน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ในระดับที่น่าเชื่อถือและสามารถอธิบายได้อย่างมีความหมาย

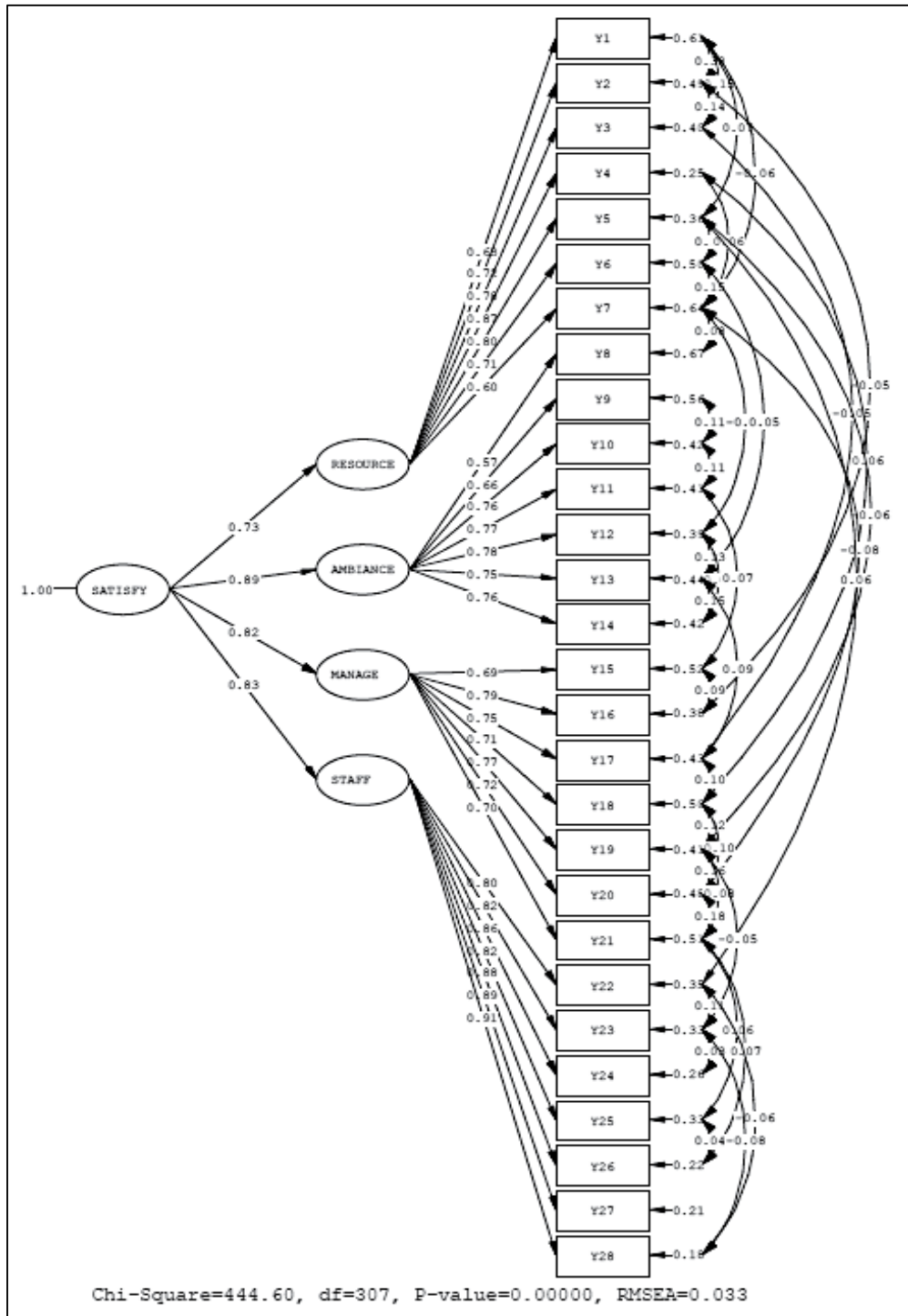
เมื่อพิจารณาตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบด้านทรัพยากรการเรียนรู้ (RESOURCE) ทั้ง 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.60 - 0.87 มีค่าความเที่ยง (R²) อยู่ระหว่าง 0.36 - 0.75 โดยตัวแปรสภาพความพร้อมของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (Y4) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด

องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม (AMBIANCE) ทั้ง 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.57 - 0.78 มีค่าความเที่ยง (R²) อยู่ระหว่าง 0.33 - 0.61 โดยตัวแปรสภาพความพร้อมของระบบเครื่องปรับอากาศ (Y12) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด

องค์ประกอบด้านการจัดการ (MANAGE) ทั้ง 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.69 - 0.79 มีค่าความเที่ยง (R²) อยู่ระหว่าง 0.48 - 0.62 โดยตัวแปรการกำหนดเวลาการทำความสะอาด (Y16) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด

องค์ประกอบด้านบุคลากร (STAFF) ทั้ง 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.80 - 0.91 มีค่าความเที่ยง (R²) อยู่ระหว่าง 0.65 - 0.82 โดยตัวแปรความสามารถในการอธิบายวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ (Y28) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด

เมื่อพิจารณาในส่วนองค์ประกอบหลัก คือ ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ (RESOURCE) ด้านสภาพแวดล้อม (AMBIANCE) ด้านการจัดการ (MANAGE) และด้านบุคลากร (STAFF) พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่าสถิติที (t) องค์ประกอบทุกด้านมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.73 - 0.89 มีค่าความเที่ยง (R²) อยู่ระหว่าง 0.53 - 0.78 โดยองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม (AMBIANCE) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด



ภาพที่ 1 แบบจำลองความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจน ดังต่อไปนี้

1. ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองความพึงพอใจการใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี พบว่า แบบจำลองที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบที่สามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้มาใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ มีจำนวน 4 องค์ประกอบ 28 ตัวแปร ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ มีจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วย ความเพียงพอของจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ ความรวดเร็วในการประมวลผลของเครื่องคอมพิวเตอร์ ความสะอาดของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ สภาพความพร้อมของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ความเหมาะสมของการจัดวางคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ การจัดทำคำแนะนำวิธีการใช้งานอุปกรณ์ และความทันสมัยของเครื่องคอมพิวเตอร์ องค์ประกอบที่ 2 ด้านสภาพแวดล้อม มีจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วย การจัดวางตำแหน่งที่นั่ง ปราศจากเสียงรบกวนจากภายนอก ความเป็นระเบียบของการเดินสาย LAN ความเหมาะสมของการจัดวางปลั๊กไฟ สภาพความพร้อมของระบบเครื่องปรับอากาศ ประสิทธิภาพของระบบป้องกันอัคคีภัย และความปลอดภัยของระบบไฟฟ้า องค์ประกอบที่ 3 ด้านการจัดการ มีจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วย การกำหนดเวลาการใช้งาน การกำหนดเวลาการทำความสะอาด การกำหนดเวลาในการซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์ การกำหนดเวลาติดตั้งโปรแกรมสำเร็จรูปที่ทันสมัย การกำหนดกฎระเบียบในการใช้งาน การแสดงรายละเอียดกฎระเบียบในการใช้งาน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร องค์ประกอบที่ 4 ด้านบุคลากร มีจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วย ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความกระตือรือร้นในการให้บริการ บุคลิกภาพที่ดี ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบการใช้งาน ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ความสามารถในการอธิบายวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ โดยองค์ประกอบและตัวแปรดังกล่าว มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ในระดับที่น่าเชื่อถือและสามารถอธิบายได้อย่างมีความหมาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับการประกันคุณภาพการศึกษา ที่กำหนดให้สถานศึกษาต้องจัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้สำหรับผู้เรียน ซึ่งจะต้องมีความพร้อมด้านทรัพยากรการเรียนรู้ การจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และบุคลากรดำเนินงานที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อสนับสนุนให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพตามมาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนดตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2561) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุตินา นครเขต (2561) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ ด้านสภาพแวดล้อมของห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ด้านการบริหารจัดการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ และด้านการให้บริการของบุคลากรผู้รับผิดชอบห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์

2. ผลจากการวิจัยเมื่อพิจารณาองค์ประกอบหลัก พบว่า องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด เนื่องจากห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ จัดเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่จำเป็นต้องมีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพและใช้งานได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลสำหรับการศึกษาในสาขาวิชาต่างๆ โดยสภาพแวดล้อมภายใน

ห้องปฏิบัติการที่ดี เช่น อุณหภูมิและบรรยากาศภายในห้อง ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความปลอดภัย เป็นต้น เป็นสิ่งจำเป็นที่เอื้ออำนวยให้การจัดการเรียนรู้ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้เรียนรวมทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการเรียนการสอน สอดคล้องกับงานของ เบญญาภา แสนสุทธิ และคณะ (2559) ที่พบว่าสภาพแวดล้อมภายในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่เหมาะสม เช่น อุณหภูมิภายในห้อง ความสะอาดของห้อง และความพร้อมของอุปกรณ์ในห้อง สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้ในระดับมาก

3. องค์ประกอบด้านทรัพยากรการเรียนรู้ พบว่า ตัวแปรสภาพความพร้อมของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด เนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ดีและอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งาน สามารถทำให้คอมพิวเตอร์ทำงานได้เต็มตามศักยภาพของตัวมันเอง เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน นอกจากนี้ ยังกระตุ้นให้เกิดการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการจัดการเรียนการสอนเพิ่มมากขึ้น และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีราลักษณ์ ชีรวัจฉนาภา (2554) ที่พบว่า ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการใช้งานคอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ตัวแปรสภาพความพร้อมของระบบเครื่องปรับอากาศ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด เนื่องจากเครื่องปรับอากาศเป็นอุปกรณ์สำหรับรักษาอุณหภูมิและความชื้นของอากาศภายในห้องให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาจากสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยจะเห็นได้ว่าเป็นประเทศที่อยู่ในเขตร้อน มีอุณหภูมิเฉลี่ยสูง การปรับสภาพอากาศภายในห้องให้เหมาะสมจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อบรรยากาศที่ดีภายในห้องปฏิบัติการที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ และเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ นำมาซึ่งความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ สอดคล้องกับงานของ สุติมา นครเขต (2561) ที่พบว่า การจัดการระบบปรับอากาศภายในห้องที่ดีสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ได้ในระดับมาก

5. องค์ประกอบด้านการจัดการ พบว่า ตัวแปรการกำหนดเวลาการทำความสะอาด มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด เนื่องจากห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์เป็นแหล่งเรียนรู้สาธารณะ สำหรับนักศึกษาทุกชั้นปี จึงทำให้มีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการรักษาความสะอาดของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ภายในห้องปฏิบัติการ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อไม่ให้แหล่งแพร่ระบาดของเชื้อโรค เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการทุกคน ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิตยา ปิ่นแก้ว และคณะ (2557) ที่พบว่า ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่สะอาดเป็นระเบียบ ส่งผลให้ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก

6. องค์ประกอบด้านบุคลากร พบว่า ตัวแปรความสามารถในการอธิบายวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด เนื่องจากบทบาทของบุคลากรผู้รับผิดชอบห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่สำคัญประการหนึ่งคือ สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานคอมพิวเตอร์เบื้องต้นและอุปกรณ์ภายในห้องปฏิบัติการได้เป็นอย่างดี เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการ และเป็นการส่งเสริมให้มีการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจ

ให้กับผู้ใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ สอดคล้องกับงานของ เบญญาภา แสนสุทธิ์ และคณะ (2559) ที่พบว่า บุคลากรและเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี จะส่งผลให้ผู้มาใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์มีความพึงพอใจในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ในหน่วยงานอื่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาการบริการดังกล่าว ตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1.1 ด้านสภาพแวดล้อม ควรตรวจสอบระบบเครื่องปรับอากาศอยู่เป็นประจำให้มีสภาพพร้อมใช้งาน ออกแบบการจัดวางปลั๊กไฟภายในห้องปฏิบัติการให้มีความเหมาะสม จัดวางการเดินสาย LAN ภายในห้องปฏิบัติการให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ตรวจสอบระบบไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอว่าสามารถสร้างความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการได้ ตรวจสอบประสิทธิภาพของระบบป้องกันอัคคีภัยว่าสามารถใช้งานได้จริงยามเกิดเหตุเพลิงไหม้ ปรับปรุงห้องปฏิบัติการให้สามารถลดเสียงรบกวนจากภายนอกได้ และจัดวางตำแหน่งที่นั่งภายในห้องปฏิบัติการให้มีความเหมาะสม ไม่แออัดจนเกินไป

1.2 ด้านบุคลากร บุคลากรและเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ควรฝึกฝนการอธิบายวิธีการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้นให้กับผู้มาใช้บริการเข้าใจได้ง่าย มั่นศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองให้มีความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสม ศึกษากระบวนการใช้งานห้องปฏิบัติการให้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้สามารถชี้แจงต่อผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม แต่งกายให้สุภาพเรียบร้อย รักษาการียมารยาท ใช้วาจาที่สุภาพ และให้บริการด้วยความกระตือรือร้นและเป็นกัลยาณมิตร

1.3 ด้านการจัดการ ควรกำหนดเวลาในการทำความสะอาดห้องปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอ กำหนดกระบวนการใช้งานห้องปฏิบัติการให้มีความเหมาะสม กำหนดเวลาการซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์ภายในห้องปฏิบัติการให้มีความเหมาะสม แสดงรายละเอียดกฎระเบียบในการใช้งานห้องปฏิบัติการให้ชัดเจน เพื่อแจ้งให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบ กำหนดระยะเวลาการติดตั้งโปรแกรมสำเร็จรูปที่ทันสมัยอยู่เสมอ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และกำหนดเวลาการใช้งานห้องปฏิบัติการที่เหมาะสม

1.4 ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ ควรตรวจสอบสภาพคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ออกแบบการจัดวางคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ให้สะดวกต่อการใช้งาน หมั่นทำความสะอาดเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อยู่เป็นประจำ ปรับปรุงคอมพิวเตอร์ให้สามารถประมวลผลด้วยความรวดเร็ว จัดทำคำแนะนำวิธีการใช้งานอุปกรณ์ต่างๆ กำหนดจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ภายในห้องปฏิบัติการให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน และปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการบริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงการให้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิราลักษณ์ จีรวังนภา. (2554). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คอมพิวเตอร์ของบุคลากรครูในโรงเรียนการศึกษาขั้นพื้นฐานเอกชน จังหวัดนนทบุรี**. สารนิพนธ์ ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตยา ปันแก้ว, กิ่งกาญจน์ พรหมมาพงษ์ และ ปัทมาพร เงินแจ้ง. (2557). **รายงานวิจัยสถาบัน เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- เบญญาภา แสนสุทธิ, พรทิพย์ ปุกะหุต, อุดมพร ถาวรธวัช และ เพ็ญสุดา ทิพย์สมธนา. (2559). **การสำรวจความพึงพอใจในการใช้ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของนักศึกษาและบุคลากร มหาวิทยาลัยราชธานี**. ใน **การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 1 “สร้างเสริมสหวิทยาการ ผสมผสานวัฒนธรรมไทย ก้าวอย่างมั่นใจ เข้าสู่ AC”**. หน้า 2077-2086. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชธานี.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. (2561). **คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ปีการศึกษา 2560-2561 (ฉบับปรับปรุง)**. อุดรธานี: งานประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- _____. (2563). **ระบบสารสนเทศนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2563, จาก https://portal4.udru.ac.th/report_student1/
- สุติมา นครเขต. (2561). **การประเมินผลการใช้ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 2**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Goffin, R. D. (2007). Assessing the adequacy of structural equation model: Golden rules and editorial policy. **Personality and Individual Differences**, 42(5), 831-839.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E., (2010). **Multivariate data analysis: A global perspectives**. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Kelloway, E. K. (2015). **Using Mplus for Structural Equation Modeling; A Researcher's Guide**. CA: Sage Publications.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G., (2010). **A beginner's guide to structural equation modeling**. 3rd ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

**ความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่:
ศึกษาในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา**
**EMPLOYEE SATISFACTION IN USING THE DINING ROOM SERVICE AT LAKSI POST
CENTER: A STUDY ON THE DEREGULATION TO PREVENT THE SPREAD OF
CORONAVIRUS**

ฤทัยรัตน์ ไชยทองสี¹ พุทธิเมธ ทองนอก¹ นาทยา พุฒิ¹ จิระพงศ์ เรืองกุล¹ และวิทยา นามเสาร์²

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

²คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Ruethairat Chaithongsee¹ Puttimate Thongnork¹ Nattaya Putti¹

Jirapong Ruanggoon¹ and Vittaya Namsao²

¹Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

²Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi

(Received: December 0, 2020; Revised: February 8, 2021; Accepted: February 9, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ ในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา และ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ ในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา จำแนกตามเพศ อายุ ประเภทบุคลากร และรายได้ต่อเดือน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากพนักงานศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ จำนวน 258 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของพนักงานต่อการใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกตามรายด้าน พบว่า ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ขณะที่ด้านราคา ด้านคุณภาพและการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ประเภทบุคลากร พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ขณะที่เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบริการของร้านค้าภายในศูนย์อาหารภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของพนักงาน, บริการห้องรับประทานอาหาร, ไวรัสโคโรนา

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the level of employee satisfaction in using the dining room service at Lak Si Post Center during the deregulation to prevent the spread

of the coronavirus and 2) compare the employee satisfaction in using the dining room service at Lak Si Post Center during the deregulation of the coronavirus epidemic prevention classified by gender, age, personnel type, and monthly income. Quantitative research was used. The data were collected by questionnaires from the sample groups of 258 Lak Si Post Office staffs. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way ANOVA. The research results were found that the overall employee satisfaction using the dining room at Lak Si Post Center was at a high level. When considering in each aspect; it was found that the merchants, place and environment were at high level. While the price, quality and service issues were at a moderate level. The results of the comparison of employee satisfaction in using the dining room at Lak Si Post Office when classified by gender, age, type of personnel was found that there was no significant difference. While classified by monthly income, it was found there were the statistically significant differences at the 0.05 level in place and environment. The results are useful for improving the dining room service under the coronavirus outbreak situation.

Keywords: Employee Satisfaction, Dining Room Service, Coronavirus

บทนำ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ทำให้ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมาก องค์กรต่างๆ และผู้ประกอบการต่างได้รับผลกระทบ กลายเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องหามาตรการรองรับเพื่อให้สามารถผ่านพ้นวิกฤตนี้ไปได้ เชื้อไวรัสโคโรนามาพร้อมกับความปกติใหม่ (New Normal) ซึ่งหมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีตอันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย โดยที่รูปแบบวิถีชีวิตใหม่ประกอบด้วยวิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิถีสื่อสาร วิถีปฏิบัติและการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะดำรงรักษาวิถีดั้งเดิมหรือหวงหวาดอดีต ความปกติใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นนี้นำมาซึ่งส่งผลกระทบต่อการประกอบการในหลากหลายธุรกิจ (Reeves, Lang, & Carlsson-Szlezak, 2020) โดยเฉพาะในธุรกิจร้านอาหาร ดังผลงานวิจัยของ Song, Yeon, & Lee (2020) พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาในสหรัฐอเมริกาได้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประสบปัญหาด้านจำนวนลูกค้าที่ลดลงส่งผลให้รายได้ลดลงเป็นอย่างมาก และกระทบต่อความมั่นคงของธุรกิจในระยะยาว ผลกระทบดังกล่าวนี้ทำให้ผู้ประกอบการได้หันมาปรับปรุงการดำเนินงานภายในร้านอาหาร โดยเพิ่มมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาเพื่อสร้างความมั่นใจ ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการร้านอาหาร ขณะที่ผลงานของ Voorhees, Frobelle, & Bone (2020) ได้แสดงให้เห็นว่าองค์กรต้องไม่ลืมที่จะสร้างความ

มั่นใจให้กับพนักงานในเรื่องความปลอดภัยและรับมือการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาในที่ทำงาน โดยควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเพื่อลดการสัมผัสหรือพบเจอผู้คน เช่น การทำงานจากที่บ้าน การสลับวันเวลามาทำงาน และปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในที่ทำงานให้มีระยะห่างที่เพียงพอ เป็นต้น รวมทั้งพนักงานเองจะต้องปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดอย่างเคร่งครัด เช่น การเว้นระยะห่าง การสวมหน้ากากอนามัย และหมั่นล้างมือบ่อยๆ เป็นต้น มาตรการดังกล่าวนี้มีขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานในเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของพนักงานและป้องกันปัญหาด้านสุขภาพของพนักงาน

ศูนย์ไพรซ์เนียลส์เริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2539 มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการคัดแยกส่งต่อไพรซ์เนียลส์ให้มีความรวดเร็วแน่นอน และสามารถรองรับปริมาณงานที่เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ทำหน้าที่เป็นศูนย์คัดแยกส่งต่อไพรซ์เนียลส์ในประเทศ ไพรซ์เนียลส์ทางอากาศเข้าต่างประเทศ รวมทั้งไพรซ์เนียลส์พิเศษในประเทศและระหว่างประเทศ โดยมีผู้ปฏิบัติงานรวมทั้งสิ้น 724 คน (กลุ่มงานการเจ้าหน้าที่ ศูนย์ไพรซ์เนียลส์, 2563) ด้วยจำนวนของพนักงานที่มีเป็นจำนวนมาก ศูนย์ไพรซ์เนียลส์จึงได้จัดห้องอาหารไว้ประจำศูนย์ รองรับการให้บริการพนักงานในทุกกลุ่ม

ห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ไพรซ์เนียลส์ จัดตั้งขึ้นตามระเบียบของบริษัท ไพรซ์เนียลส์ไทย จำกัด ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงคุณภาพ ความสะอาดและราคาของอาหารเป็นหลัก โดยจะต้องปฏิบัติตามสัญญาการขอเช่าพื้นที่และจำหน่ายอาหารอย่างเคร่งครัด หากมีการกระทำผิดสัญญาทางศูนย์จะยกเลิกสัญญาและจัดหาผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาทำการจำหน่ายอาหารทดแทนทันที สัญญาจะมีระยะเวลา 1 ปี เมื่อครบวาระ 1 ปีแล้ว ทางศูนย์จะประกาศรับสมัครร้านค้าเพื่อเข้ารับการทดสอบคัดเลือกผู้ประกอบการอีกครั้งหนึ่ง ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ศูนย์ไพรซ์เนียลส์ ได้กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาไว้อย่างเคร่งครัด โดยให้มีการจำหน่ายด้วยบรรจุภัณฑ์พลาสติกนำกลับไปรับประทานที่ห้องทำงานเท่านั้น กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องทำความสะอาดพื้นที่ที่ขึ้น สวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลาที่อยู่ภายในห้องอาหาร และต้องนำแผ่นพลาสติกใส่กันบริเวณรอบรับอาหาร

ภายหลังที่เข้าสู่ช่วงของมาตรการผ่อนปรนการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ศูนย์ไพรซ์เนียลส์ได้อนุญาตให้พนักงานนั่งรับประทานอาหารที่ห้องอาหารได้ แต่ยังคงมาตรการเว้นระยะห่าง โดยจัดที่นั่ง 1 โต๊ะ 1 คน กำหนดให้พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัย มีเจลแอลกอฮอล์ล้างมือคอยให้บริการ ทำการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าใช้บริการ และการกำหนดทางเข้าออกห้องอาหารทางเดียว คำถามที่ตามมา คือ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการห้องอาหารที่ผ่อนปรนดังกล่าวนี้นี้ จะส่งผลต่อความรู้สึก ทักษะ หรือความพึงพอใจของพนักงานหรือไม่ ซึ่งผลงานวิจัยในต่างประเทศนั้นพบว่ามาตรการรับมือต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาขององค์กรนั้นได้ทำให้พนักงานเป็นกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขภาพของตนเอง สร้างความเครียด ความไม่พึงพอใจ ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง และยังมีผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงาน (Parker, 2020; Rogowska, Kusnierz, & Bokszanin, 2020; Bajarami et al., 2020) ในกรณีเดียวกันนี้จึงเกิดคำถามการวิจัยว่าความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารในช่วงการผ่อนคลามาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาของศูนย์ไพรซ์เนียลส์นั้นมีมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับใด

นอกจากนี้ ปัญหาของการใช้บริการห้องอาหารศูนย์ไพบรณีย์หลักสี่ยังปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปีที่ผ่านมาได้เกิดการร้องเรียนมากมาย เช่น เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้รับการคัดเลือกเข้ามาว่าไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ทำให้ผู้ใช้บริการไม่ได้รับความสะดวก ในบางครั้งผู้ปฏิบัติงานในเวรกลางคืนไม่มีอาหารรับประทาน เพราะผู้ประกอบการได้ปิดร้านก่อนเวลาที่กำหนด เป็นเหตุให้ต้องมีการยกเลิกสัญญา และจัดหาผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาทดแทนถึง 2 ครั้ง (วิชณู, สัมภาษณ์. 2563) ทั้งนี้ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของวรารงคณา เรียงสุทธิ์ และ ลลนา อิลพัณณ์ (2561) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการโรงอาหารโดยครอบคลุมตัวแปรด้านคุณภาพและการให้บริการ ด้านราคา และด้านสถานที่ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Alhelalat, Habiballah, & Twaissi (2017) ทำการศึกษาผลกระทบของการให้บริการของร้านอาหารที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยศึกษาตัวแปรด้านคุณภาพอาหาร ด้านพฤติกรรมของผู้ให้บริการ ด้านบรรยากาศของร้าน และด้านสภาพแวดล้อมของร้านอาหาร ผลงานวิจัยดังกล่าวนี้ได้อาศัยแนวคิดคุณภาพบริการ (Service Quality) ในอุตสาหกรรมการให้บริการอาหาร (Mediros & Salay, 2013; Gagic, Tesanovic, & Jovicic, 2013) มาเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นทำการศึกษาตามแนวคิดดังกล่าวด้วยเช่นกัน

จากปัญหาและความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไพบรณีย์หลักสี่ ในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนางานสวัสดิการ และการให้บริการห้องอาหารให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาระดับความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไพบรณีย์หลักสี่ ในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไพบรณีย์หลักสี่ ในช่วงการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา จำแนกตามเพศ อายุ ประเภทบุคลากร และรายได้ต่อเดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ คือบุคลากรของศูนย์ไพบรณีย์หลักสี่ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ พนักงาน ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว และผู้รับจ้างทำของ โดยกลุ่มลูกจ้างชั่วคราว และผู้รับจ้างทำของนั้นเป็นบุคลากรสัญญาจ้างรายปี รวมทั้งสิ้น 724 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 258 คน คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) แบ่งชั้นภูมิตามประเภทบุคลากร หลังจากนั้นได้สุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภทบุคลากรโดยการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จำนวนประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างตามประเภทบุคลากรของศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่

กลุ่มบุคลากร	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
พนักงาน	387	138
ลูกจ้างประจำ	68	24
ลูกจ้าง	80	29
ผู้รับจ้างทำของ	189	67
รวม	724	258

