



วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 2 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2563)

Vol.2 No.5 (September – October 2020)

ISSN 2228-8031 (Print)

ISSN 2697-5300 (Online)

บทความวิจัย

- การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 11
ณัฐวัฒน์ พระงาม และ จเร เกื้อนพวงแก้ว
- ทักษะจิต ความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย 29
ธนาภิญญา อัดตฤทธิ, ดวงพร ชุนอาจสูงเนิน และ สุกฤตา บุรินทร์วัฒนา
- แนวโน้มค่าธรรมเนียมนการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 45
สุมินทร เป้าธรรม, ดวงฤดี อุ๋, ณัฏฐณิชา วรรณสี, กิตติยา บุญทอง และ เบญจมาศ