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทบุคลากร และรายได้ต่อเดือน เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) และตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการห้องรับประทานอาหาร 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพและการบริการ จำนวน 12 ข้อ ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ จำนวน 6 ข้อ ด้านราคา จำนวน 4 ข้อ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำนวน 11 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ในการพัฒนาแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม หลังจากนั้นได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หาค่าความสอดคล้องกันของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยการพิจารณาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นได้นำไปทดลองใช้กับบุคลากรที่เข้าใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการครอนบาค (Cronbach Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 ขณะที่เมื่อแยกตามรายด้าน พบว่า ค่าความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและการบริการ ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มีค่าเท่ากับ 0.86, 0.81, 0.75 และ 0.84 ตามลำดับ แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเป็นที่ยอมรับ นำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำหนังสือผ่านหัวหน้างานเพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าถึงข้อมูล และขอความร่วมมือจากบุคลากรในการตอบแบบสอบถาม นำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ใช้เวลาเก็บข้อมูล 4 สัปดาห์ ตั้งแต่ 15 กันยายน 2563 – 15 ตุลาคม 2563 รวบรวมข้อมูลจนครบตามจำนวน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ และทำการแปลความหมายระดับความพึงพอใจตามเกณฑ์ของธานินทร์ ศิลป์จารุ (2553) ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร ศูนย์ประชานิยมหลักสี่ จำแนกตามเพศ อายุ ประเภทบุคลากร และรายได้ต่อเดือนนั้นได้ใช้สถิติอนุมาน คือ การทดสอบที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของตัวแปร 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรเพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรอายุ ตัวแปรประเภทบุคลากร และตัวแปรรายได้ต่อเดือน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	138	53.49
หญิง	120	46.51
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	8	3.10
20 - 30 ปี	79	30.62
31 - 40 ปี	56	21.71
41 - 50 ปี	67	25.97
50 ปีขึ้นไป	48	18.60
ประเภทบุคลากร		
พนักงาน	172	66.67
ลูกจ้างชั่วคราว	22	8.53
ลูกจ้างประจำ	26	10.08
ผู้รับจ้างทำของ	38	14.73
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	27	10.47
10,000 - 20,000 บาท	121	46.90
20,001 - 30,000 บาท	50	19.38
30,001 - 40,000 บาท	17	6.59
40,001 บาทขึ้นไป	43	16.67

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย ร้อยละ 53.49 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 30.62 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 67 คน ร้อยละ 25.97 และอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 3.10 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มพนักงาน ร้อยละ 66.67 รองลงมาคือผู้รับจ้างทำของ ร้อยละ 14.73 ลูกจ้างประจำ ร้อยละ 10.08 และลูกจ้างชั่วคราว ร้อยละ 8.53 โดยเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 46.90 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 19.38 ถัดมาคือ 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 16.67 ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 10.47 และ 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 6.59

2. ความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหาร

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผลระดับความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของพนักงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านคุณภาพและการบริการ	3.38	0.67	ปานกลาง
ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ	3.60	0.77	มาก
ด้านราคา	3.41	0.79	ปานกลาง
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	3.59	0.79	มาก
รวม	3.50	0.76	มาก

จากตารางที่ 3 จะเห็นว่า พนักงานมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า พนักงานพึงพอใจมากต่อการแต่งกายของพ่อค้าแม่ค้าที่สะอาด สวมหน้ากากอนามัย ลดการสัมผัสในการให้บริการ บริการด้วยความกระตือรือร้น เอาใจใส่เรื่องความปลอดภัย และใช้วาจาสุภาพ ในทำนองเดียวกันกับด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า พนักงานมีความพึงพอใจมากต่อการจัดสถานที่ที่สะอาดถูกสุขลักษณะ การจัดเว้นระยะห่างของโต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร สถานที่มีอากาศถ่ายเท มีการจัดเตรียมเจลล้างมือตามจุดต่างๆ อย่างเพียงพอ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม และมีการจัดแบ่งจำนวนร้านอาหารอย่างเหมาะสม

ทางด้านราคา พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในเรื่องความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณอาหาร การติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และอาหารมีหลากหลายราคาในระดับปานกลาง ในทำนองเดียวกันด้านคุณภาพและการบริการ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า พนักงานพึงพอใจต่อรสชาติของอาหาร คุณภาพของเครื่องปรุง ความสะอาดของอาหารและภาชนะบรรจุ และความรวดเร็วในการให้บริการ ในระดับปานกลาง

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหาร

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องรับประทานอาหาร ศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ ดังแสดงในตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของพนักงาน	เพศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.
ด้านคุณภาพและการบริการ	ชาย	3.43	0.61	1.263	0.208
	หญิง	3.32	0.72		
ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ	ชาย	3.63	0.72	0.496	0.620
	หญิง	3.58	0.82		
ด้านราคา	ชาย	3.45	0.75	0.841	0.401
	หญิง	3.37	0.82		
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ชาย	3.61	0.78	0.488	0.626
	หญิง	3.56	0.80		

หมายเหตุ: $p < 0.05$

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร ประจำศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ จำแนกตามเพศ พบว่า ผลการทดสอบที (t- test) ไม่มีด้านใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของพนักงาน	อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ด้านคุณภาพและการบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	3.34	1.03	0.236	0.918
	20-30 ปี	3.44	0.72		
	31-40 ปี	3.35	0.73		
	41-50 ปี	3.36	0.57		
	50 ปีขึ้นไป	3.33	0.57		
ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	3.46	0.84	1.720	0.146
	20-30 ปี	3.78	0.86		
	31-40 ปี	3.60	0.79		
	41-50 ปี	3.51	0.67		
	50 ปีขึ้นไป	3.48	0.69		

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ความพึงพอใจของพนักงาน	อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ด้านราคา	ต่ำกว่า 20 ปี	3.41	0.89	0.359	0.838
	20-30 ปี	3.49	0.86		
	31-40 ปี	3.39	0.80		
	41-50 ปี	3.34	0.71		
	50 ปีขึ้นไป	3.41	0.75		
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่า 20 ปี	3.10	1.01	0.943	0.440
	20-30 ปี	3.62	0.82		
	31-40 ปี	3.62	0.87		
	41-50 ปี	3.53	0.71		
	50 ปีขึ้นไป	3.64	0.70		

หมายเหตุ: $p < 0.05$

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของบุคลากรที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร ประจำศูนย์ประโยชน์หลักสี่ จำแนกตามเพศ พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ไม่มีด้านใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า พนักงานที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ประโยชน์หลักสี่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร จำแนกประเภทบุคลากร

ความพึงพอใจของพนักงาน	ประเภทบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ด้านคุณภาพและการบริการ	พนักงาน	3.41	0.54	0.998	0.394
	ลูกจ้าง	3.42	0.72		
	ลูกจ้างประจำ	3.38	0.86		
	ผู้รับจ้างทำของ	3.21	0.96		
ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ	พนักงาน	3.62	0.67	0.596	0.618
	ลูกจ้าง	3.73	0.72		
	ลูกจ้างประจำ	3.63	0.77		
	ผู้รับจ้างทำของ	3.47	1.15		
ด้านราคา	พนักงาน	3.44	0.67	0.762	0.516
	ลูกจ้าง	3.49	0.75		
	ลูกจ้างประจำ	3.41	1.04		
	ผู้รับจ้างทำของ	3.24	1.06		
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	พนักงาน	3.66	0.66	2.477	0.062
	ลูกจ้าง	3.51	0.71		
	ลูกจ้างประจำ	3.57	1.03		
	ผู้รับจ้างทำของ	3.29	1.11		

หมายเหตุ: $p < 0.05$

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร ประจำศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ จำแนกตามประเภทบุคลากร พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ไม่มีด้านใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า บุคลากรประเภทต่างมีความพึงพอใจในใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจของพนักงาน	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ด้านคุณภาพและการบริการ	ต่ำกว่า 10,000	3.16	0.94	1.479	0.209
	10,000 - 20,000	3.33	0.71		
	20,001 - 30,000	3.49	0.49		
	30,001 - 40,000	3.48	0.61		
	40,001 ขึ้นไป	3.47	0.48		
ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ	ต่ำกว่า 10,000	3.51	1.09	0.501	0.735
	10,000 - 20,000	3.56	0.77		
	20,001 - 30,000	3.70	0.72		
	30,001 - 40,000	3.58	0.50		
	40,001 ขึ้นไป	3.68	0.66		
ด้านราคา	ต่ำกว่า 10,000	3.32	0.95	1.368	0.245
	10,000 - 20,000	3.38	0.84		
	20,001 - 30,000	3.53	0.63		
	30,001 - 40,000	3.09	0.63		
	40,001 ขึ้นไป	3.53	0.71		
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่า 10,000	3.35	1.04	2.928	0.022*
	10,000 - 20,000	3.47	0.79		
	20,001 - 30,000	3.81	0.68		
	30,001 - 40,000	3.70	0.85		
	40,001 ขึ้นไป	3.75	0.63		

หมายเหตุ: $p < 0.05$, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหาร ประจำศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ด้านที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านคุณภาพและการบริการ ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ และด้านราคา ขณะที่ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมนั้นมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่แตกต่างกันในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมไว้ในแบบสอบถาม ดังนี้

ด้านคุณภาพและการบริการ อาหารไม่มีความหลากหลายโดยเฉพาะของหวาน และผลไม้ อาหารไม่อร่อย เมนูอาหาร ซ้ำเหมือนๆ กันในทุกวัน วัตถุดิบในการประกอบอาหารไม่สดใหม่ ขาดผัก และน้ำพริกสำหรับร้านอาหารข้าวแกง ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการให้ความเห็นไว้ว่า ผู้จำหน่ายอาหาร ไม่ยิ้มแย้ม และการให้บริการของร้านค้า คิรวอนาน ส่วนด้านราคามีความเห็นเพิ่มเติมว่าร้านค้าจำหน่ายอาหาร ไม่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และมีการคิดราคาอาหารสูงกว่าป้ายบอกราคา และด้านสถานที่ และสิ่งแวดล้อม ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมไว้ว่า ห้องอาหารมีหนู และแมลงสาบเยอะ ร้านอาหาร ไม่เปิดใช้เครื่องดูดควัน ช่วงเวลา 11.00 น. และช่วงเวลาหลัง 16.00 น. ไม่เปิดใช้เครื่องปรับอากาศตามที่ ประกาศไว้ หม้อลวกซอ้นเก่ามาก ในช่วงเวลา 11.00 - 13.00 จำนวนโต๊ะ-เก้าอี้ ในการนั่งรับประทาน อาหารไม่เพียงพอ

อภิปรายผล

1. ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ประชณียหลักสี่ ด้านคุณภาพและการบริการ ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านคุณภาพและการบริการ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรางคณา เรียนสุทธิ และลลนา อิลพัฒน์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนิสิตต่อการบริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง พบว่า ความพึงพอใจของนิสิตอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ผลการวิจัยครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพและการบริการของห้องรับประทานอาหารศูนย์ประชณียหลักสี่ ในเรื่องภาชนะ บรรจุอาหารและตู้น้ำดื่ม คุณภาพของเครื่องปรุง ความหลากหลายของเมนูและคุณค่าของอาหารนั้นยัง ทำได้ไม่เต็มนัก อีกทั้งยังสะท้อนถึงความกังวลของพนักงานในเรื่องอาหารที่อาจปนเปื้อนเชื้อไวรัสโคโรนา พนักงานจึงต้องการให้อาหารที่นำมาจำหน่ายภายในห้องรับประทานอาหารมีความร้อน สะอาดและ สดใหม่

1.2 ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะพ่อค้า แม่ค้ามีการแต่งกายที่สะอาด สุขอนามัย ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโค โรนาอย่างเคร่งครัด และมีการให้บริการเป็นกันเอง จึงทำให้เกิดความประทับใจกับผู้ที่ใช้บริการ ข้อ คั่นพบนี้เป็นไปตามที่พจน์ พาณิชย์กุล (2558) ได้กล่าวว่าในการให้บริการจะต้องสร้างความพึงพอใจที่ เกิดขึ้นในใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับ “คุณภาพ” เพื่อที่จะทำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้ บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไปหรือแนะนำบริการให้แก่คนที่รู้จัก นอกจากนี้ ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ความ พึงพอใจของพนักงานเพิ่มขึ้นจากการสำรวจครั้งล่าสุดในปี พ.ศ. 2559 ที่พบว่า ความพึงพอใจด้าน คุณภาพและการบริการนั้นอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33) (กลุ่มงานการเจ้าหน้าที่ ศูนย์ประชณียหลักสี่, 2559) แสดงให้เห็นว่า การให้บริการของร้านอาหารที่มีการปฏิบัติตามมาตรการในช่วงผ่อนคลายการ แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนานั้นได้สร้างความพึงพอใจของพนักงานให้เพิ่มสูงขึ้น

1.3 ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง ผลการ วิจัยครั้งนี้สอดคล้องข้อมูลกับผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า “ร้านค้าจำหน่ายอาหาร ไม่มี

ป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และมีการคิดราคาอาหารสูงกว่าป้ายบอกราคา” ผลการวิจัยนี้เป็นไปในทำนองเดียวกับผลการวิจัยของวรางคณา เรียนสุทธิ และลลนา อิลพัฒน์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนิสิตต่อการบริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง พบว่า ความพึงพอใจต่อการบริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง ใน 3 ด้านคือ ด้านคุณภาพและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ความพึงพอใจของพนักงานในด้านราคานั้นเพิ่มขึ้นจากการสำรวจครั้งล่าสุดในปี พ.ศ. 2559 ที่พบว่า ความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.45) (กลุ่มงานการเจ้าหน้าที่ ศูนย์ไพรชณีย์หลักสี่, 2559) สะท้อนให้เห็นว่า การกำหนดความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณอาหาร การติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และการประกอบอาหารมีหลากหลายราคานั้นยังทำได้ดีขึ้น

1.4 ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า พนักงานความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าการปรับปรุงสถานที่และสิ่งแวดล้อมของห้องอาหารตามมาตรการเว้นระยะห่างทั้งในส่วนของการเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะนั่งรับประทานอาหาร การควบคุมการเข้าออกห้องอาหาร การปรับสถานที่ให้มีอากาศถ่ายเท และการให้บริการเจลล้างมือตามจุดต่างๆ อย่างเพียงพอ นั้นยังแสดงให้เห็นว่าเป็นมาตรการที่เหมาะสมสำหรับการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ซึ่งนอกจากบุคลากรจะมีความพึงพอใจต่อมาตรการดังกล่าวแล้ว ที่ผ่านมามูลค่าการของศูนย์ไพรชณีย์หลักสี่ก็ยังไม่มีการติดเชื้อไวรัสโคโรนา มาตรการดังกล่าวนี้ยืนยันให้เห็นว่า การเว้นระยะห่างเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการนำไปเป็นแนวทางควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Tuzovic & Kabadayi, 2020) ถือเป็นองค์ความรู้ในการจัดการภาวะวิกฤต (crisis management) ที่สำคัญเพื่อป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาซึ่งทุกประเทศทั่วโลกต่างได้นำไปปฏิบัติกันอย่างแพร่หลาย (Ratten, 2020; Prin & Bartels, 2020)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยในครั้งนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจของพนักงานสูงกว่าผลการสำรวจครั้งล่าสุดในปี พ.ศ. 2559 ที่พบว่า ความพึงพอใจเรื่องความสะอาดของสถานที่อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.38) และการจัดแบ่งพื้นที่และจำนวนของร้านอาหารภายในห้องอาหารอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.20) (กลุ่มงานการเจ้าหน้าที่ ศูนย์ไพรชณีย์หลักสี่, 2559) ผลการวิจัยครั้งนี้จึงยืนยันให้เห็นว่า พนักงานพึงพอใจมาตรการเว้นระยะห่าง (Social Distancing) จากการจัดโต๊ะนั่งรับประทานอาหาร 1 คน 1 โต๊ะ การเข้าออกห้องอาหารทางเดียว สถานที่ที่มีอากาศถ่ายเท มีการจัดเตรียมเจลล้างมือตามจุดต่างๆ อย่างเพียงพอ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม และมีการจัดแบ่งจำนวนร้านอาหารอย่างเหมาะสม ข้อค้นพบนี้เป็นไปในทำนองเดียวกันกับผลการวิจัยของจริยา ชื่นตา และประเสริฐ ศรีเสวีวรรณ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพราะความสะอาดของพื้นที่ทางเดินภายใน โต๊ะเก้าอี้รับประทานอาหารมีจำนวนเพียงพอ

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ไพรชณีย์หลักสี่ จำแนกตามปัจจัยเพศ อายุ ประเภทบุคลากร และรายได้ต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้บริการห้องรับประทานอาหารประจำศูนย์ไพรชณีย์หลักสี่ ไม่มีความแตกต่างกันตามเพศ อายุ ประเภทบุคลากร แต่มีความแตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือนในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมเมื่อเปรียบเทียบกับจากรายได้ต่อเดือนมีความแตกต่างกัน โดยที่บุคลากรที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่ำกว่าบุคลากรที่มีเงินเดือนระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท, 20,001 - 30,000 บาท, 30,001 - 40,000 บาท และ 40,001 ขึ้นไป เนื่องจากพนักงานที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทนี้เป็นผู้รับจ้างทำของ และส่วนใหญ่เป็นบุคลากรใหม่ ซึ่งได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานในเวลากลางคืน (เวรทำงาน 17.00 - 00.00 น.) โดยช่วงเวลากลางคืน ห้องรับประทานอาหารไม่ได้มีการเปิดเครื่องปรับอากาศ และพบว่าทุกครั้งที่มีการรายงานว่าพบหนูในห้องรับประทานอาหารจะพบในช่วงเวลากลางคืน และแม้ว่าในช่วงเวลากลางคืนจะมีการจัดแม่บ้านคอยดูแลความสะอาด แต่ความเรียบร้อยของโต๊ะ เก้าอี้ และชั้นเก็บจาน นั้นมีน้อยกว่าช่วงเวลากลางวัน ลักษณะดังกล่าวนี้อาจทำให้พนักงานมองว่า องค์กรให้การดูแลสภาพของพนักงานในสถานที่ทำงานอย่างไม่ทั่วถึงกัน พนักงานกลุ่มที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จึงมีความพึงพอใจน้อยกว่าพนักงานในกลุ่มอื่น (Baron et al., 2014)

2.2 ความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมเมื่อเปรียบเทียบกับจากรายได้ต่อเดือนมีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาประกอบจะอธิบายได้ว่า การที่ช่วงเวลากลางคืนนั้นทางศูนย์ประโยชน์หลักสี่ได้จัดให้แม่บ้านดูแลรับผิดชอบในเรื่องความสะอาดของห้องอาหารน้อยกว่าช่วงเวลากลางวันอาจทำให้พนักงานกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย มีความกังวลว่าเชื้อไวรัสโคโรนาอาจปนเปื้อนในกระบวนการผลิตอาหารหรือสัมผัสจุดเสี่ยงต่างๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ราวจับ ราวบันได หรือถังขยะ เป็นต้น ด้วยเหตุดังกล่าวจึงอาจเป็นที่มาของผลการวิจัยที่พบว่า ความพึงพอใจของพนักงานกลุ่มที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในช่วงเวลากลางคืนนั้นต่ำกว่าความพึงพอใจของบุคลากรในช่วงเงินเดือนอื่นๆ ซึ่งประเด็นความกังวลของพนักงานเกี่ยวกับการปนเปื้อนของเชื้อไวรัสโคโรนานี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Bufquin et al. (2021) แสดงให้เห็นว่า พนักงานมีความกังวลเกี่ยวกับการปนเปื้อนของเชื้อไวรัสโคโรนาในกระบวนการผลิตอาหาร และสัมผัสจุดเสี่ยงต่างๆ ในร้านอาหารเป็นอย่างยิ่ง และหากองค์กรไม่มีมาตรการเพื่อสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยดังกล่าวนี้ พนักงานจะเกิดความไม่พึงพอใจจนนำไปสู่ความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กรในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า ความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องอาหารด้านคุณภาพและการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ศูนย์ประโยชน์หลักสี่ควรปรับปรุงและพัฒนาในด้านคุณภาพและการบริการโดยเพิ่มหม้อน้ำร้อนสำหรับล้างช้อน เพิ่มตู้น้ำดื่ม ปรับปรุงความสะอาดของภาชนะบรรจุอาหารและตู้น้ำดื่ม ปรับปรุงคุณภาพของเครื่องปรุง จัดให้มีร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น โดยต้องเป็นร้านที่มีคุณภาพ มีคุณค่าทางอาหาร มีความหลากหลาย มีรสชาติเหมาะสม และอาหารที่นำมาจำหน่ายควรมีความร้อน มีความสะอาด และให้มีความสดใหม่เพื่อคลายความกังวลของพนักงานเกี่ยวกับการปนเปื้อนของเชื้อไวรัสโคโรนา

1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า ความพึงพอใจของพนักงานในการใช้บริการห้องอาหารด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง ศูนย์ประโยชน์หลักสี่ควรมีการจัดอบรมและพัฒนาเพื่อให้ทางร้านอาหารและ

เครื่องดื่มภายในห้องอาหารกำหนดราคาขายไม่เกินราคาที่ศูนย์ไปรษณีย์หลักที่กำหนด และควรมีป้ายบอกราคาแสดงชัดเจน ในกรณีเป็นอาหารหรือเครื่องดื่มพิเศษต้องติดป้ายราคาทุกครั้ง ราคาอาหารและเครื่องดื่มควรมีความหลากหลาย ควรกำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่มให้เหมาะสมกับปริมาณและเป็นราคาที่ยุติธรรม

1.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า ความพึงพอใจของพนักงานในการให้บริการห้องอาหารด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นศูนย์ไปรษณีย์หลักสมควรมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา จัดแบ่งจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มให้เหมาะสมมีการทำความสะอาดบริเวณพื้นทางเดินของร้านอาหาร จัดทางเข้าออกห้องอาหารทางเดียวและตรวจวัดอุณหภูมิผู้เข้าใช้บริการ จัดให้มีสถานที่จำหน่ายอาหารมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก จัดให้มีโต๊ะเก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหารโดยคำนึงถึงมาตรการการเว้นระยะห่างไว้เช่นเดิม

1.4 หน่วยงาน หรือองค์กรอื่นๆ ควรนำมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาไปปฏิบัติอย่างเคร่งครัด แม้ในสถานการณ์ที่ภาครัฐได้ผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา โดยเฉพาะการปฏิบัติตามมาตรการเว้นระยะห่าง การตรวจวัดอุณหภูมิ การจัดพื้นที่หรือสภาพแวดล้อมในที่ทำงานให้มีระยะห่างเหมาะสม หรือการสวมหน้ากากของพนักงานในที่ทำงาน ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับพนักงาน คลายความกังวลเกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพ และลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาในที่ทำงาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการวิจัยคุณภาพบริการของร้านค้าภายในศูนย์อาหาร โดยใช้เครื่องมือประเมินคุณภาพตามแนวคิด SERVQUA โดยการปรับข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา จะทำให้เห็นถึงคุณภาพ ของการให้บริการของศูนย์อาหารในช่วงวิกฤตไวรัสโคโรนาที่มีรายละเอียดและเด่นชัดมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรทำการศึกษาผลกระทบของมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา และการผ่อนคลายมาตรการที่มีต่อผลลัพธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ (HR outcome) ในมิติต่างๆ เช่น ความผูกพันของพนักงาน ขวัญกำลังใจของพนักงาน ความตั้งใจที่จะลาออก และสุขภาพอนามัยของพนักงาน เป็นต้น ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของร้านอาหารในภาวะวิกฤต (crisis HR management) ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มงานการเจ้าหน้าที่ ศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่. (2559). สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่. เอกสารอัดสำเนา.

..... (2563). ข้อมูลบุคลากรศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่. เอกสารอัดสำเนา.

จริยา ชื่นตา และประเสริฐ ศิริเสวีวรรณ. (2559) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่. สืบค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2563, จาก [http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)Id575-10-05-201722:04:17.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)Id575-10-05-201722:04:17.pdf).

- ธานีพร ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ : วี อินเตอร์ พรินท์.
- พจน์ พจนพานิชย์กุล. (2558). *พฤติกรรมลูกค้ากับการให้บริการที่ใจ*. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://Sites.google.com/site/potarticle/articles-1>.
- วรางคณา เรียงสุทธิ และลลนา อิลพัฒน์. (2561). ความพึงพอใจของนิสิตต่อการบริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 13(2), 263-274.
- วิชญ์. (2563, 5 กันยายน). พนักงาน, กลุ่มงานสวัสดิการ ศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่. *สัมภาษณ์*.
- Alhelalat, J. A., Habiballah, M. A., & Twaissi, N. M. (2017). The impact of personal and functional aspects of restaurant employee service behavior on customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 66, 46-53.
- Bajarami, D. D., Terzic, A., Petrovic, M. D., Radovanovic, M., Tretiakova, T. N., & Hadoud, A. (2020). Will we have the same employees in hospitality after all? The impact of COVID-19 on employees' work attitudes and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 94(2021), 102754.
- Baron, S. L., Beard, S., Davis, L. K., Delp, L., Forst, L., Kidd-Taylor, A., Liebman, A. K., Linnan, L., Punnett, L., & Welch, L. S. (2014). Promoting integrated approaches to reducing health inequities among low-income workers: Applying a social ecological framework. *American Journal of Industrial Medicine*, 57(5), 539–556.
- Bufquin, D., Park, J., Back, R. M., Meira, J. V. S., & Hight, S. K. (2021). Employee work status, mental health, substance use, and career turnover intentions: An examination of restaurant employees during COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*. 93(2021), 102764.
- Gagic, S., Tesanovic, D., & Jovicic, A. (2013). The vital components of restaurant quality that effect guest satisfaction. *TURIZAM*, 17(4), 166-176.
- Mediros, C. O., & Salay, E. (2013). A review of food service selection factors important to the consumer. *Food Public Health*, 3(4), 176-190.
- Parker, L. D. (2020). The COVID-19 office in transition: Cost efficiency and social responsibility business case. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 33(8), 1943-1967.
- Prin, M., & Bartels, K. (2020). Social distancing: Implications for the operating room in the face of COVID-19. *Canadian Journal of Anesthesia*. 7(2020), 789-797.
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (covid-19) and social value co-creation. *International Journal of Sociology and Social Policy*. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.

- Reeves, M., Lang, N., & Carlsson-Szlezak, P. (2020). Leading your business through the Coronavirus crisis. **Harvard Business Review**, February, 1-7.
- Rogowska, A. M., Kusnierz, C., & Bokszanin, A. (2020). Examining anxiety, life satisfaction, general health, stress and coping styles during COVID-19 pandemic in Polish sample of university students. **Psychology Research and Behavior Management**, 13, 797-811.
- Song, H. J., Yeon, J., & Lee, S. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic: Evidence from the U.S. restaurant industry. **International Journal of Hospitality Management**, 92, 1-7.
- Tuzovic, S., & Kabadayi, S. (2020). The influence of social distancing on employee well-being: A conceptual framework and research agenda. **Journal of Service Management**, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- Voorhees, C. M., Frobelle, P. W., & Bone, S. A. (2020). Don't forget about the frontline employee during the COVID-19 pandemic: Preliminary insights and a research agenda on market shocks. **Journal of Service Research**, 23(4), 396-400.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis**. 3rd edition. New York: Harper and Row.

การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของ
ข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร
PERCEIVED ORGANIZATIONAL CULTURE AFFECTING ORGANIZATIONAL
CITIZENSHIP BEHAVIOR OF GOVERNMENT TEACHER EDUCATION
DEPARTMENT IN BANGKOK

เจตน์สฤกษ์ วินัยธรรม¹ และ ประพนธ์ ชัยกิจอุราใจ¹
¹วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Jedsarid Vinaithum¹ and Praphan Chaikidurajai¹

¹Graduate College of Management Sripatum University

(Received: December 21, 2020; Revised: February 15, 2021; Accepted: February 18, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร 2) ศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรเป็นข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 14,375 คน คำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 389 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.92 แล้วไปทำการทดลองใช้เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.963 สถิติที่ใช้ในการวิจัยนี้คือค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอยู่ในระดับมาก การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือข่ายดี แบบมุ่งผลสำเร็จ และแบบราชการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร, พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ABSTRACT

This research aimed 1) to study the opinion to perceived organizational culture and organizational citizenship behavior 2) to study perceived organizational culture affecting organizational citizenship behavior of government teacher education department in Bangkok. To collect data by using questionnaires. The population were the government teacher education department in Bangkok as 14,375 people. The sample sizes were calculated by using Taro Yamane at 95 percent confidence levels as 389 people. Proportional stratified random sampling was applied in this research. The questionnaires were verified for content validity by experts and tried out the reliability. The result of content validity and reliability are at 0.92, 0.963. This research statistic were

frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The research results found that the opinion of organizational culture and organizational citizenship behavior are in the high level. Organizational culture in terms of adaptability culture, clan culture and bureaucratic culture affecting organizational citizenship behavior of government teacher education department in Bangkok.

Keywords: perceived organizational culture, organizational citizenship behavior

บทนำ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การถือเป็นกิจกรรมการบริหารที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์การ ดังจะเห็นได้จากองค์การหลายแห่งที่ประสบความสำเร็จในการบริหารงานนั้น มักจะให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ เพราะถือว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญมาก มีคุณค่าซึ่งจะขาดมิได้ในการบริหารองค์การ หากองค์การมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถ และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน องค์การก็จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ ซึ่งหลักการหนึ่งที่สำคัญในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ คือความพยายามที่จะดึงดูดให้คนเก่ง คนดีที่มีความสามารถเข้ามาทำงาน และรักษาทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้นให้อยู่กับองค์การไปนานๆ พร้อมกับเพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้แก่ทรัพยากรมนุษย์ในองค์การอยู่ตลอดเวลา (บุศรารัตน์ บัวงาม , 2556)

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การให้ยั่งยืน อาจทำได้โดยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยพัฒนาพฤติกรรมในการทำงานให้แก่บุคลากรจนเกิดพฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ พฤติกรรมความอดทนอดกลั้น พฤติกรรมความมีมารยาทในการทำงาน และพฤติกรรมการให้ความร่วมมือซึ่งพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้ก็คือพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ซึ่งไม่ได้เกิดจากการให้รางวัลอย่างเป็นทางการจากองค์การ แต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเองของสมาชิกที่เต็มใจจะปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่เกินกว่าบทบาทที่ตนรับผิดชอบอันนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การได้เป็นอย่างดี คำกล่าวทั้งหมดนี้เป็นไปตามทฤษฎีของ Dennis W. Organ ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัยอินเดียนา ประเทศสหรัฐอเมริกาผู้เป็นเจ้าของทฤษฎีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (Organ, 1987) ในขณะที่วัฒนธรรมองค์การเป็นค่านิยม ความเชื่อที่มีร่วมกันอย่างเป็นระบบที่เกิดขึ้นในองค์การ ใช้เป็นแนวทางกำหนดพฤติกรรมของคนในองค์การ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะขององค์การ องค์การที่มีวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในกิจกรรมองค์การเสมอ ให้ความสำคัญกับความต้องการและความเป็นอยู่ของสมาชิก จะทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกว่าองค์การของเขาเป็นเสมือนครอบครัวขนาดใหญ่ที่จะต้องให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันโดยแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้เป็นของ Daft (2001) แบ่งเป็น 4 แบบ ได้แก่ 1) การรับรู้วัฒนธรรมแบบปรับตัว เป็นแบบที่ผู้นำมุ่งสร้างวัฒนธรรมใหม่ขององค์การเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลง บุคลากรในองค์การจะได้รับความอิสระในการตัดสินใจ กล้าคิด กล้าทำในสิ่งใหม่ และเน้นการให้รางวัลแก่ผู้ที่ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นพิเศษ 2) การรับรู้วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ เป็นวัฒนธรรมที่เน้นการมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายองค์การ มุ่งให้บริการลูกค้าเป็นพิเศษ จะให้ความสำคัญการแข่งขัน การเอาชนะ บุคลากรที่มีผลงานดีจะได้ผลตอบแทนสูงใน

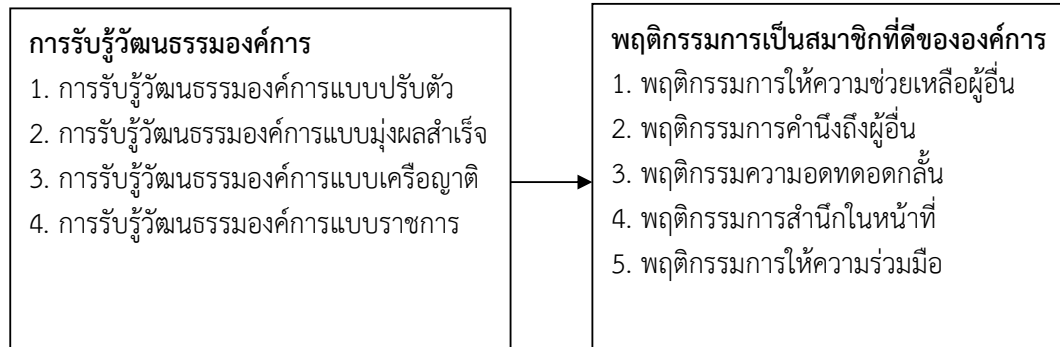
ขณะที่ผู้มีส่วนได้เสียจะถูกไล่ออกจากงาน 3) การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบเครือญาติ เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในองค์การ เพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้พร้อมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากภายนอก เป็นวัฒนธรรมที่เน้นความต้องการของบุคลากรมากกว่าวัฒนธรรมแบบอื่น จึงมีบรรยากาศของมวลมิตรที่ร่วมกันทำงานคล้ายอยู่ในครอบครัวเดียวกัน มุ่งเน้นเรื่องความร่วมมือ การให้ความเอาใจใส่เอื้ออาทรทั้งบุคลากรและลูกค้า 4) การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ เป็นวัฒนธรรมแบบที่ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายใน เน้นความคงเส้นคงวาในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความมั่นคง ความเป็นเหตุเป็นผล ความมีระเบียบของการทำงาน มุ่งการยึดถือและปฏิบัติตามกฎระเบียบ บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงานต่ำ

ในส่วนของโรงเรียนภายใต้สังกัดสำนักงานศึกษา กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 437 แห่ง จาก 6 เขตกลุ่มการศึกษา โดยมีข้าราชการครูสังกัดสำนักงานศึกษา กรุงเทพมหานคร จำนวน 14,375 คน ได้มีนโยบายในการยกระดับการศึกษาให้กับนักเรียน ส่งผลให้มีการปรับโครงสร้างการบริหารงานในด้านระเบียบ ด้านงบประมาณ ระเบียบการเงิน ระเบียบด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เช่น ค่าตอบแทน การประเมินผลการปฏิบัติงาน การเลื่อนขั้นเงินเดือน สวัสดิการต่างๆ ความก้าวหน้าและความมั่นคงในหน้าที่การงาน เป็นต้น วัฒนธรรมองค์การของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานศึกษาเป็นวัฒนธรรมที่เน้นความคงเส้นคงวาในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความมั่นคง ความมีระเบียบของการทำงาน การยึดถือและปฏิบัติตามกฎระเบียบ บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงานต่ำ เกี่ยวข้องกับการปรับตัวกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากขึ้นสืบเนื่องจากเทคโนโลยีที่เข้ามาสร้างการเปลี่ยนแปลง โดยทำให้ข้าราชการครูต้องปรับตัวมากขึ้นโดยเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ของตนเอง บุคลากรต้องมีส่วนร่วมในการทำงานเพิ่มขึ้น ควรมีวัฒนธรรมที่มีความยืดหยุ่นในการทำงาน บุคลากรควรมีการฝึกอบรมและพัฒนาในด้านการใช้เทคโนโลยีในการสอน ควรมีความสามารถในการสอนออนไลน์ได้ดี มีเนื้อหาสาระสนุก ชวนติดตาม ซึ่งทำให้บุคลากรอาจจะเกิดความเครียดในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงานอาจจะลดน้อยลง มีความวิตกกังวลในความมั่นคงในงาน ทำให้ไม่สนใจต่อยุทธศาสตร์ขององค์การที่กำลังมีการปรับตัวอย่างมาก ดังนั้นองค์การจึงจำเป็นต้องเตรียมการรับมือและหาแนวทางแก้ไข โดยต้องการรับรู้ว่าคุณลักษณะที่ต้องการสิ่งใดเพิ่มมากขึ้นเพื่อการปรับเปลี่ยน ให้มีความพึงพอใจในงาน และมีขวัญกำลังใจที่ดี พุ่มเทกำลังใจและใจในการทำงาน ตลอดจนควรมีวัฒนธรรมองค์การอย่างไรจึงจะส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การข้าราชการครู สำนักงานศึกษา กรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์การและพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการครู สำนักงานศึกษา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการครู สำนักงานศึกษา กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 437 แห่ง จาก 6 เขตกลุ่มการศึกษา โดยมีประชากรจำนวน 14,375 คน (สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2562) ประกอบด้วย บุคลากรที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการและระดับบริหาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร จำนวน 389 คน ใช้วิธีการคำนวณของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5% ดังนี้

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

$$n = \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง}$$

$$N = \text{จำนวนประชากร}$$

$$e = \text{ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง 0.05}$$

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

$$n = \frac{14,375}{1 + (14,375 \times (0.05)^2)}$$

$$n = 389 \text{ คน}$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (Proportion Stratified Random Sampling) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่เขตการศึกษา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนดังนี้

กลุ่มเขตการศึกษา	จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย (คน)	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน)	สัดส่วน (%)	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน) (Try Out)
กรุงเทพกลาง	1,023	27	7	2
กรุงเทพเหนือ	2,337	62	16	5
กรุงเทพใต้	1,598	43	11	3
กรุงเทพตะวันออก	4,461	121	31	9
กรุงธนเหนือ	1,873	50	13	4
กรุงธนใต้	3,083	86	22	7
รวม	14,375	389	100	30

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรได้อ้างอิงมาจาก Chaikidurajai, Praphan. (2015) และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้อ้างอิงมาจาก Chaikidurajai, Praphan. (2017) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.92 แล้วนำไปทดสอบกับประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (Try Out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของชุดแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยโดยรวม 0.963

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้าราชการครู สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร โดยการส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังแต่ละเขตการศึกษา และได้รับการตอบแบบสอบถามกลับคืนมาตามจำนวน 389 ชุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน และวิเคราะห์การรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการครูโดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 389 คน จาก 6 เขตการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 83 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40 ถึง 50 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีสถานภาพสมรส จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 และมีรายได้เฉลี่ย 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์การโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบราชการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบเครือข่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 และการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์การ

ข้อ	การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว	3.83	0.65	มาก
2	การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ	4.05	0.74	มาก
3	การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบเครือข่าย	3.99	0.76	มาก
4	การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ	4.22	0.65	มาก
	การรับรู้วัฒนธรรมองค์การโดยรวม	4.02	0.62	มาก

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 พฤติกรรมความอดทนอดกลั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 พฤติกรรมการสำนึกในหน้าที่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 พฤติกรรมการให้ความร่วมมืออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 และพฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

ข้อ	พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น	4.00	0.79	มาก
2	พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น	3.91	0.79	มาก
3	พฤติกรรมความอดทนอดกลั้น	3.99	0.74	มาก
4	พฤติกรรมการสำนึกในหน้าที่	3.96	0.69	มาก
5	พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ	3.95	0.69	มาก
	พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การโดยรวม	3.96	0.66	มาก

ผลการวิเคราะห์การรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบเครือข่าย และ การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว ที่ไม่มีผล ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

ตัวแปรต้น	β	P
ค่าคงที่	.463	.000
การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว	-.064	.336
การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ	.193	.004*
การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบเครือข่าย	.436	.000*
การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ	.141	.015*
R ²	.435	
Adjusted R ²	.429	
F-value	73.960	

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การรับรู้วัฒนธรรมองค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอยู่ในระดับมากอาจเนื่องมาจากข้าราชการครู สำนึกการศึกษา กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสซึ่งต้องการความมั่นคง ไม่ค่อยอยากที่จะเปลี่ยนงาน ประกอบกับทำงานมานาน มากกว่า 10 ปี จนเกิดความเคยชินในการทำงาน ทำให้มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์การข้าราชการครูอยู่ในระดับมาก และมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่อยู่ในระดับมาก

การรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนพร พันธุ์เทศ และ ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ (2562) ที่ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ซึ่งพบว่าวัฒนธรรมองค์การส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ สอดคล้องกับ วริษฐา กองทรัพย์ ทิพทินนา สมุทรานนท์ และรัตติกรณ์ จงวิศาล (2561) ที่พบว่าการรับรู้วัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ และ สอดคล้องกับ ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร (2552) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การ การสนับสนุนทางสังคม และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่าการรับรู้วัฒนธรรมองค์การ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ มี 3 แบบที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร ได้แก่

1. การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบเครือญาติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากวัฒนธรรมองค์การแบบเครือญาติเป็นวัฒนธรรมการทำงานในองค์กรที่อยู่ร่วมกันแบบญาติพี่น้อง มองบุคลากรเป็นทุนมนุษย์ขององค์การ ไม่ใช่เป็นแบบนายจ้างกับลูกจ้าง หรือเจ้านายกับบ่าวที่มองบุคลากรเป็นต้นทุนขององค์การ เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในองค์การ เพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้พร้อมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากภายนอก เป็นวัฒนธรรมที่เน้นความต้องการของบุคลากรมากกว่าวัฒนธรรมแบบอื่น องค์กรมีบรรยากาศการทำงานแบบวมลมิตรที่ร่วมกันทำงานคล้ายอยู่ในครอบครัวเดียวกัน

2. การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการสร้างวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งสำเร็จ คือ การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มีการกำหนดเป้าหมายขององค์การ มีดัชนีชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจนของบุคลากรแต่ละคนของแต่ละทีมและแต่ละองค์การจะทำให้บุคลากรต้องปฏิบัติงานตามดัชนีชี้วัดการปฏิบัติงานที่มุ่งผลสำเร็จ ให้ความสำคัญกับการแข่งขัน โดยมีการให้รางวัลตามผลงาน บุคลากรที่มีผลงานดีจะได้ผลตอบแทนสูง ในขณะที่บุคลากรที่ผลงานไม่ดี อาจจะถูกให้ออกจากงาน และ

3. การรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การที่สำรวจวิจัยเป็นองค์กรแบบราชการซึ่งมีวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายใน เน้นความคงเส้นคงวาในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความมั่นคง ความมีระเบียบของการทำงาน รวมถึงการยึดถือและปฏิบัติตามกฎระเบียบ

ส่วนการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจากข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร อยู่จนชินกับสภาพแวดล้อมที่เน้นความคงเส้นคงวาในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความมั่นคง ความมีระเบียบของการทำงาน การยึดถือและปฏิบัติตามกฎระเบียบของทางราชการทำให้การปรับตัวได้ไม่เร็วเท่ากับบุคลากรที่อยู่ในองค์กรภาคเอกชนที่มีการแข่งขันกันสูง ต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วเพื่อความอยู่รอดของตนเองและองค์การ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหารควรส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์การแบบเครือข่าย โดยสร้างวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันในองค์การแบบญาติพี่น้อง มีบรรยากาศการทำงานแบบมวมลมิตรที่ร่วมกันทำงานคล้ายอยู่ในครอบครัวเดียวกัน ใส่ใจในความต้องการของบุคลากร มุ่งเน้นเรื่องความร่วมมือ ให้ความเอาใจใส่เอื้ออาทรต่อบุคลากร

1.2 ผู้บริหารควรส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ โดยมีการกำหนดมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มีเป้าหมายขององค์การ และร่วมกันจัดทำดัชนีชี้วัดผลงานกับบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการยอมรับ มีการให้รางวัลตามผลงาน บุคลากรที่มีผลงานดีจะได้ผลตอบแทนสูง ในขณะที่ผู้ที่มีผลงานต่ำกว่าเป้าก็จะได้ผลตอบแทนต่ำ หรือมีการคาดโทษ

1.3 ผู้บริหารควรส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์การแบบราชการ โดยเน้นความคงเส้นคงวาในการดำเนินการ เพื่อให้เกิดความมั่นคง มีระเบียบการทำงานที่ชัดเจน ยึดถือปฏิบัติตามกฎระเบียบ

1.4 ผู้บริหารควรส่งเสริมให้ข้าราชการครู สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านการคำนึงถึงผู้อื่นให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ เช่น ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ความผูกพันต่อองค์การ คุณลักษณะของงาน และบรรยากาศองค์การ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนาพร พันธุ์เทศ และ ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ. (2562). วัฒนธรรมองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารภาครัฐแห่งหนึ่ง. **วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**, 30(1), 53-65.
- ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การ การสนับสนุนทางสังคม และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปการศึกษา 2552**, หน้า 116-117. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บุศรารัตน์ บัวงาม. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ ความผูกพันต่อองค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานเทศบาลเมืองกระทุ่มล้ม **จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิรัช กอทรัพย์ ทิพทินนา สมุทธานนท์ และ รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2561). วัฒนธรรมองค์การ การสนับสนุนจากองค์การ ความยึดมั่นผูกพันในงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

ของพนักงานระดับปฏิบัติการเงินเดือนรายของธนาคารแห่งประเทศไทย. **วารสารศรีนครินทรวิโรฒ วิจัยและพัฒนา(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**, 10(19), 171-187.

- Chaikidurajai, P. (2017). The Impact of Compensation on Organizational Citizenship Behavior (OCB) of Employees in Electrical, Electronics and Telecommunications Industry Group in Thailand. **International Journal of Management, Business, and Economics**, 4(3), 67-79.
- _____. (2017). The Impact of Human Resource Practices on Organizational Citizenship Behavior (OCB) of Employees in Electrical, Electronics and Telecommunications Industry Group in Thailand. **International Journal of Management, Business, and Economics**, 4(1), 111-123.
- _____. (2015). Factors Affecting Organizational Citizenship Behavior (OCB) and Performance Efficiency of Staff in Industry Group. **International Journal of Management, Business, and Economics**, 2(3), 111-129.
- Daft, R. L. (2001). **Essentials of Organization: Theory and Design**. Ohio: South-Western College.
- Organ. (1987). **Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome**. Massachusetts: Lexington.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. Tokyo: Haper International Edition.

การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี
PERSONAL INCOME TAX PLANNING OF TAXPAYERS IN UDONTHANI PROVINCE

โชคชัย เดชรอด¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Chokechai Dateroad¹

¹Faculty of Management Science, Udonthani Rajabhat University.

(Received: December 20, 2020; Revised: February 8, 2021; Accepted: February 10, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะส่วนบุคคลและวิธีเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี 2) ความรู้เพื่อความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี 3) เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นการวิจัยแบบผสม(Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในปีภาษี 2562 จำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure) จำนวน 10 คน

ผลวิจัยพบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสตามกฎหมาย คำนวณภาษีสิ้นปีโดยแยกคำนวณระหว่างสามีภรรยา ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปีทางอินเทอร์เน็ต มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยเฉลี่ยระดับปานกลาง ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากร มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยวิธีเสียภาษี ได้แก่ แบบรายการชำระภาษีสิ้นปี การคำนวณภาษีสิ้นปี การใช้สิทธิหักลดหย่อนภาษีตามความสมัครใจ การเสียภาษีตามถูกหัก ณ ที่จ่าย สถานที่ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปี มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ระยะเวลายื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปี มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูงคือผู้ที่ได้รับการอบรมจากหน่วยงาน ผู้เป็นเจ้าของกิจการประเภทค้าขายและให้บริการมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับต่ำ

คำสำคัญ: ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา, การวางแผนภาษี

ABSTRACT

The purposes of this study are to study 1) personal characteristics and methods to pay the personal income tax of taxpayers in Udonthani province, 2) comprehension level of personal income tax planning of the taxpayers in Udonthani province and 3) factors affecting the comprehension level of personal income tax planning. This study is a mixed method research consisting of both quantitative and qualitative methods. For quantitative method, questionnaire is employed as a research tool. The sample group is those 400 personal income taxpayers in fiscal year 2019 in Udonthani province. Qualitative method utilizes semi structured in-depth interview with 10 interviewees.

The results reveal that the majority of the taxpayers holds bachelor's degree and is married. They calculate their tax separately between spouse and file their tax form electronically via internet. They possess intermediate level of tax planning comprehension.

The personal characteristics which are gender, education, marital status, information channel regarding tax have an effect on the level of comprehension of personal income tax at 0.05 statistical significance. Occupation has an effect on the comprehension level at 0.01 statistical significance.

Tax payment method factors which are tax form filed at year end, tax calculation method, voluntary tax deduction rights, withholding tax, and place for the tax filing have an influence on the level of comprehension of personal income tax at 0.01 statistical significance. The timing of tax filing at year end also has an impact on the comprehension level at 0.05 statistical significance.

The personal income taxpayers having high level of personal income tax planning comprehension are those who are trained from the officers. Entrepreneurs in trade and service segments has low level of personal income tax planning comprehension.

Keywords: Personal income tax, Tax planning

บทนำ

ภาษีอากร (Taxation) คือการเคลื่อนย้ายทรัพยากรจากภาคเอกชนไปสู่ภาครัฐ อันมีลักษณะเป็นการบังคับ โดยรัฐมิได้ให้ประโยชน์ตอบแทนใดๆ โดยตรงต่อผู้เสียภาษี แต่นำไปใช้จ่ายในกิจการของรัฐด้านต่างๆ ตามการจัดสรรงบประมาณ ภาษีอากรจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศชาติให้มีความเจริญรุ่งเรือง หากใช้การผลักภาระเป็นเกณฑ์ในการแบ่งภาษีอากรจะมี 2 ประเภทคือ 1) ภาษีทางตรง (Direct Tax) หมายถึง ภาษีที่รัฐที่บังคับเก็บโดยตรงจากบุคคลที่กฎหมายประสงค์ให้เป็นผู้รับภาระภาษี ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีมรดก ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีทรัพย์สิน ภาษีเงินได้

ปิโตรเลียม และ 2) ภาษีทางอ้อม (Indirect Tax) หมายถึง ภาษีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีผลภาระไปให้บุคคลอื่นได้ ได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ อากรแสตมป์ ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร การเสียภาษีแต่ละประเภทต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติกฎหมายในเรื่องนั้นๆ การเสียภาษีให้ถูกต้องตามกฎหมายและประหยัดภาษีได้นั้น ผู้มีหน้าที่เสียภาษีจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในระเบียบ แนวปฏิบัติ ตามกฎหมายแล้วจึงทำการวางแผนภาษีอย่างรอบคอบเป็นขั้นตอน ก่อนนำไปสู่การปฏิบัติ การวางแผนภาษีจึงมีความสำคัญถือเป็นหนึ่งในห้าส่วนของการวางแผนการเงินส่วนบุคคล อันประกอบด้วย 1) การวางแผนการลงทุนเพื่อสร้างเงินลงทุนให้เติบโตตามเป้าหมายภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ 2) การวางแผนประกันภัย เพื่อป้องกันความเสี่ยงในชีวิตและทรัพย์สิน 3) การวางแผนเพื่อวัยเกษียณสำหรับคุณภาพชีวิตที่ดีหลังเกษียณ 4) การวางแผนภาษีอากรเพื่อจัดการภาษีให้ถูกต้องตามกฎหมายและใช้สิทธิประโยชน์เพื่อประหยัดภาษีสูงสุด 5) การวางแผนมรดกเพื่อส่งต่อทรัพย์สินให้ทายาทให้ตรงตามความต้องการ (สมาคมวางแผนการเงินไทย, 2557)

การวางแผนภาษีที่สำคัญของบุคคลคือการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เพื่อจัดการภาษีให้ถูกต้องและสามารถประหยัดภาษี ทำได้ 2 แนวทาง (ธินดา จิตน้อมรัตน์, 2559) แนวทางที่หนึ่งคือ การทำให้เงินได้สุทธิลดลงมี 3 วิธี 1) ทำให้เงินได้พึงประเมินที่นำมาใช้คำนวณภาษีลดลงโดยการหักหน่วยภาษี ทำได้โดยแยกคำนวณภาษีระหว่างสามีภรรยา การจัดตั้งนิติบุคคล SME การไม่นำเงินได้จากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยในปีเดียวกับปีที่มีเงินได้ 2) การเพิ่มค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษี 3) การเพิ่มค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษี ซึ่งการเพิ่มค่าลดหย่อนทำได้โดยการเพิ่มรายการที่มีลักษณะเป็นการออมและการลงทุนในกองทุนต่างๆ อันเปรียบเสมือนเงินฝากระยะยาว การทำประกันชีวิตเพื่อหลักประกันชีวิตที่มั่นคงให้กับบุตรหลานในยามที่ผู้ปกครองเสียชีวิต ตลอดจนการเลี้ยงดูบุตรหรืออันเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว และบริจาคเพื่อการกุศลและประโยชน์สาธารณะตามหลักคุณธรรม จริยธรรม การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยการเพิ่มค่าลดหย่อนต่างๆ นอกจากประโยชน์ในการประหยัดภาษีของบุคคลธรรมดาแต่ละรายแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมค่านิยมที่ดีอันเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติในระยะยาว แนวทางที่สองคือการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า เป็นการเปิดทางเลือกให้บุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินบางรายการ เลือกเสียภาษีสิ้นปีตามถูกหัก ณ ที่จ่าย หรือนำมารวมกับเงินได้อื่นเพื่อคำนวณภาษีสิ้นปีก็ได้ แล้วแต่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเห็นว่าการตัดสินใจอย่างไรทำให้ประหยัดภาษีได้มากกว่า

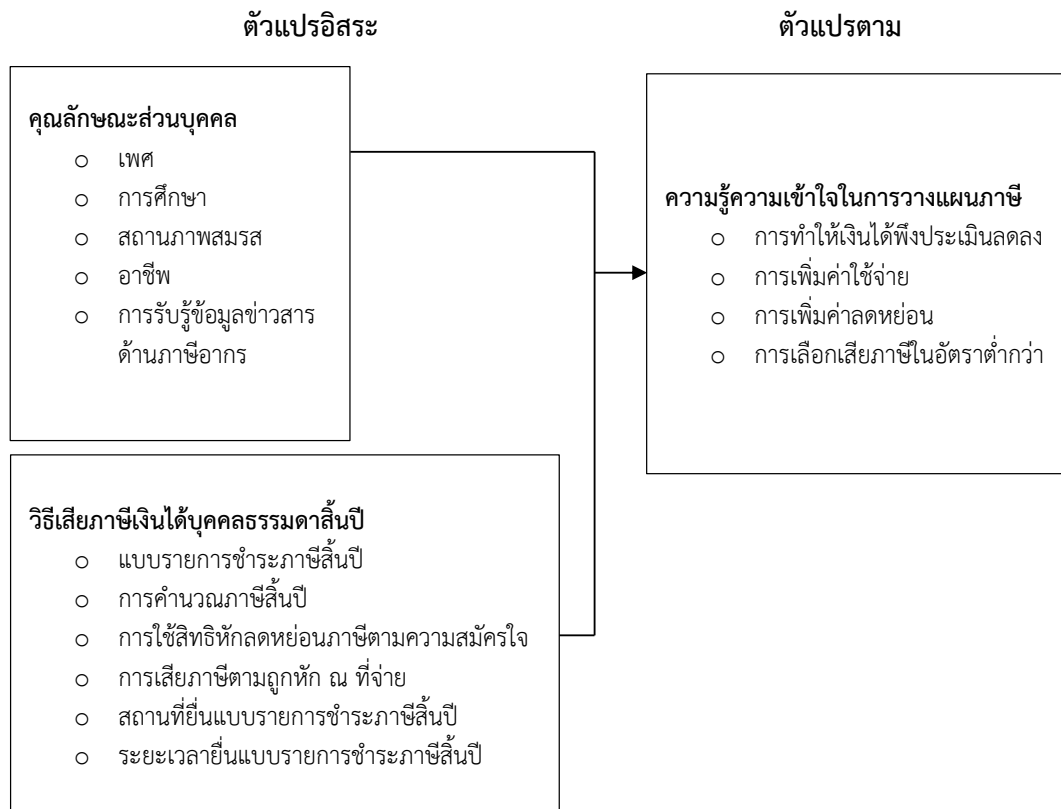
แต่อย่างไรก็ตามภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นบทบัญญัติกฎหมายตามประมวลรัษฎากรที่มีความซับซ้อนตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามภาวะเศรษฐกิจและสังคม ทำให้บุคคลธรรมดาโดยทั่วไปอาจไม่เข้าใจลึกซึ้ง และไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง หลักเกณฑ์ วิธีการตามกฎหมายกำหนด จึงขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการวางแผนภาษี จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิธีเสียภาษีตลอดจนความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานีเนื่องจากจังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นจังหวัดขนาดใหญ่มีพื้นที่ 11,730 ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตปกครอง เป็น 20 อำเภอ ประชากรในปี 2562 จำนวน 1,586,646 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) ครอบคลุมทุกสาขาอาชีพ และเป็นที่ตั้งของสำนักงานสรรพากรภาค 10 รับผิดชอบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 12 จังหวัด (กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมสรรพากร, 2560) จึงมีทรัพยากรในการบริหาร

จัดการครบทุกภารกิจ เพื่อนำผลวิจัยให้กรมสรรพากร นำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีที่ถูกต้อง ให้กับผู้มีหน้าที่เสียภาษีได้อย่างเหมาะสม และนำผลวิจัยเสนอมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ใช้เป็นแนวทางการให้บริการวิชาการเพื่อสร้างองค์ความรู้ในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอันเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ตลอดจนนำผลวิจัยสอดแทรกในเนื้อหารายวิชา กฎหมายธุรกิจและการภาษีอากร การเงินส่วนบุคคล ของหลักสูตรบริหาร-ธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลและวิธีเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวางแผนภาษีเงินได้ส่วนบุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัด
อุดรธานี เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) มีวิธีการวิจัยดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ ได้แก่ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้ส่วนบุคคลธรรมดาปี 2562 ในจังหวัด
อุดรธานี 121,449 คน (สรรพากรพื้นที่อุดรธานี, ม.ป.ป.) การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ 400
คน ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างโดยสูตร Yamane (1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 สุ่มตัวอย่าง
แบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนผู้มีหน้าที่
เสียภาษีจากหน่วยจัดเก็บ 18 หน่วย แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยวิธีจับฉลากไม่ทดแทน
สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive
Sampling) ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่สรรพากร 2 คน และผู้มีหน้าที่เสียภาษี 8 คนเพื่อให้ครอบคลุมผู้มี
เงินได้พึงประเมินครบทุกประเภทตามผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน (1) เป็น
คำถามปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อคำถาม เป็นคำถามให้เลือกตอบ จำนวน 5 ข้อคำถาม
ได้แก่ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากร เป็นคำถามในเต็มค่า
1 ข้อคำถาม ได้แก่ อายุ (2) ปัจจัยวิธีเสียภาษีเงินได้ส่วนบุคคลสิ้นปี 2562 ของผู้มีหน้าที่เสียภาษี เป็น
คำถามให้เลือกตอบ 7 ข้อคำถาม ได้แก่ ประเภทเงินได้พึงประเมิน แบบรายการชำระภาษีสิ้นปี การ
คำนวณภาษีสิ้นปี การใช้สิทธิหักลดหย่อนภาษีตามความสมัครใจ การเลือกเสียภาษีตามถูกหัก ณ ที่จ่าย
สถานที่ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปี ระยะเวลายื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปี ส่วนที่ (3) เป็นคำถาม
ความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 4 ด้านๆ ละ 5 ข้อคำถาม รวม 20 ข้อคำถาม
เป็นคำถามให้เลือกตอบ โดยตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบผิดได้ 0 คะแนน ดังนี้ 1) ความรู้ความเข้าใจใน
การทำให้เงินได้พึงประเมินลดลง 2) ความรู้ความเข้าใจในการหักค่าใช้จ่าย 3) ความรู้ความเข้าใจใน
การใช้สิทธิหักลดหย่อน 4) ความรู้ความเข้าใจในการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า

เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้วิธี
สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview 4 ด้านได้แก่ (1) ความรู้ความเข้าใจใน
การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (2) วิธีเสียภาษีในปีที่ผ่านมาและปีภาษี 2562 (3) ความพึง
พอใจต่อการให้บริการของกรมสรรพากรในการให้ข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากรเพื่อนำไปสู่การ
ปฏิบัติ (4) ข้อเสนอแนะในการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยมีการหาคุณภาพของ
แบบสอบถามดังนี้

2.1 นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
(Content Validity) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index
Of item Objective Cougruence : IOC) เท่ากับ 0.87

2.2 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน-บราวน์ (Spearman-Brown) เท่ากับ 0.83

2.3 สำหรับแบบสอบถามที่เป็นความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นคำถามจำนวน 2 ตัวเลือก 20 ข้อคำถาม วิเคราะห์ข้อคำถามเป็นรายข้อ เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถาม (Discrimination Index) อยู่ระหว่าง 0.4 – 1.0 และระดับความยากของข้อคำถาม (Difficulty Index) อยู่ระหว่าง 0.4 – 0.8

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยได้แจกแบบสอบถามตามจุดของหน่วยเก็บภาษี 18 อำเภอ และเก็บรวบรวมได้จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ใช้เวลาจัดเก็บจากเดือนกันยายน – พฤศจิกายน 2563 หลังจากนั้นทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ใช้วิเคราะห์ 1) ลักษณะทั่วไปของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้ส่วนบุคคลธรรมดาปี 2562 ในจังหวัดอุดรธานี 2) วิธีเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสิ้นปี 2562 และ 3) ความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 4 ด้าน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ (Content Analysis) แล้วนำเสนอในรูปความเรียง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาในจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 25.20 มีสถานภาพสมรสตามกฎหมายร้อยละ 66.80 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.00 รับราชการร้อยละ 33.33 ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากรจากโทรทัศน์ร้อยละ 40.50 มีวิธีเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสิ้นปี ดังนี้ 1) ชำระภาษีสิ้นปีโดยใช้แบบ ภ.ง.ด.91 ร้อยละ 47.00 2) คำนวณภาษีสิ้นปี โดยแยกคำนวณระหว่างสามีภรรยาร้อยละ 79.87 3) ใช้สิทธิหักลดหย่อนตามความสมัครใจ คือจ่ายเบี้ยประกันชีวิตร้อยละ 29.07 4) เลือกเสียภาษีตามถูกหัก ณ ที่จ่ายร้อยละ 62.00 5) ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปีทางอินเทอร์เน็ตร้อยละ 67.81 และ 6) ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปีภายใน เดือนมีนาคม 2563 ร้อยละ 52.25

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 12.18$) และเมื่อแบ่งความรู้ความเข้าใจเป็น 3 ระดับ พบว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษี มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับต่ำ (คะแนน

0-10) ร้อยละ 27.25 ระดับปานกลาง (คะแนน 11-13) ร้อยละ 47.25 และระดับสูง (คะแนน 14-20) ร้อยละ 25.50 ดังตารางที่ 1

เมื่อแบ่งความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็น 4 ด้านพบว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีมีความรู้ความเข้าใจเรียงลำดับจากระดับสูงไประดับต่ำ ดังนี้ (1) ทำให้เงินได้พึงประเมินลดลง ($\bar{X} = 3.60$) (2) การเพิ่มค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 2.88$) (3) การเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า ($\bar{X} = 2.85$) และ (4) การเพิ่มค่าลดหย่อน ($\bar{X} = 2.81$)

ตารางที่ 1 ร้อยละของผู้มีหน้าที่เสียภาษีจำแนกตามความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ระดับความรู้ความเข้าใจ	ร้อยละ	(จำนวน)
ระดับต่ำ (0-10)	27.25	(109)
ระดับปานกลาง(11-13)	47.25	(189)
ระดับสูง(14-20)	25.50	(102)
รวม	100	(400)
$\bar{X} = 12.18$, S.D. = 2.96, Max = 20, Min = 0		

การวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่าปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยวิธีเสียภาษีที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างแปรอิสระกับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ¹
เพศ	12.18*
การศึกษา	15.91*
สถานภาพสมรส	11.64*
อาชีพ	26.88**
ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากร	16.69*
แบบรายการชำระภาษีสิ้นปี	86.29**
การคำนวณภาษีสิ้นปี	20.01**
การใช้สิทธิหักลดหย่อนภาษีตามความสมัครใจ	58.11**

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างแปรอิสระกับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ¹
การเลือกเสียภาษีตามถูกหัก ณ ที่จ่าย	10.17**
สถานที่ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปี	16.01**
ระยะเวลายื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปี	11.81*

หมายเหตุ: *และ** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และ 0.01

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีในส่วนของตนเอง แต่ไม่มีการวางแผนภาษีอย่างเป็นระบบ ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูง คือผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ และผู้ที่ได้รับการอบรมจากหน่วยงานต้นสังกัด มีวิธีเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (1) ใช้แบบรายการ ภ.ง.ด.90 (2) คำนวณภาษีสิ้นปีโดยแยกคำนวณภาษีระหว่างสามีภรรยา (3) ใช้สิทธิหักลดหย่อนตามความสมัครใจ 2-3 รายการ (4) เลือกเสียภาษีตามถูกหัก ณ ที่จ่ายจากดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร เงินปันผลและส่วนแบ่งผลกำไร (5) ชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของกรมสรรพากรในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง และเสนอแนะให้กรมสรรพากรอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้กับประชาชนโดยทั่วไป

ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีในระดับต่ำคือเจ้าของกิจการประเภทค้าขายและให้บริการที่มีรายได้ไม่เกิน 1,800,000 บาทต่อปี และไม่ได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนผู้มีหน้าที่เสียภาษีโดยให้เจ้าพนักงานทำให้ ไม่เคยได้รับการอบรมความรู้ด้านภาษีอากร จะไม่รู้วิธีการเสียภาษีของตนเอง เนื่องจากให้เจ้าพนักงานทำให้ ตนเองเพียงลงนามเท่านั้นจะเสียภาษีภายในเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของกรมสรรพากรในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารในระดับต่ำ เสนอแนะให้กรมสรรพากรจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเพื่อได้ปฏิบัติได้ด้วยตนเองอย่างถูกต้อง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีในจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรสแล้ว มีวิธีเสียภาษีสิ้นปีโดยแยกคำนวณระหว่างสามีภรรยา สอดคล้องกับ จิตติมา ยัมกระยารส (2558) พบว่า เพศชายและมีสถานภาพสมรสแล้วมีความน่าจะเป็นในการเสียภาษีมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น นอกจากนั้นการมีครอบครัวทำให้ตระหนักถึงการสร้างฐานะทางเศรษฐกิจให้ครอบครัวจึงต้องวางแผนการเงินของครอบครัวรวมทั้งวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยจึงเลือกคำนวณภาษีสิ้นปีโดยแยกคำนวณระหว่างสามีภรรยาเพื่อประหยัดภาษี ผู้มีหน้าที่เสียภาษีส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับปานกลาง และพบว่า ความรู้ความเข้าใจด้านการเพิ่มค่าลดหย่อนมีระดับต่ำสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันธิตรา ดอนบรรเทา (2560) เรื่องปัญหาและสาเหตุการเสียภาษี เงินได้บุคคลธรรมดา ในตำบลลานดอกไม้ตก พบว่า ปัญหา

ความรู้ความเข้าใจ ค่าลดหย่อน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก หมายถึงความรู้ความเข้าใจในด้านค่าลดหย่อนอยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ลดหย่อนเบี้ยประกันชีวิต

เพศ มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้มีหน้าที่เสียภาษี เพศชาย มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูงมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องจากในอดีตนั้นกฎหมายกำหนดให้เพศชายที่มีสถานภาพสมรสแล้วมีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากเงินได้ของตน และเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 2-8 ของภรรยา ฝ่ายหญิงที่เป็นภรรยามีสิทธิเลือกเสียภาษีด้วยตนเองได้เพียงเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 1 คือเงินได้จากการจ้างแรงงานของตนเท่านั้นจนกระทั่งได้มีพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 18) มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปีภาษี 2555 เป็นต้นไป ให้ทางเลือกในการเสียภาษีโดยให้สามีภรรยารายแบบรายการและเสียภาษีต่างหากจากกันตามส่วนเงินได้ของตน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นหน้าที่ของผู้ชายมาเป็นเวลานาน เพศชายจึงมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสูงกว่าเพศหญิง อันสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตติมา ยัมกระยารส (2558) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้ พบว่า เพศชายและสถานภาพสมรสแล้วมีความน่าจะเป็นในการเสียภาษีมากกว่ากรณีอื่นๆ และเพศชายมักมีสถานภาพทางเศรษฐกิจดีกว่าเพศหญิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของชวฤทธิ์ โยศรีคุณ (2560) ได้วิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามโครงการสร้างภาษีปีใหม่ปี 2560 ของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา ค้นพบว่าผู้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี เมื่อจำแนกตามเพศ ผู้ได้คะแนนสูงสุดเป็นเพศชาย

การศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูงมากกว่าผู้มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าย่อมเคยได้ศึกษาเล่าเรียนด้านภาษีอากรหรือรายวิชาที่เกี่ยวข้องมาแล้วในสถาบันการศึกษา ตลอดจนผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่า ย่อมมีความสามารถในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อความมั่นคงในชีวิตของตนได้ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าอันสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายสมร สังขเมฆ (2553) วิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต พบว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลายและระดับปริญญาตรีจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีมากกว่าผู้ที่มิได้ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่มีสถานภาพสมรสแล้ว มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูง มากกว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่มีสถานภาพสมรสโสด และหม้าย หรือหย่าร้าง เนื่องจากคนที่มีสถานภาพสมรสแล้วและอยู่ด้วยกันมักมีรายได้สูงและมีโอกาสเสียภาษีมากกว่ากลุ่มอื่น (จิตติมา ยัมกระยารส, 2558) ย่อมต้องวางแผนการสร้างความรอบคอบ สร้างอนาคตร่วมกัน เพื่อความมั่นคง จึงต้องเตรียมการวางแผนทางการเงิน อันหมายถึง ต้องเตรียมการในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วยจึงมีความรู้ความเข้าใจในระดับสูง

อาชีพมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลวิจัยพบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ประกอบวิชาชีพอิสระ มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูงมากกว่าอาชีพอื่น สำหรับผู้ประกอบการส่วนตัว ประเภทค้าขายและให้บริการมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ มีลักษณะงานที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะ มีสมาคมวิชาชีพคอยควบคุมจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพและให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต ตลอดจนการเตรียมการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอันสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริมา บุรณกุล ธานีศักดิ์ ชัยกระโทก และ อัจฉรา ชินนิยมพาณิชย์ (2563) ที่พบว่าผู้มีอาชีพอิสระมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสูงกว่าผู้มีอาชีพเจ้าของกิจการพนักงานบริษัท และอาชีพราชการหรือรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายสมร สังขเมฆ (2553) ที่พบว่าผู้ที่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้แก่ ผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการประเภทค้าขายและให้บริการและสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่าเจ้าของกิจการประเภทค้าขายและให้บริการที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ไม่ได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับต่ำ

ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากรมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากรจากการอบรมจากส่วนราชการหรือต้นสังกัดจะมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูงมากกว่าการรับข้อมูลข่าวสารช่องทางอื่นๆ เนื่องจากการได้รับข้อมูลผ่านการอบรมจากวิทยากรสามารถสื่อความหมายกันได้ดีมากว่าช่องทางอื่น วิทยากรสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นความสนใจของผู้เข้ารับการอบรมได้ดีกว่า อันสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญ์วรัตน์ อรรถวิทย์ (2558) เรื่องปัญหาการใช้สิทธิประโยชน์ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ พบว่ามาตรการทางภาษีที่ใช้กระตุ้นเศรษฐกิจในเดือนธันวาคม 2558 ประชาชนไม่เข้าใจการใช้สิทธิประโยชน์ในระเบียบและข้อกำหนดที่ใช้ลดหย่อนภาษี เนื่องจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ มีระยะเวลาสั้น อันสอดคล้องกับ กุสุมา ดำรงชัย และ กุหลาบ บุริสาร (2561) พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทุกด้าน เพราะไม่มีแหล่งข้อมูลทางกฎหมายภาษีอากรและไม่เคยเข้าฟังการบรรยายหรือได้รับอบรมความรู้ทางภาษีอากร และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ที่ได้รับการอบรมจากหน่วยงานต้นสังกัด ได้รับคำแนะนำจากสำนักงานบัญชี ตัวแทนขายประกัน หรือพนักงานธนาคาร ที่มีระยะเวลาแนะนำ ชี้แจงรายละเอียดนานพอสมควรจะมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูง

วิธีเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยผู้เรียนรู้และมีความรู้ความเข้าใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างถูกต้องแล้วย่อมแสดงออกหรือปฏิบัติในสิ่งนั้นได้อย่างถูกต้อง วิธีเสียภาษีจึงมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอันสอดคล้องกับแนวคิดความรู้ความเข้าใจ (Comprehension) ของ Bloom et al (1971) ที่อธิบายว่า ความรู้ความเข้าใจเป็นความสามารถในการจับใจความสำคัญ และแสดงออกมาในรูปแบบของการแปลความ ตีความ ขยายความ ตลอดจนการกระทำในเรื่องนั้นๆ ได้ถูกต้อง ดังนี้

แบบรายการชำระภาษีสิ้นปี จำนวนการใช้สิทธิหักลดหย่อนตามความสมัครใจมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือผู้ยื่นแบบรายการโดยใช้ ภ.ง.ด.90 จะมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูง ผู้ที่ให้เจ้าพนักงานทำให้มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับต่ำ และผู้ที่ใช้สิทธิหักลดหย่อนตามความสมัครใจจำนวนหลายรายการมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูง ผู้ที่ไม่ใช้สิทธิหักลดหย่อนตามความสมัครใจมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับต่ำ เนื่องจากผู้ยื่นแบบรายการโดยใช้ ภ.ง.ด.90 และใช้สิทธิหักลดหย่อนตามความสมัครใจ ส่วนใหญ่จะมีรายได้สูงและยื่นแบบรายการด้วยตนเองแสดงว่ามีการวางแผนการเสียภาษีมาแล้วเป็นอย่างดี เพราะการใช้สิทธิหักลดหย่อนตามสมัครใจเป็นหลักการสำคัญในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แนวทางที่ 1 (3) คือการเพิ่มค่าลดหย่อน ต่างจากบุคคลที่ชำระภาษีสิ้นปีโดยเจ้าพนักงานทำให้และไม่ใช้สิทธิหักลดหย่อนตามความสมัครใจเลยที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่าผู้เสียภาษีโดยให้เจ้าพนักงานทำให้และไม่ได้ใช้สิทธิหักลดหย่อนตามสมัครใจจะไม่มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษี ตนเองลงนามในแบบรายการที่เจ้าพนักงานทำให้เท่านั้น

การคำนวณภาษีสิ้นปี และการเลือกเสียภาษีตามถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ โดยพบว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่คำนวณภาษีสิ้นปี โดยแยกคำนวณระหว่างสามักรรยาการจัดตั้งนิติบุคคล SME เพื่อแตกหน่วยภาษี และการเลือกเสียภาษีตามถูกหัก ณ ที่จ่าย จะมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากพฤติกรรมการคำนวณภาษีโดยแยกคำนวณระหว่างสามักรรยา การจัดตั้งนิติบุคคล SME เป็นความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในแนวทางที่ 1 (1) คือการทำให้เงินได้พึงประเมินลดลง ส่วนการเลือกเสียภาษีตามถูกหัก ณ ที่จ่ายเป็นความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามแนวทางที่ 2 คือการเลือกเสียภาษีอัตราที่ต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เมื่อมีรายได้สูงจะจัดตั้งนิติบุคคล SME เพื่อแตกหน่วยภาษีออกจากกิจการเจ้าของคนเดียว และเลือกเสียภาษีจากดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร เงินปันผลหรือส่วนแบ่งกำไรตามถูกหัก ณ ที่จ่าย เพราะทำให้เสียภาษีน้อยลง

สถานที่ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปีมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปีทางอินเทอร์เน็ตมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูง ผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ยื่นแบบรายการชำระภาษีทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่ที่มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับต่ำ เนื่องจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ชำระภาษีสิ้นปีทางอินเทอร์เน็ตเป็นผู้ที่ใช้สื่อออนไลน์ได้ ย่อมมีความสามารถแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ได้ง่ายและรับรู้ถึงประโยชน์จากการชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ต อันสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟาร์พินท์ ฟาภิษฐกุล (2562) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่การรับรู้ว่ามีประโยชน์ ด้านประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประหยัดเวลาและสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษี

ยื่นแบบรายการทางสำนักงานสรรพากรพื้นที่ เนื่องจากยังขาดความรู้ความเข้าใจจึงต้องการให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบให้ก่อนยื่น ส่วนผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีระดับสูง จะยื่นแบบรายการชำระภาษีทางอินเทอร์เน็ตเนื่องจาก สะดวก รวดเร็ว และประหยัด

ระยะเวลาชำระภาษีสิ้นปี 2562 มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ชำระภาษีสิ้นปีภายในเดือนสิงหาคม 2563 มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูงเนื่องจากใน ปีภาษี 2562 รัฐบาลได้มีมาตรการช่วยเหลือประชาชน เนื่องจากการระบาดของ ไวรัส โควิด 19 ในส่วนของกรมสรรพากรได้ขยายระยะเวลาการชำระภาษีจากเดิมภายในเดือนมีนาคม 2563 เป็นภายในเดือนสิงหาคม 2563 ผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ชำระภาษีภายในเดือนสิงหาคม 2563 แสดงว่าติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างดีย่อมมีความรู้ความเข้าใจและใช้ประโยชน์ในเงื่อนไขเวลาของการชำระภาษีได้ถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัย พบว่า ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในจังหวัดอุดรธานีมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในระดับปานกลางโดยมีความรู้ความเข้าใจในด้านการเพิ่มค่าลดหย่อนอยู่ในระดับต่ำสุด และพบว่ามีข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ จากทั้งหมด 5 ข้อที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตอบถูกไม่ถึงร้อยละ 50 เนื่องจากการใช้สิทธิหักลดหย่อนจะมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยและอาจประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง กรมสรรพากรจึงควรทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีได้เข้าใจข้อกำหนดที่ออกใหม่อย่างถูกต้องและครอบคลุม ผู้มีหน้าที่เสียภาษีทุกสาขาอาชีพ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจน

1.2 ผลการวิจัยยังพบว่า อาชีพแบบรายการชำระภาษีสิ้นปี และช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากร มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ประกอบกิจการส่วนตัวประเภทขายสินค้าและให้บริการที่ไม่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปีโดยเจ้าพนักงานทำให้มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับต่ำ นอกจากนั้นผู้มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับสูงเป็นผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านภาษีอากรจากการอบรมจากส่วนราชการหรือหน่วยงานต้นสังกัด ดังนั้น กรมสรรพากรและสถาบันการศึกษาที่มีบุคลากรมีความรู้ความสามารถทางด้านภาษีอากรควรร่วมมือกัน จัดทำหลักสูตรอบรมระยะสั้นการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้กับผู้ที่สนใจ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการส่วนตัวประเภทขายสินค้าและให้บริการ และผู้ที่ยื่นแบบรายการชำระภาษีสิ้นปี โดยให้เจ้าพนักงานทำให้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการเงินส่วนบุคคลมุ่งเน้นการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นหลัก จึงไม่ครอบคลุมการวางแผนการเงินส่วนบุคคลทุกส่วน จึงควรวิจัยเพื่อ

ส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจและมีทักษะการวางแผนการเงินส่วนบุคคลให้ครอบคลุมทุกส่วนได้แก่ การวางแผนการลงทุน การวางแผนประกันภัย การวางแผนเพื่อวัยเกษียณ การวางแผนภาษี และการวางแผนมรดก

เอกสารอ้างอิง

- กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง. (2560). **ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 134 ตอนที่ 35 ก.** กรุงเทพฯ: กระทรวงการคลัง.
- กุสุมา ดำรงชัย และกุหลาบ บุริสาร. (2561). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชน ในตำบลกู่ทอง อำเภอเขียงยืน จังหวัดมหาสารคาม. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย**, 8(1), 124-132.
- จิตติมา ยิ้มกระยาส. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวฤทธิ์ โยศรีคุณ. (2561). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโครงสร้างภาษีใหม่ ปี 2560 ของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิชาการวิทยาลัยนครราชสีมา**, 1(12), 205-214.
- ธนิดา จิตระนอมรัตน์. (2559). การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้ถูกต้องทำอย่างไร. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 30(95), 14-26.
- ธัญญ์วรัตน์ อรรถวิทย์. (2558). **ปัญหาการใช้สิทธิประโยชน์ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 18). **ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 129 ตอนที่ 124ก.** กรุงเทพฯ: กระทรวงการคลัง.
- ฟ้าร์พินณธ์ ฟ้าวิชฐกุล. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้มีเงินได้ในเขตอำเภอสี จังหวัดลำพูน.** การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สมาคมนักวางแผนการเงินไทย. (2557). **การวางแผนการเงินส่วนบุคคล.** สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561, จาก www.tfpa.or.th.
- สายสมร สังข์เมฆ. (2553). **ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต.** รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). **สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ.** สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2563, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สิริมา บุรณ์กุลธนาศักดิ์ ชัยกระโทก และอัจฉรา ชินนิยมพาณิชย์. (2563). ความรู้ความเข้าใจในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี. ใน **รายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 5,** หน้า 252-262. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชธานี.

อนันทิตรา ดอนบันเทา. (2560). ปัญหาและสาเหตุการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในตำบลลาน
ดอกไม้ตึก. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรครั้งที่ 4,
หน้า 614-620, กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

Bloom, S. B., et al. (1971). **Taxnomy of Education objectives**. New York: DevidMckay
Company.

Yamame, T. (1967). **Statistics: An introductory Analysis**. New York: Harper & Row.

ผลกระทบของกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุ
ที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

GOOD PARCEL GOVERNANCE AND PARCEL INTERNAL CONTROL
EFFECTS ON PUBLIC PROCUREMENT AND PARCEL MANAGEMENT
OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THAILAND

ปาวริศา แสงคำ¹ ธกานต์ ชาตวิวงศ์¹ และ กรไชย พรภักดิ์สรชร²

¹คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

²คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

Pawarisa Saengkhom¹ Tkan Chatiwong¹ and Kornchai Phornlaphatrachakorn²

¹Maharakham Business School, Maharakham University

²Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhon Phanom University

(Received: December 1, 2020; Revised: January 13, 2021; Accepted: January 25, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบของกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 77 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญ สรุปได้ว่าการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ การควบคุมภายในด้านพัสดุส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีบทบาทและความสำคัญกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง ซึ่งจะช่วยสร้างคุณภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุในเชิงบวก เพราะพัสดุเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงาน และหากองค์กรใดที่มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรทางด้านพัสดุ ได้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถทางด้านพัสดุอย่างต่อเนื่อง ย่อมจะส่งผลที่ดีต่อตัวองค์กรและผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบ

คำสำคัญ: กำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ, การควบคุมภายในด้านพัสดุ, ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

ABSTRACT

This study aimed to examine the Good Parcel Governance and Parcel Internal Control Effects on Public Procurement and Parcel Management of supply executives in Higher education Institutions in Thailand. The data were obtained from

77 supplier executives in higher education institutions in Thailand. By using the data obtaining for the questionnaire, this study employed mean, standard deviation, multiple correlation analysis and multiple regressions analysis as the statistical methods for testing the relationships. The result showed that Good Parcel Governance and Parcel Internal Control has significant and positive relationships with Public Procurement and Parcel Management. In conclusion, this study revealed that the Good Parcel Governance and Parcel Internal Control on Public Procurement and Parcel Management are crucial to every public organization's operation. These relationships enhance the positive working quality of related personnel as supply procurement is the key to success in any organization. Furthermore, organizations that continuously support the procurement personnel for knowledge and ability in relating to the procurement tasks would gain lots of benefits for the organizations as a whole and especially for procurement personnel so that they could perform the task more effectively under regulations.

Keywords: Good Parcel Governance, Parcel Internal Control, Public Procurement, and Parcel Management

บทนำ

สืบเนื่องจากการประกาศใช้กฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 เพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีเกณฑ์และกรอบการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานกลางเดียวกันและให้หน่วยงานของรัฐทุกแห่งนำไปใช้เป็นหลักปฏิบัติงานให้เป็นไปตามหลักการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) ตามนโยบายหลักของรัฐบาล โดยพระราชบัญญัติฯ ดังกล่าวนั้นมีเจตนาลักษณะมุ่งเน้นการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนให้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความโปร่งใส เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรมมีการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์การใช้งานเป็นสำคัญ ซึ่งจะก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงินงบประมาณ โดยต้องมีการวางแผนดำเนินงานและมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้การจัดซื้อจัดจ้างเกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลภาครัฐ มีการส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่ง เพื่อป้องกันปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบในการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ดังนั้นกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง จึงได้กำหนดระบบและแนวคิดการบริหารจัดการพัสดุภาครัฐ คือ ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Thai Government Procurement : e-GP) เพื่อนำไปปฏิบัติทั่วทั้งประเทศไทย (กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง, 2560)

การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ และระเบียบกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2560 มีขั้นตอนและวิธีปฏิบัติแบบครบวงจร โดยแต่ละขั้นตอนของการจัดซื้อจัดจ้าง ต้องดำเนินการในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลางกระทรวง

การคลัง ผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) โดยเริ่มตั้งแต่การจัดทำและประกาศแผนจัดซื้อจัดจ้าง การจัดทำร่างขอบเขตของงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุหรือแบบรูปรายการก่อสร้าง การจัดทำรายงานขอซื้อขอจ้าง การกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ การดำเนินการซื้อหรือจ้างแต่ละวิธี การจัดทำรายงานผลการพิจารณา การอนุมัติสั่งซื้อสั่งจ้าง การบริหารสัญญาและการตรวจรับพัสดุ รวมทั้งเมื่อสิ้นสุดกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างแต่ละโครงการแล้ว ยังกำหนดให้มีการบันทึกรายงานผลการพิจารณา และรายละเอียดเอกสารหลักฐานต้องจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบข้อมูลเมื่อมีการร้องขอ ดังนั้นผู้บริหารองค์กร ซึ่งถือเป็นบุคคลที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร จำเป็นต้องทำความเข้าใจในบริบทที่เปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบฯ กฎกระทรวง และประกาศที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามรูปแบบที่กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด หากผู้บริหารองค์กรขาดความรู้ความสามารถและความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐและระเบียบกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2560 อาจจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงอาจส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องต้องรับผิดชอบติดอีกด้วย (กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง, 2560)

กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม การรักษาประโยชน์จากเงินและทรัพย์สินของแผ่นดินให้คุ้มค่าที่สุด ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน จึงมีข้อกำหนดในกฎหมายพื้นฐานที่เกี่ยวข้องอีกหลายฉบับที่ผู้เกี่ยวข้องกับการพัสดุจะต้องนำไปใช้เป็นแนวคิดในการบริหารงาน เพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล โดยได้กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีถึงการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ (Good Parcel Governed) ว่าเป็นกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างหรือแนวปฏิบัติที่ดีด้านพัสดุ ที่สร้างคุณค่าให้องค์กรภาครัฐได้อย่างยั่งยืนที่แสดงให้เห็นถึงระบบการบริหารจัดการที่ดีขององค์กรที่มีประสิทธิภาพใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด มีกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมทั้งมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งประกอบด้วย 6 หลักการ (สำนักงานคณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ, 2563) ได้แก่ ด้านหลักคุณธรรม (Ethics) ด้านหลักนิติธรรม (Rule of Laws) ด้านหลักความโปร่งใส (Transparency) ด้านหลักความมีส่วนร่วม (Participation) ด้านหลักความรับผิดชอบ (Accountability) และด้านหลักความคุ้มค่า (Value for Money) ซึ่งหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลที่ดีนี้เป็นหลักการที่นำมาใช้บริหารงานที่ช่วยสร้างสรรค์ส่งเสริมองค์กรให้มีศักยภาพและมีประสิทธิภาพ สร้างระบบการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนและประชาชน ตลอดจนส่งผลดีต่อเสถียรภาพของรัฐบาลและความเจริญก้าวหน้าของประเทศต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2563)

การควบคุมภายในด้านพัสดุ (Parcel Internal Control) หมายถึง กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างด้านพัสดุที่ต้องปฏิบัติงานและเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่บุคลากร ผู้บริหารทุกระดับ ต้องมีบทบาทร่วมกันในการจัดให้มีขึ้นภายในองค์กรภาครัฐ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการปฏิบัติงานจะบรรลุวัตถุประสงค์ของการควบคุมภายในด้านพัสดุและต้องสามารถนำไปใช้ในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้เกิดมูลค่าเพิ่มและความสำเร็จขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านกำหนดความ

ต้องการและของงบประมาณ (Problem Identification and Budget Approval) ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Planning for Procurement) ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง (The Procurement) ด้านการบริหารสัญญา (Contract Management) และด้านการบริหารพัสดุ (Contract Supplies) ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การควบคุมภายในประสบความสำเร็จ คือ ผู้บริหารต้องสามารถนำผลผลิตของการควบคุมภายในไปใช้ในการบริหารจัดการด้านพัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้เกิดมูลค่าเพิ่มและความสำเร็จแก่องค์กร ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานด้านพัสดุ จึงควรมีองค์ความรู้ในหลักการมีความเข้าใจถึงภาพรวมเกี่ยวกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ รวมทั้งวิธีการควบคุมและการตรวจสอบภายในด้านพัสดุ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในการดำเนินจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง, 2560)

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (Public Procurement and Parcel Management) ถือเป็นความสามารถหลักในการดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น โดยมีการจัดซื้อจัดจ้างให้บรรลุผลสำเร็จได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบถ้วน ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานภาครัฐ ประหยัดเวลาใช้กำลังและทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และเกิดการสูญเปล่าน้อยที่สุด (กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง, 2560) ซึ่งการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานทุกแห่ง ทั้งนี้เพราะพัสดุเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การบริหารงานพัสดุนั้นจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด ทันท่วงทีเหตุการณ์ปัจจุบันแล้ว การมีความพร้อมด้านวัสดุและครุภัณฑ์ จึงทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ หากองค์กรใดขาดหลักการบริหารงานพัสดุที่ดีแล้ว การปฏิบัติงานย่อมจะเกิดความล่าช้าและสิ้นเปลือง และจะทำให้องค์กรนั้นด้อยประสิทธิภาพ ประกอบกับงานพัสดุเป็นงานที่สนับสนุนแผนงานโครงการต่างๆ ที่ได้วางแผนไว้ โดยองค์กรต้องจัดหาพัสดุให้มีจำนวนเพียงพอกับการใช้งานตลอดเวลา จึงทำงานและโครงการดำเนินไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพกับงานด้านอื่นๆ หรืออาจจะทำให้โครงการหรือแผนงานไม่สามารถประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ หากไม่ได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากฝ่ายพัสดุ ซึ่งประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความคุ้มค่า (Worthiness) ด้านความถูกต้องและความโปร่งใส (Exactness and Transparency) ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) และด้านการตรวจสอบได้ (Accountability) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรและจะนำไปสู่การพัฒนาให้เกิดความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืนและต่อเนื่องต่อไป (กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง, 2560)

สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (Higher Education Institutions in Thailand) เป็นสถาบันการศึกษาหลักของประเทศที่ประชาชน สังคมทั่วไป และองค์กรต่างๆ ให้การยอมรับว่าเป็นสถาบันที่สามารถพึ่งพาได้เมื่อมีปัญหาต้องแก้ด้วยวิชาการหรือสังคม สถาบันอุดมศึกษาสามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างครบถ้วนและรักษาความเชื่อมั่นศรัทธาของสังคมให้คงอยู่ตลอดไปอย่างมีคุณภาพสามารถสนองตอบความต้องการของประเทศได้อย่างเต็มที่ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2563)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการกำกับดูแลที่ดี ด้านพัสดุ และการควบคุมภายในด้านพัสดุมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร ด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการ ยึดมั่นที่จะปฏิบัติตามการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างการควบคุมภายในด้าน พสดุอย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุภาครัฐสูงสุดและเกิดประสิทธิภาพใน การปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น และเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารด้านพัสดุที่จะนำความรู้ด้านการบริหารงาน พสดุภาครัฐไปยึดถือปฏิบัติได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และข้อบังคับต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็น แนวทางปฏิบัติให้การดำเนินงานด้านพัสดุขององค์กรสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบ ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุกับ ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการควบคุมภายในด้านพัสดุกับ ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

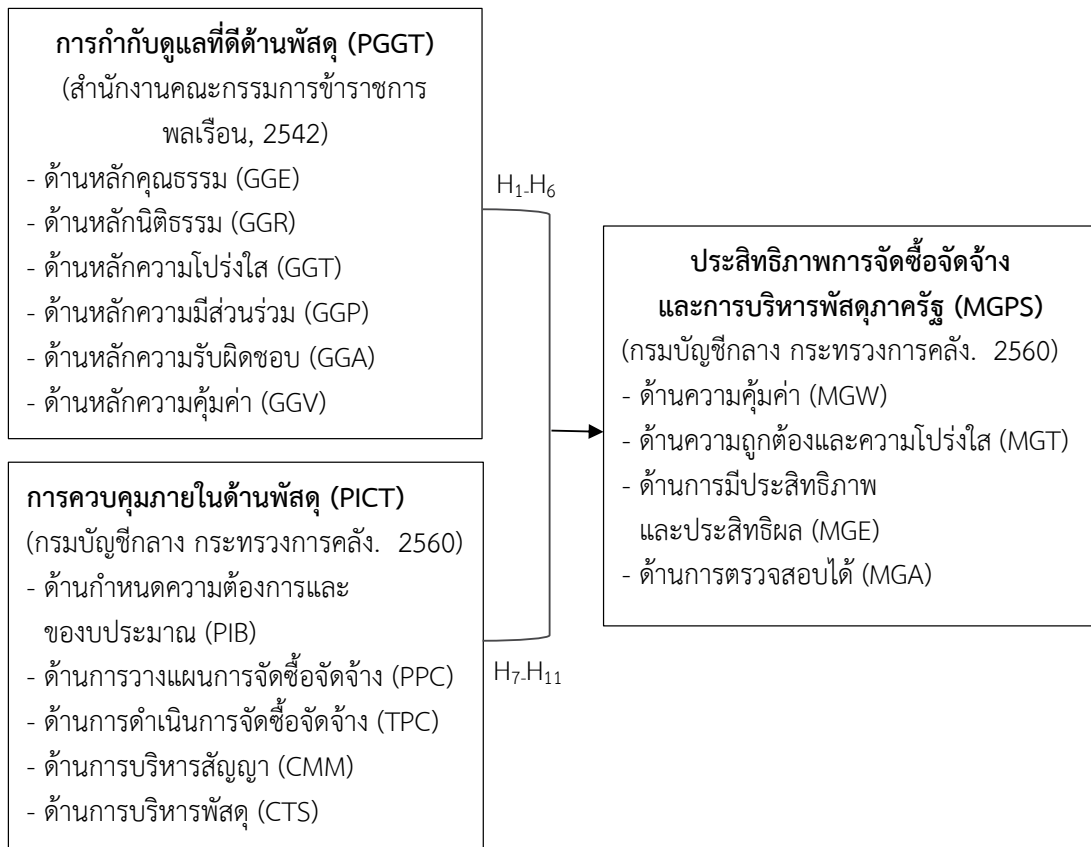
- H₁ การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักคุณธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
- H₂ การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักนิติธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
- H₃ การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความโปร่งใส มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
- H₄ การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความร่วมมือมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิง บวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
- H₅ การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิง บวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
- H₆ การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความคุ้มค่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
- H₇ การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านกำหนดความต้องการและขอบประมาณ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
- H₈ การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
- H₉ การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

H₁₀ การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารสัญญา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

H₁₁ การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารด้านพัสดุ (Supply Executives) ในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (Higher Education Institutions of Thailand) ได้แก่ ผู้บริหารด้านพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 156 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารด้านพัสดุ (Supply Executives) ในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (Higher Education Institutions of Thailand) ได้แก่ ผู้บริหารด้านพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 84 คน ได้แก่ มหาวิทยาลัยในกำกับฯ ของรัฐ และมหาวิทยาลัยของรัฐ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2563)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในองค์กร ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งผู้บริหารด้านพัสดุ และตำแหน่งหน้าที่ในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย ประเภทสถาบันอุดมศึกษา จำนวนบุคลากรรายได้ต่อปี จำนวนนิสิต/นักศึกษา และจำนวนสาขาวิชาที่เปิดสอน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักคุณธรรม (Ethics) ด้านหลักนิติธรรม (Rule of Laws) ด้านหลักความโปร่งใส (Transparency) ด้านหลักความมีส่วนร่วม (Participation) ด้านหลักความรับผิดชอบ (Accountability) และด้านหลักความคุ้มค่า (Value for Money)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายในด้านพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาการควบคุมภายในด้านพัสดุ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกำหนดความต้องการและขอบประมาณ (Problem Identification and Budget Approval) ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Planning for Procurement) ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง (The Procurement) ด้านการบริหารสัญญา (Contract Management) และด้านการบริหารพัสดุ (Contract Supplies)

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความคุ้มค่า (Worthiness) ด้านความถูกต้องและความโปร่งใส (Exactness and Trans-

parency) ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) และด้านการตรวจสอบได้ (Accountability)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยทำการทดสอบหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.630–0.864 การควบคุมภายในด้านพัสดุ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.580–0.881 และประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.675–0.872 ซึ่งสองคล้องกับ (Nunnally, 1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.4 เป็นค่าที่ยอมรับได้

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Crobach) การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.760–0.922 การควบคุมภายในด้านพัสดุ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.804–0.930 และประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.815–0.944 ซึ่งสองคล้องกับ (Nunnally, and Bernstein, 1994) ได้นำเสนอว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

3.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.2 ดำเนินการจัดทำหนังสือราชการจากคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยแนบพร้อมแบบสอบถามส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รองอธิการบดีที่กำกับดูแลด้านพัสดุ ผู้ช่วยอธิการบดีที่กำกับดูแลด้านพัสดุ ผู้อำนวยการกองคลังหรือเทียบเท่า เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3.3 ดำเนินการส่งแบบสอบถามด้วยตนเองไปให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยเริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 9 มีนาคม 2563 จำนวน 84 ฉบับ เพื่อขอความอนุเคราะห์ และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดระยะเวลาให้ตอบกลับ ภายใน 60 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม

3.4 เมื่อครบตามระยะเวลา 60 วัน คือ วันที่ 9 พฤษภาคม 2563 มีแบบสอบถามที่ตอบกลับมาสมบูรณ์ จำนวน 80 ฉบับ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสอบถามอีกครั้งปรากฏว่ามีจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 77 ฉบับ รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 60 วัน

3.5 ทำการสำรวจความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน จำนวน 77 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 91.67 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and Day (2005) ได้นำเสนอว่าแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.6 ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้อดังนี้

$$\text{สมการ PGGT} = \beta_1 \text{ GGE} + \beta_2 \text{ GGR} + \beta_3 \text{ GGT} + \beta_4 \text{ GGP} + \beta_5 \text{ GGA} + \beta_6 \text{ GGV} + e$$

เมื่อ

PGGT แทน การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุโดยรวม

GGE แทน การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักคุณธรรม

GGR แทน การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักนิติธรรม

GGT แทน การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความโปร่งใส

GGP แทน การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความร่วมมือส่วนร่วม

GGA แทน การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความรับผิดชอบ

GGV แทน การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความคุ้มค่า

$$\text{สมการ PICT} = \beta_7 \text{ PIB} + \beta_8 \text{ PPC} + \beta_9 \text{ TPC} + \beta_{10} \text{ CMM} + \beta_{11} \text{ CTS} + e \text{ เมื่อ}$$

PICT แทน การควบคุมภายในด้านพัสดุโดยรวม

PIB แทน การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านกำหนดความต้องการขอ
งบประมาณ

PPC แทน การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง

TPC แทน การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง

CMM แทน การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารสัญญา

CTS แทน การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารพัสดุ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ จำนวนบุคลากรน้อยกว่า 1,000 คน รายได้ต่อปีต่ำกว่า 3,000,000,000 บาท จำนวนนิสิต/นักศึกษาน้อยกว่า 10,000 คน และจำนวนสาขาวิชาที่เปิดสอน น้อยกว่า 50 สาขา สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ จำนวนบุคลากรน้อยกว่า 1,000 คน รายได้ต่อปีต่ำกว่า 3,000,000,000 บาท จำนวนนิสิต/นักศึกษา น้อยกว่า 10,000 คน และจำนวนสาขาวิชาที่เปิดสอน น้อยกว่า 50 สาขา

ผู้บริหารด้านพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักนิติธรรม และด้านหลักความคุ้มค่า และอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านหลักความร่วมมือส่วนร่วม และด้านหลักความรับผิดชอบ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการควบคุมภายในด้านพัสดุ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการบริหารสัญญา ด้านการบริหารพัสดุ และด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม

อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความถูกต้องและความโปร่งใส ด้านความคุ้มค่า ด้านการมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และด้านการตรวจสอบได้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

	MGPS	GGE	GGR	GGT	GGP	GGA	GGV	VIFs
$\bar{X}$	4.43	4.56	4.55	4.51	4.50	4.46	4.53	
S.D	0.53	0.49	0.52	0.58	0.58	0.56	0.57	
MGPS	-	0.820*	0.784*	0.796*	0.748*	0.765*	0.742*	
GGE		-	0.911*	0.811*	0.785*	0.841*	0.771*	6.926
GGR			-	0.800*	0.794*	0.864*	0.820*	7.845
GGT				-	0.914*	0.808*	0.792*	7.358
GGP					-	0.864*	0.819*	8.727
GGA						-	0.854*	7.020
GGV							-	4.496

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุในแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม (MGPS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.742–0.820 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุในแต่ละด้านกับตัวแปรตามประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม (MGPS) ปรากฏดังตาราง 2

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ (PGGT)	ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุโดยรวม (MGPS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.289	0.314	0.921	0.360
ด้านหลักคุณธรรม (GGE)	0.471	0.178	2.644	0.010*
ด้านหลักนิติธรรม (GGR)	0.007	0.178	0.039	0.969
ด้านหลักความโปร่งใส (GGT)	0.358	0.153	2.341	0.022*
ด้านหลักความมีส่วนร่วม (GGP)	0.122	0.166	0.731	0.466
ด้านหลักความรับผิดชอบต่อสังคม (GGA)	0.084	0.156	0.540	0.591
ด้านหลักความคุ้มค่า (GGV)	0.128	0.123	1.040	0.302
F = -31.680 p = 0.000 Adj R ² = 0.708				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 2 พบว่าการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักคุณธรรม (GGE) และด้านหลักความโปร่งใส (GGT) มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม (MGPS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 กับ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการควบคุมภายในด้านพัสดุกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ตัวแปร	MGPS	PIB	PPC	TPC	CMM	CTS	VIFs
$\bar{X}$	4.43	4.30	4.38	4.54	4.49	4.41	
S.D	0.53	0.57	0.53	0.52	0.55	0.55	
MGPS	-	0.821*	0.814*	0.887*	0.913*	0.919*	
PIB		-	0.894*	0.733*	0.776*	0.804*	5.729
PPC			-	0.810*	0.787*	0.806*	6.209
TPC				-	0.894*	0.881*	6.601
CMM					-	0.884*	6.388
CTS						-	6.319

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการควบคุมภายในด้านพัสดุในแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม (MGPS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.814–0.919 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการควบคุมภายในด้านพัสดุในแต่ละด้านกับตัวแปรตามประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม (MGPS) ปรากฏดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

การควบคุมภายในด้านพัสดุ (PICT)	ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม (MGPS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.117	0.179	0.656	0.514
ด้านกำหนดความต้องการของงบประมาณ (PIB)	0.140	0.083	1.683	0.097
ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (PPC)	0.010	0.093	0.105	0.917
ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง (TPC)	0.131	0.098	1.336	0.186
ด้านการบริหารสัญญา (CMM)	0.337	0.090	3.743	0.000*
ด้านการบริหารพัสดุ (CTS)	0.372	0.091	4.097	0.000*

$F = 130.354$ $p = 0.000$ $Adj R^2 = 0.895$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 4 การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารสัญญา (CMM) และด้านการบริหารพัสดุ (CTS) มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐโดยรวม (MGPS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 10 และ 11

อภิปรายผล

จากการศึกษา การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักคุณธรรม มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านความคุ้มค่า ด้านความถูกต้องและความโปร่งใส และด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาของไทย มี พ.ร.บ. 2562 ที่กำหนดการ

กำกับดูแลที่ดี ให้สถาบันอุดมศึกษาต้องปฏิบัติหน้าที่ตามหลักธรรมาภิบาลอย่างเคร่งครัด เพื่อประโยชน์ในการป้องกันการขัดกันแห่งผลประโยชน์ และการทุจริตและประพฤติมิชอบในการปฏิบัติงาน มีการประมวลจริยธรรมของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยมีการส่งเสริม ตรวจสอบ และบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ บุคลากรต้องเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีธรรมาภิบาลและมีจริยธรรมอย่างเคร่งครัด และบุคลากรต้องยึดถือและปฏิบัติหน้าที่รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย สอดคล้องกับแนวคิดของแสงชัย อภิชาติธนวัฒน์ (2563) กล่าวว่า ธรรมาภิบาลกับการบริหารงานภาครัฐ ช่วยส่งเสริมให้บุคลากรในภาครัฐมีเป้าหมายอยู่ที่การยึดประโยชน์สุขของประชาชนและประเทศชาติเป็นหลัก มุ่งเน้นการบริการที่มีประสิทธิภาพอย่างจริงจัง มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วและประหยัดทั้งเวลาและงบประมาณ มีความคุ้มค่ามากขึ้น ซึ่งวัดได้จากความพึงพอใจของประชาชน ผู้มารับบริการ ช่วยส่งเสริมให้บุคลากรภาครัฐให้ความสำคัญกับผลสำเร็จหรือผลงานมากกว่าการทำให้เสร็จงานมีความคุ้มค่ามากขึ้นโดยวัดได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรม มีตัวชี้วัด (Key Performance Indication: KPI) ที่ถูกกำหนดไว้ก่อนการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งความพึงพอใจของประชาชนเป็นสำคัญ ช่วยให้ระบบการบริหารภาครัฐมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้มากขึ้น โดยมีการปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบของภาครัฐให้มีความรัดกุมและเปิดเผยต่อสาธารณะให้รับรู้โดยทั่วกัน ดังนั้นหากองค์กรใดนำหลักธรรมาภิบาลมายึดถือปฏิบัติเพื่อให้การปฏิบัติงานภาครัฐ จะบังเกิดผลตามแนวทางของแผนปฏิรูประบบบริหารภาครัฐที่มุ่งสร้างคุณประโยชน์สูงสุดให้แก่ประชาชนและประเทศชาติสืบไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏฐนนท ทวีสิน และธรรมพงศ์ วงษ์สวัสดิ์ (2561) พบว่า องค์กรภาครัฐต้องช่วยกันส่งเสริมและผลักดันให้ผู้บริหารองค์กร มองเห็นถึงความสำคัญในผลสัมฤทธิ์ของการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงานภาครัฐ และความต้องการของประชาชน และสนับสนุนให้บุคลากรภายในองค์กรมีองค์ความรู้ในการปฏิบัติงานด้านการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจทุกขั้นตอนในกระบวนการพัสดุ อีกทั้งต้องส่งเสริมให้ภาคประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน พร้อมทั้งสนับสนุนให้ทุกฝ่ายร่วมกันวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณอย่างรัดกุม และเกิดความคุ้มค่าของทรัพยากรอย่างสูงสุด

2. การกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักความโปร่งใส มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านความถูกต้องความโปร่งใส ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และด้านการตรวจสอบได้ เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในการนำบริการของรัฐที่มีคุณภาพไปสู่ประชาชน เป็นองค์กรที่มีผลงานโดดเด่นเป็นที่ยอมรับ ประสบความสำเร็จและสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง เป็นองค์กรที่มีธรรมาภิบาลสูง มีการบริหารจัดการทรัพยากรและเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คล่องตัว โปร่งใส และตรวจสอบได้ มีการจัดการศึกษาผ่านระบบและวิธีการต่างๆ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับสังคมมาโดยตลอด ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามแผนของสำนักงานคณะกรรมการปฏิรูประบบราชการว่าด้วยการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีอย่างยั่งยืน (2563) กล่าวว่า การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ประกอบด้วย หลักประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ ต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างประหยัด เกิดผลผลิตที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและบังเกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม พยายามลดขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เพื่ออำนวยความสะดวกและลดภาระค่าใช้จ่าย หลักประสิทธิผล

ในการปฏิบัติงาน ต้องมีวิสัยทัศน์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง ปฏิบัติหน้าที่ตามพันธกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ มีการวางแผนเป้าหมายการปฏิบัติงานที่ชัดเจน สร้างกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานอย่างเป็นเลิศ และจัดให้มีการประเมินผลและพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และหลักการตอบสนองในการปฏิบัติงาน ต้องสามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ สามารถดำเนินการแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด สามารถสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพภาพร สาลี (2554) ได้ศึกษาการใช้หลักธรรมาภิบาลเพื่อป้องกันการทุจริตและประพฤติดีมีขอบในการจัดซื้อจัดจ้างในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า แนวทางการส่งเสริมธรรมาภิบาลในการจัดซื้อจัดจ้าง ต้องมีระบบการควบคุมภายในที่ดี มีการวางระบบการควบคุมภายในไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเป็นหน้าที่ของผู้บริหารต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรให้ชัดเจน คือเน้นทั้งการบริหารที่มีความโปร่งใส การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด คำนึงถึงให้เกิดประโยชน์แก่ผู้รับบริการอย่างสูงสุด มีการประเมินความเป็นธรรมาภิบาลในการจัดซื้อจัดจ้างดังนี้ หลักนิติธรรม มีการออกกฎหมาย ระเบียบหรือข้อบังคับต่างๆ อย่างเป็นธรรมและทันสมัยเป็นที่ยอมรับของสังคม และบุคลากรปฏิบัติงานตามระเบียบกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ หลักคุณธรรม บุคลากรต้องปฏิบัติงานตามระเบียบ มีการสร้างจิตสำนึกที่ดีในความเป็นบุคลากรของรัฐ รู้จักคุณธรรมและจรรยาบรรณที่ดี ไม่เอื้อเอียงหรือเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ยึดมั่นในความถูกต้องเป็นสำคัญ หลักความโปร่งใส บุคลากรมีความโปร่งใสในการจัดซื้อจัดจ้าง มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้รับทราบโดยทั่วกัน หลักการมีส่วนร่วม บุคลากรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดซื้อจัดจ้าง หลักความรับผิดชอบ บุคลากรมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง และพร้อมรับการตรวจสอบจากหน่วยงานภายนอกตลอดเวลา และหลักความคุ้มค่า บุคลากรดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างต้องได้พัสดุที่มีคุณภาพ ราคาคุ้มค่า ประหยัดและต้องเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ราชการ

3. การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารสัญญา มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านความคุ้มค่า ด้านความถูกต้องและความโปร่งใส เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษา ได้มีการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายในสำหรับหน่วยงานภาครัฐไว้อย่างชัดเจนดังนี้ การควบคุมภายในเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในด้านการดำเนินงาน การรายงาน การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐต้องปฏิบัติและต้องกระทำอย่างเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง การควบคุมภายในเกิดขึ้นได้โดยบุคลากรขององค์กร โดยมีผู้กำกับดูแล ฝ่ายบริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ตรวจสอบภายใน เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการทำให้มีการควบคุมภายในเกิดขึ้น ไม่ใช่กำหนดเป็นนโยบาย ระบบงาน คู่มือการปฏิบัติงาน หรือแบบฟอร์มดำเนินงานเท่านั้น หากแต่ต้องมีการปฏิบัติจริง และการควบคุมภายใน สามารถแสดงถึงความเชื่อมั่นว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดของหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้นการควบคุมภายในด้านพัสดุ จึงถือเป็นกระบวนการปฏิบัติงานสำคัญของสถาบันอุดมศึกษา เพราะเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่บุคลากร ผู้บริหารทุกระดับ ต้องมีบทบาทร่วมกันในการจัดให้มีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการปฏิบัติงานจะบรรลุวัตถุประสงค์ของการควบคุมภายในด้านพัสดุและต้องสามารถนำไปใช้ในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้เกิดมูลค่าเพิ่มและความสำเร็จขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์

ของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง (2560) กล่าวว่า ระบบการควบคุมภายในด้านพัสดุหรือกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาเป็นอย่างมาก เพราะถือเป็นสิ่งสำคัญจำเป็นที่สถาบันอุดมศึกษาต้องยึดถือและต้องปฏิบัติตามกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐอย่างเคร่งครัด เพราะเป็นการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ถือเป็นการป้องกันรักษาทรัพย์สินขององค์กร และช่วยให้การปฏิบัติงานในขั้นตอนต่างๆ เป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม เป็นการสร้างความเชื่อมั่นว่าองค์กรจะบรรลุวัตถุประสงค์ในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลช่วยให้เกิดมูลค่าเพิ่มและความสำเร็จขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวรวิศา แสงคำ (2562) ได้ศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐมีบทบาทและความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง ซึ่งจะช่วยสร้างคุณภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุในเชิงบวก เพราะพัสดุเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประสิทธิภาพการปฏิบัติในองค์กรถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงาน และองค์กรใดที่มีการสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรทางด้านพัสดุได้มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถทางด้านพัสดุอย่างต่อเนื่อง ย่อมจะส่งผลที่ดีต่อตัวองค์กรและตัวของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุ ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ เสียงดัง (2560) พบว่า ผู้บริหารงานด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยกับเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านการบริหารสัญญา และอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการกำหนดความต้องการและการขอบประมาณ และด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ โดยสรุปกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุ ถือเป็นหัวใจหลักของการบริหารงานพัสดุ เพื่อการได้มาซึ่งพัสดุที่ใช้ในการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรและของบุคลากรภายในหน่วยงาน โดยกระบวนการนั้นจะต้องได้มาอย่างถูกต้อง เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ มีความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงิน และเกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส

4. การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารพัสดุ มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด้านความคุ้มค่า ด้านการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และด้านการตรวจสอบได้ เนื่องจากการบริหารพัสดุ เป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการบริหารพัสดุ เป็น การควบคุมและการดูแลพัสดุที่อยู่ในความครอบครองให้มีการใช้และการบริหารพัสดุที่เหมาะสม คุ้มค่า และเกิดประโยชน์ต่อส่วนราชการสูงสุด เป็นความรู้ความสามารถและเครื่องมือที่สำคัญที่บุคลากร ผู้บริหารทุกระดับ ต้องมีบทบาทร่วมกันในการจัดให้มีขึ้นตามกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการปฏิบัติงานจะบรรลุวัตถุประสงค์ของการควบคุมภายในด้านพัสดุ เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับที่กำหนดไว้ถูกต้องครบถ้วนก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานภาครัฐ ประหยัดเวลาใช้กำลังและทรัพยากรอย่างคุ้มค่าที่สุดและเกิดการสูญเปล่าน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปวรวิศา แสงคำ (2561) ได้ศึกษา ผลกระทบของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐแนวใหม่ที่มีต่อประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานบุคลากรด้านพัสดุในมหาวิทยาลัย

มหาสารคาม พบว่า บุคลากรทางด้านพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐแนวใหม่โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เพราะพัสดุเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประสิทธิภาพการปฏิบัติในองค์กรถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงานและองค์กรใดที่มีการสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรทางด้านพัสดุให้มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถทางด้านพัสดุอย่างต่อเนื่องย่อมจะส่งผลที่ดีต่อตัวองค์กรและตัวของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุ ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของปวีศา แสงคำ (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของความรู้ด้านการบริหารงานพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรทางด้านพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า ความรู้ด้านการบริหารงานพัสดุภาครัฐ ได้มีบทบาทและความสำคัญในการช่วยสร้างคุณภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุในเชิงบวก ซึ่งองค์กรใดที่มีการสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรทางด้านพัสดุ ให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถทางด้านพัสดุอย่างต่อเนื่อง ย่อมจะส่งผลที่ดีต่อตัวองค์กรและตัวของผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพราะการปฏิบัติงานทางด้านพัสดุนั้น จะต้องคำนึงถึงความถูกต้อง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบ หากการปฏิบัติงานใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารพัสดุภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดความต้องการพัสดุ การจัดหาพัสดุ การควบคุมพัสดุ และการจำหน่ายพัสดุ จะต้องคำนึงถึงกฎ และต้องมีระเบียบรองรับ เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านพัสดุมีคุณภาพ ทั้งด้านการทำงานที่เชื่อถือได้ ด้านงานที่สำเร็จทันเวลา และด้านผลงานที่ได้มาตรฐานต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานภาครัฐควรตระหนัก ให้ความสำคัญและยึดมั่นกับการกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุ ด้านหลักคุณธรรมและด้านหลักความโปร่งใส เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

1.2 หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นที่จะปฏิบัติตามกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐหรือการควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารสัญญา และการบริหารพัสดุอย่างเคร่งครัด โดยสนับสนุนให้บุคลากรศึกษาและทำความเข้าใจถึงกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ หรือแนวปฏิบัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้ปฏิบัติงานได้ตรงตามกฎหมาย ระเบียบฯ ข้อบังคับที่ภาครัฐกำหนดไว้

1.3 หน่วยงานภาครัฐควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ ได้แก่ ด้านความคุ้มค่า ด้านความถูกต้องและโปร่งใส ด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ด้านการตรวจสอบได้ เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ราชการ

1.4 ควรให้ความสำคัญกับระบบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (e-GP) โดยมุ่งเน้นที่ต้องปฏิบัติตามกระบวนการจัดหาพัสดุอย่างเคร่งครัด และเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนดตระหนักถึงปัญหา และการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการจัดหาพัสดุ ด้วยการปฏิบัติตามวิธีปฏิบัติที่ได้มีการกำหนดให้ปฏิบัติอย่างระมัดระวังรอบคอบ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นควบคู่ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth-Interview) และการสัมภาษณ์ หรือสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

2.2 ศึกษาวิจัยผลกระทบและความสัมพันธ์ของระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารพัสดุภาครัฐ เพื่อจะได้นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านพัสดุที่ชัดเจนและตรงประเด็นยิ่งขึ้น

2.3 ศึกษาตัวแปรต้น เช่น วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ การลดความเสี่ยงหรือข้อควรระวังในระบบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ มีผลกระทบต่อปัจจัยอื่นหรือไม่ อย่างไร

2.4 ศึกษาตัวแปรตาม เช่น การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ได้แก่ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และการตอบสนอง มีผลกระทบต่อปัจจัยอื่นหรือไม่ อย่างไร

2.5 ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของระบบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ เช่น ระบบการลงทะเบียนระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ระบบการเปิดเผยข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้าง ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงวิธีการปฏิบัติของบุคลากรด้านพัสดุให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง. (2560). การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.

2560. กรุงเทพฯ: กระทรวงการคลัง.

_____. (2560). การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2563, จาก <https://www.oap.go.th./documents>.

_____. (2560). พระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.

2560. กรุงเทพฯ: กระทรวงการคลัง.

_____. (2560). ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: กระทรวงการคลัง.

ณัฏฐนนท ทวีสินและอรรคพงศ์ วงษ์สวัสดิ์. (2561). ธรรมชาติในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและพัสดุขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก. วิทยาลัยทองสุข. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 4(2), 247-259.

ทัศนีย์ เสียงดัง. (2560). กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดคณะกรรมการการอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

- ทิพภาพร สาลี. (2554). การใช้หลักธรรมาภิบาลเพื่อป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในการจัดซื้อจัดจ้างในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ปวีรีสา แสงคำ. (2560). ผลกระทบของความรู้ด้านการบริหารงานพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรทางด้านพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 10(1), 186-198.
- _____. (2562). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารจัดการองค์กรและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารด้านพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 12(4).
- _____. (2562). ผลกระทบของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐแนวใหม่ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางด้านพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 11(1), 186-197.
- สำนักงานคณะกรรมการการปฏิรูประบอบราชการ. (2563). แนวทางการจัดซื้อจัดจ้างสมัยใหม่ คู่มือเทคนิคและวิธีการบริหารจัดการสมัยใหม่ตามแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการปฏิรูประบอบราชการ.
- _____. (2563). หลักธรรมาภิบาลของหน่วยงานภาครัฐ. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2563, จาก <https://www.opdc.go.th/content>.
- _____. (2563). หลักธรรมาภิบาลในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2563, จาก <http://www.parliament.go.th>.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2563). รายงานสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนประจำปี 2562. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2563, จาก <https://www.ocsc.go.th>.
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2563). ประวัติและความเป็นมาของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2563, จาก <http://www.mua.go.th/index>.
- แสงชัย อภิชาติธนพัฒน์. (2563). หลักธรรมาภิบาลในการบริหารองค์กร. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563, จาก <http://www.sci.ubu.ac.th/document/หลักธรรมาภิบาล.pdf>.
- Aaker, D. A., Kumar, V., and Day, G.S. (2005). **Marketing research**. 7th ed. New York: John Wiley and Son.
- Nunnally, J. C., (1978). **Psychometric theory**. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C. and Bernstein, (1994). **Psychometric theory**. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.

กลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ
SERVICE MARKETING STRATEGIES INFLUENCING BRAND LOYALTY
OF LOW-COST AIRLINE BUSINESS

ศุภากร เอี่ยมอำพร¹ และ สุตราภัทร จันทระประเสริฐ²

¹คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี

²คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ศูนย์พระนครศรีอยุธยา วาสุกกรี

Supakorn Iamamporn¹ and Sutaphat Chanprasert²

¹Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi Suphan Buri Campus

²Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi Phranakhon Si Ayutthaya Campus

(Received: July 3, 2020; Revised: December 3, 2020; Accepted: February 10, 2021)

บทคัดย่อ

ในยุคปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำและสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ 2) เพื่อศึกษาระดับความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ 3) เพื่อเปรียบเทียบความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ และ 4) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ประชากร คือ ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในเขตท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 400 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติวิเคราะห์ t-test, F-test และสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำต่างกัน และกลยุทธ์การตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการส่งผลกระทบต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในขณะเดียวกันด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่ส่งผลกระทบต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาดบริการ, ความภักดีต่อตราสินค้า, ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

ABSTRACT

Presently, the airline business needs to study the information and understand the consumers' behaviour in consuming airline services to meet the needs of the consumers, then lead to creating competitive advantages. This research aims to study the following. 1) To investigate the significance order of service marketing strategies that affect brand loyalty of low-cost airline business. 2) To study the level of brand loyalty of low-cost airline business. 3) To compare the brand loyalty of low-cost airline customers by gender, age, education, occupation, and income. 4) To study service market strategies influencing brand loyalty of low-cost airline business. The population were low-cost airline passengers. The samples group were 400 passengers who experienced in services of the low-cost airline business in Don Mueang Airport, by simple random sampling. The research instrument for collecting data was a questionnaire. The descriptive statistics were used in the study. Hypotheses test with statistical analysis using t-test, F-test, besides multiple regression analysis.

The results showed that differences in incomes of low-cost airline customers affected to brand loyalty of low-cost airlines differently. Besides, the service marketing strategies, including distribution channel issue, promotion of marketing and learning issue, a personnel issue, and process issue influencing brand loyalty of low-cost airline business, with statistical significance at the level of .05. In contradict, products and services, price and cost, besides the physical environment did not influence to brand loyalty of low-cost airline business.

Keywords: Service Marketing Strategies, Brand Loyalty, Low-cost Airline Business

บทนำ

การขนส่งทางอากาศในประเทศไทยในภาพรวมจากการสรุปข้อมูลทางสถิติการขนส่งผู้โดยสาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2561 นั้น มีอัตราจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้น 2.8 เท่า จากปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนผู้โดยสารจากเดิมจำนวน 58 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 162 ล้านคน ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate – CAGR) ของผู้โดยสารทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 10.8 ต่อปี (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2561) โดยในปี พ.ศ. 2562 คนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมทางตลาด เช่น การแข่งขันในกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินหลายสายการบิน จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคา มาเป็นตัวกระตุ้นตลาด ทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวในหลายประเทศจึงมีราคาถูกลงและคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และด้วยตลาดการท่องเที่ยวที่เปิดกว้างมากขึ้น ความหลากหลายของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวใหม่

ที่เกิดขึ้นจากการเข้ามาทำตลาดการท่องเที่ยวขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ รวมทั้งธุรกิจสายการบิน ทั้งสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบมีการขยายเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทาง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) ซึ่งธุรกิจของสายการบินนั้นจะมีรูปแบบการบินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีสายการบินสัญชาติไทยเพิ่มมากขึ้นจากเดิม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และปัจจุบันผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำมีความคาดหวังในสินค้าและบริการต่างๆ ของสายการบิน และเพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของสายการบินต้นทุนต่ำรวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งถือเป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่าและสร้างฐานลูกค้าใหม่ให้อยู่กับตราสินค้าอย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำนั้น จะมีการรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ บุคลิกภาพ และมีความต้องการที่หลากหลาย ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำและผู้ที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่ง Lovelock and Wirtz (2007) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ผู้ให้บริการเสนอให้กับผู้รับบริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการบริการที่เป็นกิจกรรมและต้องอาศัยประสิทธิภาพด้านเวลา เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในสิ่งของหรือสินทรัพย์ที่ผู้ซื้อได้รับความเป็นเจ้าของ ในขณะที่ พนิต สุภา ธรรมประมวล (2563) ได้เสนอการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะศึกษา กลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่สนใจอาจนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการให้สอดคล้องกับความต้องการ รวมถึงพฤติกรรมในการใช้บริการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ส่งผลถึงความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นสายการบินที่มีการดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญในเรื่องของการลดต้นทุนและลดค่าใช้จ่ายของสายการบินในรูปแบบต่างๆ เพื่อที่จะสามารถจำหน่ายค่าบัตรโดยสารได้ในราคาถูกและประหยัดกว่าสายการบินมาตรฐาน ได้อย่างเหมาะสมต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

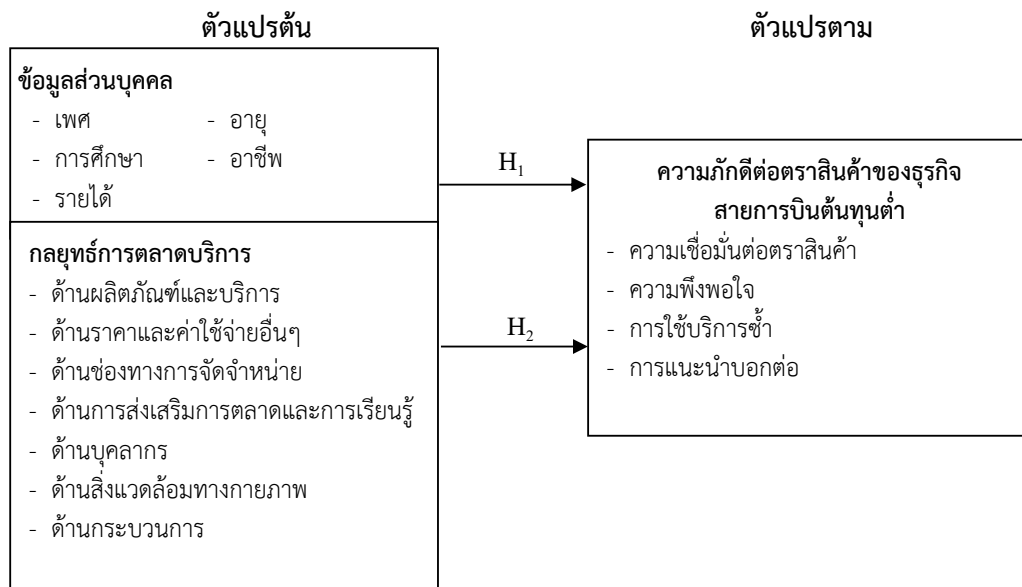
1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ
2. เพื่อศึกษาระดับความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ
3. เพื่อเปรียบเทียบความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้
4. เพื่อศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

สมมติฐานของการศึกษา

1. ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความภักดีต่อตราสินค้าต่างกัน
2. กลยุทธ์การตลาดบริการส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของสายการบินต้นทุนต่ำ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ประชากรศาสตร์ กลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้แนวคิดของ Schiffman & Kanuk, (2010); Kotler & Armstrong, (2014); Lovelock and Wirtz, (2007); Schiffman & Kanuk (2007) มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตท่าอากาศยานดอนเมือง เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แท้จริงจึงใช้ยอดประชากรที่มากกว่า 100,000 คนขึ้นไป ตามการกำหนดขนาดตัวอย่างของทาโรยามาเน (Yamane, 1973)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตท่าอากาศยานดอนเมือง เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่นอนจึงใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และหากกลุ่มตัวอย่างตามการกำหนดตัวอย่างของทาโรยามาเน (Yamane, 1973) ที่มีประชากรมากกว่า 100,000 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มี 5 ข้อ เป็นมาตรวัดแบบให้เลือกตอบคำถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ มี 23 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ มี 12 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

2.2 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ร่วมกันวิจารณ์และแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหา โดยให้คะแนน 3 ระดับ คือ +1 = สอดคล้อง 0 = ไม่แน่ใจ และ -1 = ไม่สอดคล้อง ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม ตามเทคนิค item objective congruence (IOC) เนื้อหาโดยข้อคำถามมี IOC มากกว่า 0.66 จำนวน 36 ข้อ และปรับปรุง 4 ข้อ มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977)

2.3 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับผู้ใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา และนำข้อบกพร่องมาทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ก่อนไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.70 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550) ซึ่งค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้านกลยุทธ์การตลาดบริการเท่ากับ .901 และด้านความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเท่ากับ .909

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามผู้ที่เคยใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในเขตท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมีข้อคำถามคัดกรอง หากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตท่าอากาศยานดอนเมืองจะไม่ทำการเก็บข้อมูลจากบุคคลนั้นๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2562

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) และสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics analysis) โดยใช้ในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าสัดริ้อยละ (percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

4.2 กลยุทธ์การตลาดบริการและความภักดีต่อตราสินค้า สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยอภิปรายผลเชิงพรรณนาพร้อมตาราง

4.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA : F-test) และสถิติสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าร้อยละของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

ข้อมูลส่วนบุคคล	คุณลักษณะ	จำนวน = 400	ร้อยละ
เพศ	ชาย	126	31.50
	หญิง	274	68.50
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	4	1.00
	20-30 ปี	59	14.80
	31-40 ปี	115	28.80
	41-50 ปี	137	34.30
	51-60 ปี	70	17.50
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	15	3.80
การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	20	5.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	7.80
	อนุปริญญา/ปวส.	13	3.30
	ปริญญาตรี	103	25.80
	สูงกว่าปริญญาตรี	233	58.30
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	166	41.50
	พนักงานบริษัทเอกชน	70	17.50
	ธุรกิจส่วนตัว	92	23.00
	รับจ้าง	19	4.80
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	24	6.00
	อาชีพอิสระ	29	7.30
รายได้	10,000 บาทหรือต่ำกว่า	19	4.80
	10,001-20,000 บาท	64	16.00
	20,001-30,000 บาท	41	10.30
	30,001-40,000 บาท	82	20.50
	40,001-50,000 บาท	62	15.50
	50,001 บาทขึ้นไป	132	33.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.30 จบการศึกษายู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

2. ระดับกลยุทธ์ของการตลาดบริการในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดบริการในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.06	0.65	มีความสำคัญมาก
ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4.02	0.77	มีความสำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.18	0.74	มีความสำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้	4.06	0.76	มีความสำคัญมาก
ด้านบุคลากร	4.14	0.74	มีความสำคัญมาก
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.10	0.73	มีความสำคัญมาก
ด้านกระบวนการ	4.11	0.74	มีความสำคัญมาก
รวม	4.08	0.55	มีความสำคัญมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดบริการในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.08, S.D. = 0.55 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.18, S.D. = 0.74 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.14, S.D. = 0.74 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.11, S.D. = 0.74 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.10, S.D. = 0.73 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.06, S.D. = 0.65 ด้านการส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.06, S.D. = 0.76 และด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.06, S.D. = 0.77 ตามลำดับ

3. ความคิดเห็นต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

ความคิดเห็นต่อความภักดีต่อตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
ความเชื่อมั่นต่อตราสินค้า	4.05	0.72	เห็นด้วยมาก
ความพึงพอใจ	4.09	0.71	เห็นด้วยมาก
การใช้บริการซ้ำ	4.04	0.68	เห็นด้วยมาก
การแนะนำบอกต่อ	4.04	0.70	เห็นด้วยมาก
รวม	4.04	0.56	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความคิดเห็นต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.04, S.D. = 0.56 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากในทุกๆ ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.09, S.D. = 0.71 ความเชื่อมั่นต่อตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.05, S.D. = 0.72 การใช้บริการซ้ำมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.04, S.D. = 0.68 การแนะนำบอกต่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$) = 4.04, S.D. = 0.70 ตามลำดับ

4. เปรียบเทียบความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำซึ่งจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความจงรักภักดีกับข้อมูลส่วนบุคคล

ความจงรักภักดี	เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	t	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
ความเชื่อมั่น	0.01	0.992	0.478	0.793	0.247	0.912	1.445	0.207	4.471	0.001***
ความพึงพอใจ	0.88	0.378	1.565	0.169	1.355	0.249	2.843	0.016**	3.653	0.003**
ใช้บริการซ้ำ	0.33	0.738	1.875	0.098	2.360	0.053	2.283	0.046*	2.218	0.052
แนะนำบอกต่อ	0.20	0.830	1.103	0.358	1.573	0.181	1.566	0.169	0.939	0.456
รวม	0.12	0.900	0.880	0.495	0.687	0.601	1.839	0.104	3.275	0.007**

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

จากตารางที่ 4 จากการเปรียบเทียบความจงรักภักดีกับข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความจงรักภักดีต่อการใช้สายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อมั่นและความพึงพอใจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 0.01

5. กลยุทธ์ตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดี ต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 5 กลยุทธ์ตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดี ต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

กลยุทธ์ตลาดบริการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ผลิตภัณฑ์และบริการ	-.005	.047	-.004	-105	.916	.659	1.518
ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ	.012	.041	.013	.299	.765	.608	1.644
ช่องทางการจัดจำหน่าย	.113	.048	.115	2.359	.019*	.499	2.005
การส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้	-.092	.046	-.096	-2.004	.046*	.514	1.944
บุคคลากร	.199	.054	.205	3.713	.000***	.390	2.565
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	.067	.053	.067	1.253	.211	.410	2.440
กระบวนการ	.497	.049	.512	10.222	.000***	.474	2.109

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

จากตารางที่ 5 พบว่ากลยุทธ์ตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จะประกอบด้วย 4 ด้านด้วยกัน คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.001 ในการนี้ผู้วิจัยจึงทำการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านปัจจัยส่วนบุคคล		
เพศ	H ₁ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ปฏิเสธ
อายุ	H ₁ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ปฏิเสธ
การศึกษา	H ₁ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ปฏิเสธ
อาชีพ	H ₁ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ปฏิเสธ
รายได้	H ₁ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ยอมรับ
กลยุทธ์การตลาดบริการ		
ผลิตภัณฑ์และการบริการ	H ₂ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ปฏิเสธ
ราคาและค่าใช้จ่าย	H ₂ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ปฏิเสธ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	H ₂ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ยอมรับ
การส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้	H ₂ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ยอมรับ
บุคลากร	H ₂ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ยอมรับ
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	H ₂ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ปฏิเสธ
กระบวนการ	H ₂ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	ยอมรับ

ตารางที่ 6 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ คือ รายได้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ไม่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ และ 2) กลยุทธ์การตลาดบริการ พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้ บุคลากร และกระบวนการ ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์และการบริการ ราคาและค่าใช้จ่าย และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกลับไม่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป 2) ระดับกลยุทธ์การตลาดบริการในการตัดสินใจใช้

บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.08, S.D. = 0.55 และ 3) ความคิดเห็นต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำโดยภาพรวม และรายด้านทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.04, S.D. = 0.56

1. ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดบริการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ เนื่องจากสายการบินมีช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรโดยสารและมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายรูปแบบ มีพนักงานอำนวยความสะดวกและบริการอย่างรวดเร็ว รวมถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการกับผู้ใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล ม่วงสวัสดิ์ และดุสิต ศิริสมบัติ (2562) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ให้บริการสามารถใช้ช่องทางหลักโดยใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในการจัดจำหน่าย รวมถึงด้านบุคลากรผู้ให้บริการสามารถใช้พนักงานเท่าที่จำเป็นเพื่อให้บริการกระบวนการต่างๆ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเข้าถึงได้จากคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เคลื่อนที่ทดแทนบริการของพนักงาน และด้านกระบวนการผู้ประกอบการสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการบริการหลัก ทั้งนี้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ต้องสามารถให้บริการผ่านคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ และผู้ให้บริการอัตโนมัติ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุศักดิ์ รัตนกนกกาญจน์ และปรีดิตร วงศ์ปัจฉิม (2562) พบว่า ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถเข้าถึงได้หลากหลาย จากช่องทางออนไลน์ ยูทูบ โลง เฟซบุ๊ก อีเมล ทวิตเตอร์ รวมถึงด้านบุคลากรที่มีอัธยาศัยและเป็นมิตรในการให้บริการ และด้านกระบวนการในการบริการนั้นมีการแจ้งรายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับการชำระเงิน

2. ความภักดีของผู้ใช้บริการ พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากในทุกด้าน เนื่องจากผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำมีความพึงพอใจ มีความเชื่อมั่นต่อตราสินค้า มีการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของสายการบิน โดยมีความเชื่อมั่นในแบรนด์ที่สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงจะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำให้บุคคลอื่นได้รับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติพงศ์ จิโรจน์กุลกิจ, องค์กรัช ธรรมวิหาร และกฤษณ์ วิทวัสสำราญกุล (2563) พบว่า ระดับความจงรักภักดีในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และมีความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความจงรักภักดีอยู่ในทางบวก

3. ข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เพราะรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการตัดสินใจที่ต่างกัน โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิตราพร ลาดดก (2559) พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่แตกต่างกัน แต่ในขณะเดียวกันกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีผลต่อความภักดี

4. ด้านกลยุทธ์การตลาดบริการ ด้านที่มีความสัมพันธ์และส่งผลถึงความภักดีในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย

4.1 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากสายการบินใดก็ตามที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายทาง จะสร้างความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้บริการของผู้โดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของมาโนช พรหมปัญญา และมณฑิชา เครือสุวรรณ (2561) พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและ

บริการ คือคุณภาพการบริการด้านการเข้าถึงจิตใจและด้านความมั่นใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ในทางกลับกันผลงานวิจัยของ สุมนรัตน์ อัครวิมล และชาญเดช เจริญวิริยะกุล (2562) พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กลับ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินภายในประเทศ

4.2 ด้านการส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้ มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้ เป็นส่วนประสมที่เกี่ยวข้องกับการให้ส่วนลด และสิทธิพิเศษต่างๆ ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดการเลือกใช้บริการสายการบินนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิภาวดี ฑูปิยะ (2561) พบว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด ราคา สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย พนักงาน และกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

4.3 ด้านบุคลากร พบว่า มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากพนักงานหรือบุคลากรที่ให้บริการ ล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการให้คำตอบเมื่อลูกค้าสอบถามและมีบุคลิกที่แสดงถึงความเต็มใจในการให้บริการด้วยความเที่ยงธรรมและสุภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิภาวดี ฑูปิยะ (2561) พบว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด ราคา สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย พนักงาน และกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เช่นเดียวกับปัทมยา หงษ์สินี และวอนชนก ไชยสุนทร (2560) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมประกอบด้วย การเข้าถึงจิตใจ (บุคลากร) ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ และลักษณะทางกายภาพ รวมถึงงานวิจัยของสิริวัฒน์ มีแสงพราว และไพโรจน์ เกิดสมุทร (2558) พบว่าด้านพนักงาน สร้างความพึงพอใจต่อการให้บริการของสายการบินไทยสมายล์ที่มากที่สุด นั้นหมายความว่าบุคลากรมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจและเป็นส่วนเสริมทำให้เกิดการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

4.4 ด้านกระบวนการ พบว่า มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เช่นเดียวกันเนื่องจากกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว มีขั้นตอนที่ชัดเจน หรือการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของสายการบินนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มาโนช พรหมปัญญา และมณฑิชา เครือสุวรรณ (2561) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม คือคุณภาพการบริการด้านการเข้าถึงจิตใจและด้านกายภาพ ที่มีส่วนสำคัญต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว รวมทั้ง วรรณพร ม่วงสวัสดิ์ และดุสิต ศิริสมบัติ (2562) พบว่า แนวทางการให้บริการของสายการบินอัลตรา โลว์คอสต์ในประเทศไทย ได้เสนอแนวทางการยึดหลักส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการหลักเพื่อให้บริการทั้งนี้เทคโนโลยีที่ใช้ต้องสามารถให้บริการผ่านคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ และตู้ให้บริการอัตโนมัติได้ ซึ่งเป็นการสร้างความสะดวกให้กับผู้บริการ รวมทั้ง ปัทมยา หงษ์สินี และวอนชนก ไชยสุนทร (2560) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวม จะเกี่ยวข้องกับการเข้าถึงจิตใจ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ และลักษณะทางกายภาพ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่อยู่ในส่วนของกระบวนการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำทุกสายการบิน อันนำไปสู่การให้บริการในอนาคต

แต่ในขณะเดียวกันด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมถึงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำมีความต้องการสายการบินที่มีมาตรฐานตามหลักสากลและมีความปลอดภัยในการบินสูง มีราคาที่ต่ำที่สุดและคุ้มค่า รวมถึงอุปกรณ์เสริมบนเครื่องบินมีความเป็นมาตรฐานและต้องการความปลอดภัยในการใช้งาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับระดับรายได้ของผู้บริโภคให้เหมาะสมกับการให้บริการและมีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การให้ส่วนลดเมื่อมีการจองล่วงหน้า รวมถึงมีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมให้กับสมาชิกของสายการบินอย่างเหมาะสม

1.2 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านระบบที่ทันสมัยสะดวกรวดเร็วในการซื้อบัตรโดยสารทางช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาดและการเรียนรู้ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ เป็นต้น

1.4 พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และสามารถตอบข้อซักถามของผู้รับบริการได้รวมถึงการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

1.5 สายการบินสามารถนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้กับผู้โดยสารในกระบวนการการให้บริการต่างๆ เพื่อความสะดวกและลดต้นทุนในการจ้างพนักงานของสายการบิน เช่น การจองตั๋วโดยสารออนไลน์ การชำระค่าตั๋วโดยสาร การลงทะเบียน การสำรองที่นั่งล่วงหน้า การซื้อสินค้า และบริการเสริมต่างๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรอื่นที่อาจจะส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทัศนคติ และค่านิยม เป็นต้น

2.2 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำของแต่ละสายการบินเพื่อให้เห็นถึงข้อแตกต่างในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชขันธ์. (2550). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตราพร ลาดอก. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปพิชญา หงษ์สินี และวอนชนก ไชยสุนทร. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะการบริการและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). **ตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ.อีฟวิ้ง จำกัด.
- มานิช พรหมปัญญา และมนทิชา เครือสุวรรณ. (2561). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินแอร์เอเชีย**. ใน **การประชุมวิชาการด้านการบินระดับชาติ ครั้งที่ 1 วันที่ 11 มิถุนายน 2561**, หน้า 23-35. กรุงเทพฯ: สถาบันการบินพลเรือน.
- วิภาวดี ฑูปิยะ. (2561). **กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย**. ภาควิชาสายการบินไทยไลอ้อนแอร์สายการบินนกแอร์ สายการบินแอร์เอเชีย.
- วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 61(4), 252-257.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (เมษายน 2562). **บทแนวโน้มวิเคราะห์ธุรกิจ**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562 จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-n/business/Pages/z2979.aspx>.
- สันติพงศ์ จิโรจน์กุลกิจ, องค์กริช ธรรมวิหาร และกฤษณ์ วิทวัสสำราญกุล. (2563). **การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 5**.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, (2561). **รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินแห่งประเทศไทย, ฉบับปรับปรุงวันที่ 17 พฤษภาคม 2562**.
- สิริวัฒน์ มีแสงพราว และไพโรจน์ เกิดสมุทร. (2558). **ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการของสายการบินไทยสมายล์**. *Southeast Bangkok Journal*, 1(2), 23-37.
- สุนรัตน์ อัครวิมล และชาญเดช เจริญวิริยะกุล. (2562). **ปัจจัยทางการตลาดและการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศไทย**, *วารสารการวิจัยและการบริหารการพัฒนา*, 9 (2), 28-35.
- อนุศักดิ์ รัตนกนกกาญจน์ และปิยฉัตร วงศ์ปัจฉิม. (2562). **ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุดรธานี**, *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 1(6), 74-75.
- อรรถพล ม่วงสวัสดิ์ และดุสิต ศิริสมบัติ. (2562). **แนวทางการให้บริการของสายการบินอัลตราโลว์คอสต์ในประเทศไทย**, *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(2), 52-63.
- Kotler, P.& Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing*. 15th ed. New Jersey: Pearson International Edition.

Lovelock and Wirtz, (2007). **Services Marketing. People, Technology, strategy.** 6th ed.
Pearson International Edition.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the
assessment of criterion-referenced test item validity. **Dutch Journal of
Educational Research**, 2(2), 49-60.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2007). **Consumer behavior.** 9th ed. New Jersey: Pearson
Education.

_____. (2010). **Consumer Behavior.** 10th ed. New Jersey: Pearson Education.

Yamane, T. (1973). **Statistics and Introductory.** Singapore: Time Printers Sdn.Bhd.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน
การจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

CONFIRMATION FACTOR ANALYSIS OF THE FACTORS AFFECTING THE DECISION
TO USE FOOD DELIVERY APPLICATIONS IN UDON THANI MANICIPALITY

คมกริช สนิทชน¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Khomkrit Sanitchon¹

¹Faculty of Management Science, Udonthani Rajabhat University.

(Received: December 22, 2020; Revised: February 8, 2021; Accepted: February 18, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานี กับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครอุดรธานีจำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ใช้เกณฑ์มาตรฐานแบบประมาณค่า 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลจากการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารมี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ใช้งานง่าย ทศนคติ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาค่าดัชนีไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.17 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .96 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนหลังการปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ .94 ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ .02 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR) เท่ากับ .02 ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อใช้เป็นกำหนดแนวทางกลยุทธ์ในการให้บริการ และการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันต่อไป

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน, การตัดสินใจ, แอปพลิเคชันการจัดส่งอาหาร

ABSTRACT

The purpose of this research was to investigate the goodness of fit between empirical data and the factors affecting the decision to use food delivery applications, using confirmatory factor analysis. The empirical data was obtained from a sample group consisting of 400 respondents, all of whom live in the Udon Thani Municipality. The research instrument used for the data collection was a questionnaire with a five-point rating scale. The data was analyzed using confirmatory factor analysis. The research findings support the Technology Acceptance Model and the integrated marketing communications, which states that the six factors affecting the decision-making process are: Advertising, Public Relations, Sales Promotion, Perceived

Usefulness, Perceived Ease of Use and Attitude. The confirmatory factor analysis found the model to be consistent with the empirical data with $\chi^2/df = 1.17$, GFI = .96, AGFI = .94, RMSEA = .02 and Standardized RMR = .02. This result can be used by entrepreneurs to determine guidelines and strategies of service for developing food delivery applications system.

Keywords: Confirmatory Factor Analysis, Decision-Making, food delivery applications

บทนำ

จากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจระดับประเทศ และระดับโลก สร้างความเสียหายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ รายได้จากชาวต่างประเทศหายไป 7.87 แสนล้านบาท (ชุตินันท์ สงวนประสิทธิ์, 2563) ส่งผลกระทบต่อทุกธุรกิจ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก่อให้เกิดผลเสียหายมากมาย แต่ในทางตรงกันข้ามทำให้ ธุรกิจการให้บริการจัดส่งอาหาร (Food delivery) ซึ่งเป็นธุรกิจแบบ On-demand ซึ่งเป็นรูปแบบการให้บริการผ่านเว็บไซต์ หรือ ผ่านแอปพลิเคชัน ได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว การขยายตัว ร้อยละ 84 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2562 มูลค่าตลาดประมาณ 4.1 หมื่นล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) การกักตัวอยู่ในเคหสถาน มีผลทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และรูปแบบของธุรกิจเปลี่ยนไป (Donthu & Gustafsson, 2020) ธุรกิจการให้บริการจัดส่งอาหาร จึงได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น เพื่อสร้างความสะดวกสบาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานอาหารร้านที่มีชื่อเสียง แต่ไม่มีเวลาไม่สะดวกในการเดินทางหรือหาที่จอดรถ ดังนั้น แอปพลิเคชันในมือถือ จึงเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการได้พัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคที่ต้องการสั่งซื้ออาหารไปรับประทานที่ทำงานหรือที่บ้านได้มากยิ่งขึ้น

ธุรกิจการให้บริการจัดส่งอาหารในจังหวัดอุดรธานี เริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ. 2559 ใช้ชื่อว่า อุดรเดลิเวอรี่ ซึ่งได้รับความนิยมในเขตเทศบาลเมืองอุดรธานี จนกระทั่งในปีพ.ศ.2562 บริษัทฟู้ดแพนด้า จำกัด (ประเทศไทย) ได้ขยายฐานการให้บริการเข้ามาในจังหวัดอุดรธานี โดยใช้แอปพลิเคชันผ่านมือถือ ทำให้การสั่งซื้ออาหารได้รับความนิยมมากขึ้น เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารระหว่างวัน จากความสำเร็จของฟู้ดแพนด้า ทำให้อีกหลายบริษัทเข้ามาทำการแข่งขันได้แก่ Grab food, Line Man คิงคองเดลิเวอรี่ ฯลฯ จากความหลากหลายและการเติบโตอย่างรวดเร็วของบริษัทให้บริการจัดส่งอาหาร ทำให้เกิดการแข่งขันสูงในธุรกิจ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันในด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) การรับรู้ถึงประโยชน์ คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ (Cho et al., 2019) ด้านปัจจัยส่วนบุคคลและทัศนคติเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการใช้พนักงานขาย มีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมซื้อ และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการผลิตภัณฑ์ (Kotler และ Keller, 2012) ซึ่งปัจจัยการสื่อสารการตลาดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

มีผลทำให้ผู้บริโภคยอมรับและเข้าถึงได้ง่าย (ยุพเรศ พิริยพลพงศ์, 2558) เนื่องจากผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจแอปพลิเคชันสั่งอาหารมีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเพียง 3 ลักษณะ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายเท่านั้น ไม่มีการใช้การตลาดทางตรง (Direct marketing) การใช้พนักงานขาย (Personal selling) ดังนั้นปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดจึงนำมาพิจารณาเพียง 3 ด้าน ดังนั้นเพื่อเติมช่องว่างในงานวิจัย นักวิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันบริการจัดส่งอาหารโดยพิจารณานำปัจจัยทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ใช้งานง่าย ด้านทัศนคติ ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบธุรกิจการจัดส่งอาหารให้มีมาตรฐาน และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานการวิจัย

แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ใช้งานง่าย ทัศนคติ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คือกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จำนวน 130,457 คน (กรมการปกครอง, 2561) ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ใช้แนวคิดของ Hair et al. (2010) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmation Factor Analysis) ด้วยวิธี Maximum likelihood estimate (Piriyakul, 2010) ควรอยู่ระหว่าง 15 -20 เท่าของจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ (Observer Variables) ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งสิ้น 20 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ระหว่าง 300 – 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัย มีขั้นตอนการสุ่มดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเทศบาลนครมีจำนวนชุมชนทั้งหมด 103 ชุมชน (เทศบาลนครอุดรธานี, 2560) นำมาจัดกลุ่มสามารถแบ่งได้เป็น 4 เขตตามพื้นที่เพื่อความสะดวกในการแจกแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายในการเก็บแบบสอบถาม โดยในการเก็บแบบสอบถามจะเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ

แอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารแล้วอย่างน้อย 1 ครั้งในพื้นที่เทศบาลนครอุดรธานี ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ที่มีการให้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหาร

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนที่ 2 คือเคยใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร โดยทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลตามสะดวกตามเขตพื้นที่ในขั้นตอนที่ 1 โดยขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม จนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตจนครบจำนวนตาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลตัวแปรการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารจากแอปพลิเคชัน Food delivery ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ใช้งานง่าย ด้านทัศนคติ ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาจำนวน 3 ท่านซึ่งค่า ดัชนีวัดความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 (Rovinell&Hambleton,1977) และมีการทดสอบความเที่ยง (Reliability) ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค มากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978) พบว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่น เท่ากับ .927

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยพิจารณาตามสัดส่วนชุมชนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี โดยแบ่งออกเป็น 4 เขต มีจำนวน 103 ชุมชน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) เขตที่ 1 จำนวน 21 ชุมชน มีจำนวนแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 21.25 เขตที่ 2 จำนวน 22 ชุมชนมีจำนวนแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 22.25 เขตที่ 3 จำนวน 27 ชุมชนมีจำนวนแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 23.75 เขตที่ 4 จำนวน 33 ชุมชนมีจำนวนแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 32.75 โดยทำงานเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่าง เดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน 2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) พิจารณาจากค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติทดสอบค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนแบบจำลอง

ดัชนีทดสอบความกลมกลืน	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา
ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df)	มีค่าน้อยกว่า 2.00
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)	มีค่ามากกว่า .95
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (Adjusted the Goodness of Fit Index: AGFI)	มีค่าน้อยกว่า .90
ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized root mean square residual: Standardized RMR)	มีค่าต่ำกว่า .05
ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	มีค่าต่ำกว่า .05

ที่มา: สุวิมล ติรภานันท์ (2555)

จากตารางที่ 1 ในกรณีที่แบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จำเป็นต้องมีการปรับและแก้ไขแบบจำลองเพื่อให้ได้การประมาณค่าพารามิเตอร์ใหม่ โดยการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันจนแบบจำลองที่วิเคราะห์ใหม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังจากนั้นจึงดำเนินการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำค่าสัมประสิทธิ์จากการคำนวณนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ในแบบจำลอง

ผลการวิจัย

ด้านประชากรศาสตร์ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.3 และธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 11.5 ระดับรายได้ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.3

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน ได้แก่ ด้านการโฆษณา (ADS) ด้านการประชาสัมพันธ์ (PR) ด้านการส่งเสริมการขาย (SP) ด้านการรับรู้ประโยชน์ (BEN) ด้านการรับรู้ใช้งานง่าย (EASE) ด้านทัศนคติ (ATTITUDE) พบว่าค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.558 – 0.874 ที่ระดับความเชื่อมั่น .01 โดยมีความสัมพันธ์แบบทางบวก ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสถิติพรรณนา และเมทริกซ์สหสัมพันธ์ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

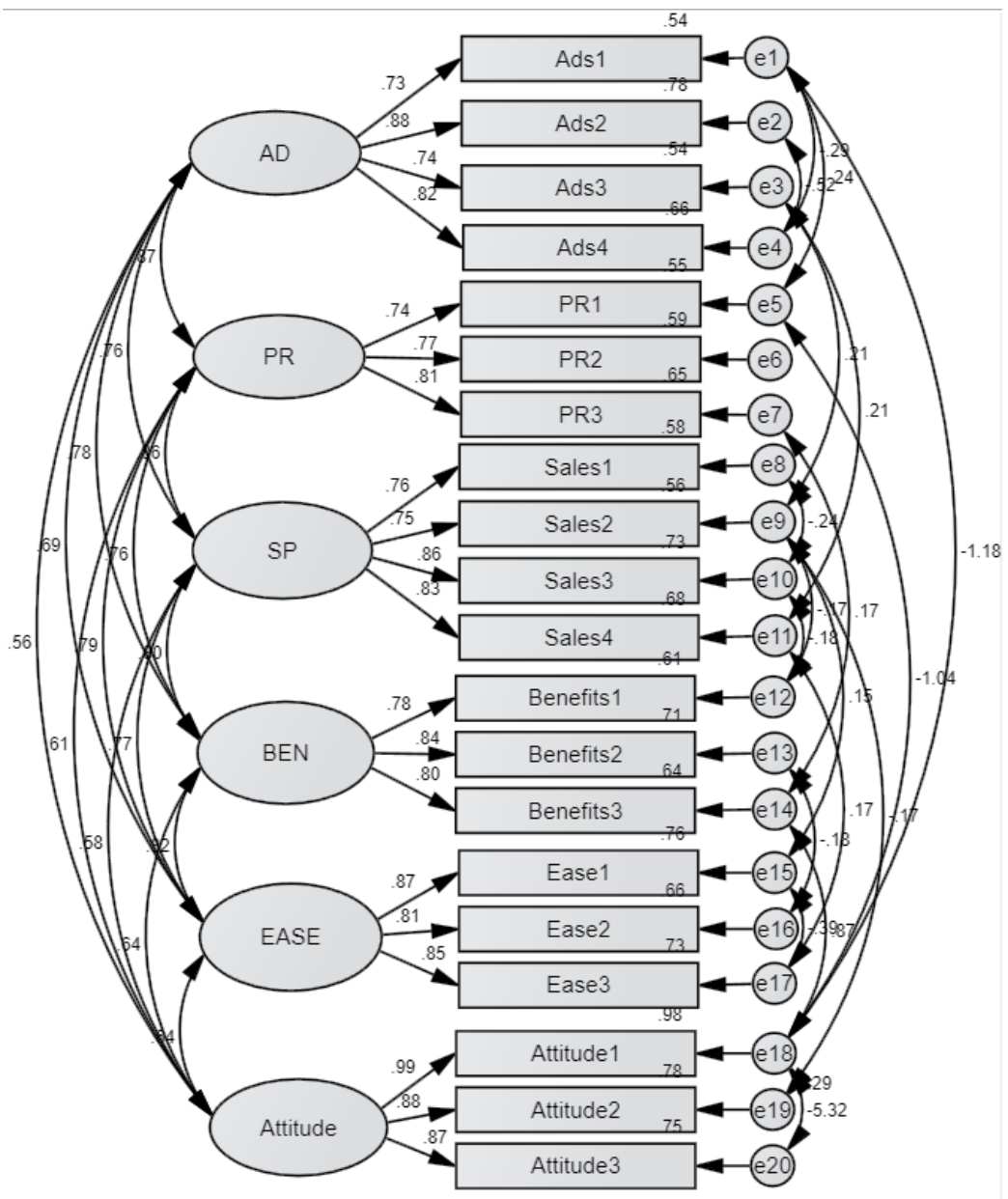
	Mean	S.D.	ADS	PR	SP	BEN	EASE	ATTITUDE
ADS	4.12	0.73	1					
PR	4.05	0.78	0.874**	1				
SP	4.16	0.80	0.76**	0.862**	1			
BEN	4.30	0.72	0.78**	0.756**	0.797**	1		
EASE	4.21	0.73	0.688**	0.786**	0.767**	0.818**	1	
ATTITUDE	4.18	0.78	0.558**	0.613**	0.577**	0.641**	0.637**	1

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า แบบจำลองในครั้งแรกไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงได้ดำเนินการปรับแบบจำลองโดยการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น ให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งหลังจากปรับตัวแบบแล้วเมื่อพิจารณาดัชนีความกลมกลืน ได้แก่ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนหลังการปรับแก้แล้ว (AGFI) ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR) แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ดังตารางที่ 3 และภาพที่ 1

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนแบบจำลอง

ค่าดัชนี	เกณฑ์พิจารณา	ผลการทดสอบความกลมกลืน			
		ก่อนปรับแบบจำลอง	แปลผล	หลังปรับแบบจำลอง	แปลผล
χ^2/df	มีค่าน้อยกว่า 2.00	2.58	ไม่ผ่านเกณฑ์	1.171	ผ่านเกณฑ์
GFI	มีค่ามากกว่า .95	.910	ไม่ผ่านเกณฑ์	.961	ผ่านเกณฑ์
AGFI	มีค่าน้อยกว่า .90	.878	ไม่ผ่านเกณฑ์	.940	ผ่านเกณฑ์
Standardized RMR	มีค่าต่ำกว่า .05	.037	ผ่านเกณฑ์	.02	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	มีค่าต่ำกว่า .05	.063	ไม่ผ่านเกณฑ์	.021	ผ่านเกณฑ์



RMSEA = 0.21 CFI = .996 GFI = .961 AGFI = .940 Chi-Square = 160.472 df = 137

ภาพที่ 1 แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันบริการจัดส่งอาหาร
ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี (หลังจากการปรับแก้แบบจำลอง)

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันบริการจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานีทั้ง 20 ตัวแปร ดังตารางที่ 4 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .73 – .99 เมื่อพิจารณาจากค่าสถิติ (t) พบว่า ทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 แสดงว่าทุกตัวแปรมีน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ในระดับที่น่าเชื่อถือและสามารถอธิบายองค์ประกอบแต่ละด้านได้อย่างมีความหมาย

เมื่อพิจารณาตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบด้านการโฆษณา (Advertising) ทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .73 – .88 มีค่าความเที่ยง (R^2) อยู่ระหว่าง .54 – .78 โดยตัวแปรการโฆษณาผ่านเว็บไซต์อื่นๆช่วยให้เกิดความสนใจในทันที (Ads2) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ (Public relation) ทั้ง 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .74 – .81 มีค่าความเที่ยง (R^2) อยู่ระหว่าง .55 – .65 โดยตัวแปรการอัปเดตข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อแอปพลิเคชัน (PR3) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขาย (Sales promotion) ทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .75 – .86 มีค่าความเที่ยง (R^2) อยู่ระหว่าง .56 – .73 โดยตัวแปรการกดแชร์ให้เพื่อนแล้วได้รับเงินสำหรับสั่งอาหาร ทำให้เพิ่มจำนวนลูกค้า และยอดสั่งอาหารได้ (Sales3) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

องค์ประกอบด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceive usefulness) ทั้ง 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .78 – .84 มีค่าความเที่ยง (R^2) อยู่ระหว่าง .61 – .71 โดยตัวแปรแอปพลิเคชันสั่งอาหารช่วยประหยัดเวลาในการออกไปทานอาหารข้างนอกได้ดี (Benefits2) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

องค์ประกอบด้านการรับรู้ใช้งานง่าย (Perceive ease of use) ทั้ง 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .81 – .87 มีค่าความเที่ยง (R^2) อยู่ระหว่าง .66 – .76 โดยตัวแปรมีระบบแอปพลิเคชันสั่งอาหารสามารถใช้งานได้ง่าย (Ease1) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

องค์ประกอบด้านทัศนคติ (Attitude) ทั้ง 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .87 – .99 มีค่าความเที่ยง (R^2) อยู่ระหว่าง .75 – .98 โดยตัวแปรการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน เป็นเรื่องที่ได้รับความนิยม (Attitude1) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน
บริการจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

องค์ประกอบ/ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	t	S.E.	R ²
องค์ประกอบด้านการโฆษณา (Advertising)				
ตัวแปร Ads1: การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุม	.73			.54
ตัวแปร Ads2: การโฆษณาผ่านเว็บไซต์อื่นๆช่วยให้เกิด ความสนใจในทันที	.88	16.804**	.074	.78
ตัวแปร Ads3: โฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ยูทูบ สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น	.74	14.489**	.070	.54
ตัวแปร Ads4: โฆษณาผ่านแอปพลิเคชัน ช่วยกระตุ้นให้ เกิดการตัดสินใจสั่งอาหารมากขึ้น	.82	13.836**	.081	.66
องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ (Public relation)				
ตัวแปร PR1: การให้ข้อมูลข่าวสาร และวิธีการสั่ง อาหารทางสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลทำให้เกิดความสนใจใน การสั่งอาหาร	.74			.55
ตัวแปร PR2: การให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อโซเชียลมีเดีย ทำให้เกิดความต้องการใช้ แอปพลิเคชันสั่งอาหาร	.77	15.292**	.064	.59
ตัวแปร PR3 : การอัปเดตข้อมูลข่าวสารและ ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ต่อแอปพลิเคชัน	.81	16.063**	0.69	.65
องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขาย (Sales promotion)				
ตัวแปร Sales1: การใช้โปรโมชั่นที่หลากหลายช่วย กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจสั่งอาหาร	.76			.58
ตัวแปร Sales2: การให้ส่วนลดค่าบริการ กระตุ้นให้ ใช้บริการเพิ่มขึ้น	.75	15.053**	.069	.56
ตัวแปร Sales3: การกดแชร์ให้เพื่อนแล้วได้รับเงิน สำหรับสั่งอาหาร ทำให้เพิ่มจำนวนลูกค้า และยอดสั่ง อาหารได้	.86	16.042**	.076	.73
ตัวแปร Sales4: การมีโปรโมชั่นสำหรับสมาชิก เช่น การสะสมแต้มทำให้ท่านอยากใช้บริการสั่งอาหารมาก ขึ้น	.83	16.739**	.072	.68

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน
บริการจัดส่งอาหารในเขตเทศบาลนครอุดรธานี (ต่อ)

องค์ประกอบ/ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	t	S.E.	R ²
องค์ประกอบด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceive usefulness)				
ตัวแปร Benefits1: แอปพลิเคชันสั่งอาหารทำให้สะดวกในการใช้งาน	.78			.61
ตัวแปร Benefits2: แอปพลิเคชันสั่งอาหารช่วยประหยัดเวลาในการออกไปทานอาหารข้างนอกได้ดี	.84	17.875**	.067	.71
ตัวแปร Benefits3: แอปพลิเคชันสั่งอาหารมีเทคโนโลยีที่แสดงให้เห็นขั้นตอนการดำเนินงาน และติดตามอาหารที่สั่งได้ดีมาก	.80	16.983**	.068	.64
องค์ประกอบด้านการรับรู้ใช้งานง่าย (Perceive ease of use)				
ตัวแปร Ease1: ระบบแอปพลิเคชันสั่งอาหารสามารถใช้งานได้ง่าย	.87			.76
ตัวแปร Ease2: ระบบแอปพลิเคชันไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	.81	18.711**	.048	.66
ตัวแปร Ease3: มีขั้นตอนในการดาวน์โหลด และใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	.85	18.715**	.054	.73
องค์ประกอบด้านทัศนคติ (Attitude)				
ตัวแปร Attitude1: การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน เป็นเรื่องที่รับความนิยม	.99			.98
ตัวแปร Attitude2: การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเป็นการสร้างการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนและบุคคลใกล้ชิด	.88	18.890**	.054	.78
ตัวแปร Attitude3: เพื่อนและบุคคลใกล้ชิดมีส่วนร่วมในการกระตุ้นให้สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	.87			.75

หมายเหตุ: **p< .01

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้วิจัยอธิบายผลการวิจัยตามสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านการโฆษณา พบว่าตัวแปรการโฆษณาผ่านเว็บไซต์อื่นๆ ช่วยให้เกิดความสนใจในทันที มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ทำให้เห็นว่าการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ทำให้เกิดความสนใจ และเข้าใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Haider (2018) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลของการโฆษณาต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคจะถูกกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น เมื่อเห็นการโฆษณาผ่านสื่อ ซึ่งเกิดจากความรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจจนทำให้เกิดความเชื่อมั่นและตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ และงานวิจัยของ Panse et al. (2019) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อรูปแบบการจัดส่งอาหารแบบออนไลน์ พบว่าการโฆษณาโดยการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีผลในเชิงบวกกับรูปแบบการส่งอาหารแบบออนไลน์

2. องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่าตัวแปรการอัปเดตข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อแอปพลิเคชัน มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ซึ่งเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นและช่วยลดความรู้สึกเสี่ยงจากผู้บริโภค (Fill, 2013) การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ของร้านอาหารที่เป็นสมาชิกในแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องมีผลทำให้เพิ่มความน่าเชื่อถือ (Kotler & Keller, 2016) หากได้รับข้อมูลข่าวสารในรูปแบบกราฟฟิกเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากแอปพลิเคชันจะส่งผลในเชิงบวกกับแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ได้มากขึ้น (Salunkhe et al., 2018)

3. องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าตัวแปรการกดแชร์ให้เพื่อนแล้วได้รับเงินสำหรับสั่งอาหาร ทำให้เพิ่มจำนวนลูกค้า และยอดสั่งอาหารได้ มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐศาสตร์ ปัญญา และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2562) ในงานวิจัยเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่งพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดโปรโมชั่นส่วนลดในรูปแบบต่าง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์และเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ Chai & Ching Yat (2019) เรื่อง การให้บริการจัดส่งอาหารออนไลน์: การจัดส่งอาหารแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ (New normal) พบว่าการเสนอการส่งเสริมการขายที่หลากหลายและปรับเปลี่ยนไปตามเทศกาล มีความสัมพันธ์ที่ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับการใช้บริการจัดส่งอาหาร

4. องค์ประกอบด้านการรับรู้ประโยชน์ พบว่าตัวแปรแอปพลิเคชันสั่งอาหารช่วยประหยัดเวลาในการออกไปทานอาหารข้างนอกได้ดี มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดซึ่งจากการงานวิจัยของ Panse et al. (2019) สนับสนุนผลงานวิจัยในครั้งนี้ว่าการใช้แอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือ ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารไม่เพียงแต่เหตุผลการประหยัดเวลาเท่านั้น แต่เพราะได้รับความสะดวกสบาย แล้วทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าสามารถควบคุมเทคโนโลยีและทำให้สิ่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ยิ่งไปกว่านั้น Salunkhe et al. (2018) สนับสนุนการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

5. องค์ประกอบด้านการรับรู้ใช้งานง่าย พบว่าตัวแปรขั้นตอนในการดาวน์โหลด และใช้งานง่ายไม่ซับซ้อนมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chai & Ching Yat (2019) เรื่อง การให้บริการจัดส่งอาหารออนไลน์: การจัดส่งอาหารแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ (New normal) พบว่าความสะดวก และการใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกในการกระตุ้นพฤติกรรมสนใจในบริการจัดส่งอาหารแบบออนไลน์ แต่ในทางตรงข้าม ผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับระบบการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคซึ่งอาจทำให้ความเชื่อมั่นในการให้บริการลดลง Chai & Ching Yat (2019)

6. องค์ประกอบทัศนคติ พบว่าตัวแปรด้านสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน เป็นเรื่องที่ได้รับคามนิยมมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Belanche et al. (2020) ที่ทำการศึกษาเรื่องการใช้แอปพลิเคชันมือถือและการตลาดแบบปากต่อปากในธุรกิจการจัดส่งอาหารในสหรัฐอเมริกา พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการการจัดส่งอาหารมีผลต่อทัศนคติและบรรทัดฐานทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ประกอบทฤษฎีการสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communications) และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ทฤษฎีด้านทัศนคติ (Attitude) ซึ่งมีความเชื่อมโยงไปสู่กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision-making process) ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาเป็นแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารต่อไป

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1.2.1 ธุรกิจการจัดส่งอาหารเป็นธุรกิจบริการในรูปแบบ On-demand ที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ ผ่านมือถือแบบสมาร์ทโฟน มีรูปแบบการจัดส่งโดยเรียกผ่านคนขับรถจักรยานยนต์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ซึ่งมีความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของแอปพลิเคชัน และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับร้านอาหาร และพนักงานขับรถส่งอาหาร ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก ดังนั้นแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารจึงเป็นการโอกาสในการสร้างงานหรืออาชีพใหม่ให้กับคนเป็นจำนวนมาก

1.2.2 ข้อมูลในงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาแอปพลิเคชัน และการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการและเพิ่มความถี่ในการสั่งอาหารมากขึ้นจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการจะทำให้ผู้ประกอบการออกแบบการใช้งานให้ง่ายและมีความปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ แต่ในทางกลับกันอาจจะเกิดผลกระทบโดยตรงกับร้านอาหารแบบดั้งเดิมที่ไม่มีการปรับตัว ในการนำแอปพลิเคชันมาใช้ จะทำให้จำนวนลูกค้ามาใช้บริการลดลง โดยเฉพาะในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส หรือโรคอุบัติใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันทำให้จำนวนผู้บริโภคภายในร้านแบบดั้งเดิมลดลง (Li, Miroso & Bremer, 2020)

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้มีข้อจำกัดดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างอยู่ในพื้นที่เขตเทศบาลนครอุดรธานีเท่านั้น ยังไม่ครอบคลุมซึ่งเป็นการกำหนดจากเขตการให้บริการของแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารในจังหวัดอุดรธานี

2.2 อาจจะมีตัวแปรอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น ปัจจัยด้านการออกแบบ รูปแบบการใช้งาน (Function) หรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น ด้านสังคม วัฒนธรรม กฎหมาย การเมือง ฯลฯ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป อาจจะเปลี่ยนทำการเปลี่ยนพื้นที่หรือขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้นเพื่อเปรียบเทียบประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และสามารถนำปัจจัยอื่นๆ มาพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น และนอกจากนี้การวิจัยปรับวิธีการวิจัยเป็นการทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการเจ้าของแอปพลิเคชัน ในด้านการออกแบบพัฒนาแอปพลิเคชัน หรือกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้เป็นประโยชน์กับผู้สนใจและให้เข้าใจพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหารให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง. (2561). **จำนวนประชากรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานทะเบียนราษฎร**. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.
- ชุดินันท์ สงวนประสิทธิ์. (2563). **กสิกรไทยชี้โควิด-19 งดรายได้ท่องเที่ยวหด 7.87 แสนล้านบาท คาดวิชา STV ช่วยเพิ่มรายได้ 1.5 -2 พันล้านบาท**. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2563, จาก <https://thestandard.co/covid-19-tourism-revenue-by-7-87-million-baht/>.
- ณัฐศาสตร์ ปัญญา และ วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ**. 11(1), 53-66.
- เทศบาลนครอุดรธานี. (2560). **การจัดตั้งชุมชนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี(เพิ่มเติม)**. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2563, จาก <http://udoncity.go.th/public4/sites/default/files/news/การจัดตั้งชุมชนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี.pdf>
- ยุพเรศ พริยพลวงศ์. (2558). **ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ไมบายแอปพลิเคชันซื้อสินค้าผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**. หน้า 301-317. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). **หลังโควิด-19 ธุรกิจ Food delivery ขยายตัวบนการแข่งขันที่ยิ่งรุนแรง..ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มรุกไปสู่ Super Application**. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2563, จาก medias.thansettakij.com/pdf/2020/1596647026.pdf.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). **หลังโควิด19 แพลตฟอร์ม On-demand สร้างโอกาสทางธุรกิจเหมาะกับเงื่อนไขความต้องการที่ต่างกัน**. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2563, จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/On-Demand-FB0705.aspx>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). **รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านประจำปี พ.ศ. 2562**. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2563, จาก <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showDistrictData.php?rcode=41&statType=1&year=62>.
- สุวิมล ติรกันันท์. (2555). **การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Belanche, D., Flavian, M. & Rueda, A.P. (2020). Mobile Apps Use and WOM in the Food Delivery Sector: The Role of Planned Behavior, Perceived Security and Customer Lifestyle Compatibility. *Sustainability* 2020, 12(4275), 1-21.
- Chai, L.T. & Chiang Yat, D.N., (2019). Online Food Delivery Services: Making Food Delivery the New Normal. *Journal of Marketing Advances and Practices*, 1(1), 64-79.

- Cho, M., Bonn, M.A. & Li, J. (2019). Differences in Perceptions about Food Delivery Apps Between Single-person and Multi-person Households. **International Journal of Hospitality Management**, **77**, 108-116.
- Donthu, N. & Gustafsson, A. (2020). Effect of COVID-19 on Business and Research. **Journal of Business Research**, **117**, 284-289.
- Fill, C. (2013). **Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation**. 4th edition. Harlow, England: Pearson Education.
- Haider, T. (2018). A Study on the Influences of Advertisement on Consumer Buying Behavior. **Business Studies Journal**. **9**(1), 1-13.
- Hair, J, F., Black, W.C., Babin, B. J. & Anderson, R, E, (2010). **Multivariate Data Analysis**. Prentice Hall: Upper saddle River, NJ.
- Kotler, F. & Keller K.L. (2016). **Marketing Management. Global edition**. Harlow, England: Pearson Education.
- Li, C., Miroso, M. & Bremer, P. (2020). Review of Online Food Delivery Platforms and their Impact on Sustainability. **Sustainability 2020**, **12**(5528), 1-17.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory**. New York: McGraw Hill.
- Panse, C., Rastogi, S., Sharma, A., & Dorji, N. (2019). Understanding Consumer Behaviour towards Utilization of Online Food Delivery Platforms. **Journal of Theoretical and Applied Information Technology**. **97**(16), 4353-4365.
- Piriyakul, M., (2010). Partial least square path modeling. **Proceedings of the Applied Statistics Symposium**, June 20-23, 2010, USA.
- Rovinelli, R.J.& Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion referenced Test Item Validity. **Dutch Journal of Education Research**, **2**, 49-60.
- Salunkhe, S., Udgir, S. & Pdtkar, S. (2018). Technology Acceptance Model in Context with Online Food Ordering and Delivery Services: An Extended Conceptual Framework. **Journal of Management**, **5**(5), 73-79.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

1. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่เคยผ่านการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
3. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่มีคุณค่าทางวิชาการ เกิดขึ้นจากผู้เขียนได้ทำการทดลอง สร้างสรรค์ สังเคราะห์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานโดยตรง หรือเป็นบทความที่เสนอถึงความคิด หรือหลักการใหม่ที่เป็นไปได้และมีทฤษฎีสนับสนุนอย่างเพียงพอ มีประโยชน์ต่อการศึกษาและการวิจัย
4. ผลงานที่ส่งมาเพื่อตีพิมพ์ต้องไม่ได้ลอกเลียนหรือดัดทอนมาจากผลงานวิจัยของผู้อื่น หรือจากบทความอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือปราศจากการอ้างอิงที่ถูกต้อง
5. ผู้เขียนต้องจัดเตรียมต้นฉบับตามรูปแบบตามข้อกำหนดในการส่งต้นฉบับอย่างเคร่งครัด
6. ผู้เขียนได้แก้ไขความถูกต้องของบทความที่ส่งตีพิมพ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว
7. บทความจะต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากกองบรรณาธิการและการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์บทความละ 2 ท่าน

การเตรียมต้นฉบับ

ทางกองบรรณาธิการยินดีรับตีพิมพ์ผลงานวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ ตัวอักษรสีดำ พิมพ์ในกระดาษขาว ขนาดมาตรฐาน A4 และไม่มีเส้นบรรทัด การตั้งค่าน้ำกระดาษ เว้นขอบบนและขอบซ้าย 3.81 ซม. ขอบล่างและขอบขวา 2.54 ซม. มีความยาวไม่เกิน 15 หน้า และใช้ระบบการอ้างอิง APA

รูปแบบและขนาดตัวอักษร

ส่วนประกอบบทความ	บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Font: TH SarabunPSK)	
	ขนาดตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษร
ชื่อเรื่องภาษาไทย	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา/ตัวพิมพ์ใหญ่
ชื่อผู้เขียน และผู้เขียนร่วม	14 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ
ชื่อหน่วยงานของผู้เขียนบทความ	14 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ
บทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [กึ่งกลางหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาในบทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อคำสำคัญ	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อคำสำคัญ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ

ส่วนประกอบบทความ	บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Font: TH SarabunPSK)	
	ขนาดตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษร
หัวข้อหลักต่างๆ ได้แก่ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีดำเนินการ วิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [ขีดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อหลักต่างๆ ได้แก่ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีดำเนินการ วิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	16 [ขีดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อกิตติกรรมประกาศ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อเอกสารอ้างอิง	16 [ขีดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [ขีดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ

การอ้างอิงในเนื้อหาและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหาทุกการอ้างอิงที่ปรากฏในเนื้อหาจะต้องมีในส่วนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ และห้ามใส่เอกสารอ้างอิงโดยปราศจากการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ และให้ใช้การอ้างอิงตามระบบอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยมีรายละเอียดการอ้างอิงดังนี้

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

1.1 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาต่างประเทศ ให้ใช้ชื่อสกุลตามด้วยปีที่ตีพิมพ์ ในเอกสาร เช่น (Voss, 1998) หรือ Voss (1998) แล้วแต่โครงสร้างประโยค และ ในกรณีที่ผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คนขึ้นไป (Paul et al., 1999) หรือ Paul et al. (1999)

1.2 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาไทย ให้ใส่ชื่อและนามสกุลของผู้นิพนธ์ ตามด้วยปี พ.ศ. เช่น (กริช สืบสนธิ์, 2545) หรือ กริช สืบสนธิ์ (2545) และ (ดำรง สืบสกุล และคณะ, 2550) หรือ ดำรง สืบสกุล และคณะ (2550) ในกรณีที่ผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คนขึ้นไป

1.3 การอ้างอิง กรณีที่มีเอกสารมากกว่าหนึ่งชื่อเรื่อง โดยผู้แต่งคนเดียวกันและพิมพ์ปีเดียวกันควรกำหนดอักษร ก ข ค... กำกับไว้ที่ปี พ.ศ. ด้วย สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น สุทัศน์ ยกส้าน (2529ก) หรือ (สุทัศน์ ยกส้าน, 2529ก) และอักษร a, b, c, ... สำหรับภาษาต่างประเทศ Jackson (2009a) หรือ (Jackson, 2009a)

1.4 การอ้างอิงเอกสารมากกว่าหนึ่งรายการในวงเล็บเดียวกัน ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร โดยค้นด้วยเครื่องหมายอัฒภาค “;” ไม่ต้องเว้นหน้าเครื่องหมายนี้ แต่ให้มีหนึ่งเว้น 1 ตัวอักษร วรรคหลังเครื่องหมาย เช่น (เขาวนุช แสงยนต์, 2551; สุพาตา อินทรานุกูล, 2545) และ (Kartner, 1973; Kartner & Russel, 1975)

1.5 การอ้างอิงเอกสารที่ผู้แต่งเป็นสถาบัน ในการอ้างอิงทุกครั้งให้ระบุชื่อเต็มของสถาบัน เช่น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (2542) หรือ (ธนาคารกรุงไทย จำกัด, 2542) หรือ สมาคมเศรษฐศาสตร์เกษตรแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2545) หรือ (สมาคมเศรษฐศาสตร์เกษตรแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2545) อนึ่ง หากชื่อสถาบันนั้นยาวและมีชื่อย่อ ในการอ้างอิงครั้งแรกให้ระบุชื่อเต็มของสถาบัน และให้มีชื่อย่อในวงเล็บตรง ส่วนในการอ้างอิงครั้งต่อไปให้ระบุชื่อย่อของสถาบัน ดังตัวอย่าง

การอ้างอิงครั้งแรก (สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม [ส.ป.ก.], 2542)
การอ้างอิงครั้งต่อไป (ส.ป.ก., 2542)

การอ้างอิงครั้งแรก (Food and Agriculture Organization [FAO], 1997) การ
อ้างอิงครั้งต่อไป (FAO, 1997)

1.6 การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ปรากฏนามผู้แต่งให้ใช้คำว่า นิรนาม สำหรับเอกสารภาษาไทย และคำว่า Anonymous สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศแทนชื่อผู้แต่ง เช่น (นิรนาม, 2541) (Anonymous, 1999)

1.7 การอ้างอิงสองทอด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากเอกสารต้นฉบับ ต้องสืบค้นจากเอกสารที่ผู้อื่นได้อ้างอิงไว้ (Secondary Source) เขียนโดยการอ้างอิงโดยระบุชื่อผู้แต่งต้นฉบับ (Original) ที่ผู้อื่นนำมาอ้างอิงต่อในกรณีหนังสือของ ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล (2543) ให้ระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ ตามด้วย “อ้างใน” สำหรับเอกสารภาษาไทยหรือคำว่า “cited in” สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ แล้วระบุชื่อผู้ที่นำผลงานนั้นมาอ้างอิง เช่น (McCracken, 1996 อ้างใน ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล, 2543) หรือ (สุภาพ ฉัตรภรณ์, 2542 อ้างถึงใน จรุวรรณ พฤษติกุล, 2549) (Campbell and Stanley, 1969 cited in Gay, 1992)

1.8 การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ในตำแหน่งที่ต้องระบุปีที่พิมพ์ ให้ระบุ ม.ป.ป. สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น (สถาบันอินทรีจันทร์สถิตย์เพื่อการค้นคว้าและพัฒนาด้าน พืชศาสตร์, ม.ป.ป.) และ n.d. สำหรับ เอกสารภาษาต่างประเทศ เช่น (Miller, n.d.)

2. รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

2.1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ ชื่อเรื่อง./ ครั้งที่พิมพ์ (ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./
////////// สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา. (2546). **กรอบแนวทางการประเมินคุณภาพภายนอก ระดับอุดมศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภิญโญ สาร. (2521). **หลักบริหารการศึกษา**. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.

Cogan, J. J. (1986). **Global Education: An Interview with John J. Cogan**. Teaching and Learning Elementary Social Studies. Boston: Allyn and Bacon, Inc.

2.2 บทความจากวารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปีที่ (ฉบับที่)./
//////// เลขหน้าที่ปรากฏ.

ตัวอย่างเช่น

สายสนม ประดิษฐ์ดวง. (2541). ข้าวกล้องและรำข้าว-อาหารป้องกันโรค. **วารสารอุตสาหกรรมเกษตร**, 9(2), 38-41.

ณรงค์ ศรีสุวรรณ สุรพล เจริญพงศ์ และพิชัย วิชัยดิษฐ์. (2539). คุณสมบัติของชุดดินที่จัดตั้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและความเหมาะสมในการใช้ประโยชน์ที่ดิน. **เอกสารวิชาการกองสำรวจและจำแนกดิน กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์**, 2(12), 12-18.

Nguyen, H. V., Dommel, H. W., & Marti, J. R. (1997). Direct phase-domain modeling of frequency-dependent overhead transmission lines. **IEEE Transaction on Power Delivery**, 12(3), 1335-1342.

2.3 รายงานการวิจัย/วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อวิทยานิพนธ์./ วิทยานิพนธ์./
//////// ชื่อปริญญา/ ชื่อสถาบัน.

ตัวอย่างเช่น

จิรพร สร้อยสุวรรณ. (2547). การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาชายในสถาบันราชภัฏในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกสุศึกษา ภาควิชาพลศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพวรรณ ธีรพันธ์เจริญ. (2546). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

2.4 เอกสารประกอบการสัมมนา/การประชุมทางวิชาการ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ใน/ ชื่อการประชุม./
//////// เลขหน้าที่ปรากฏ./ สถานที่พิมพ์./ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

สุนัน ตั้งทวีพัฒนา และ บุญล้อม ชีวะอิสระกุล. (2533). การใช้เมล็ดทานตะวันเป็นแหล่งโปรตีนและพลังงานในอาหารสัตว์ปีก. ใน **รายงานการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ครั้งที่ 28 (สาขาสัตวศาสตร์และประมง)**, หน้า 47-59. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Henderson, S. (1978). An evaluation of the filter feeding fishes, silver and bighead carp, for water quality improvement. In **Symposium on the Culture of Exotic Fishes**, pp. 121-136. Alabama: Auburn University.

2.5 ข้อมูลที่สืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเอกสาร./สืบค้นเมื่อ/วัน/เดือน/ปี./จาก/
//////////แหล่งที่เข้าถึงได้

ตัวอย่างเช่น

ประสพ รัตนกร. (2548). **ใจเขาใจเรา**. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2548, จาก
<http://www.bnn.go.th/files/library/c-a03.htm>

Boyles, S. (2001). **World diabetes day has people pondering their risk**. Retrieved November 16, 2001, from <http://my.webmd.com/content/article/1667.51328>

2.6 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุลของผู้ให้สัมภาษณ์./ (ปี./วัน/เดือนที่สัมภาษณ์)./
//////////ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี), ชื่อหน่วยงานหรือที่อยู่ผู้ให้สัมภาษณ์.
สัมภาษณ์.

ตัวอย่างเช่น

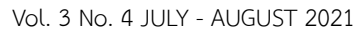
สมควร ดีประเสริฐ. (2543, 12 เมษายน). ราษฎร. หมู่บ้านโนนม่วง ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น.
สัมภาษณ์.

Chindaprasert, P. (1999, August 20). President. Khon Kaen University. **Interview**.

การส่งต้นฉบับ

สามารถส่งต้นฉบับผลงานออนไลน์ได้ที่ <https://ms.udru.ac.th/msjournals/> และ
สามารถติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
อาคาร 3 เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000
โทรศัพท์: 042-211040 ต่อ 1160 โทรสาร: 042-211069

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

งานวิจัยและบริการวิชาการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

อาคาร 3 เล่งที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทร : 042-211040 ต่อ 1160 โทรสาร : 042-211069

E-mail : msudru.journal@udru.ac.th

Website : <http://ms.udru.ac.th/msjournals>

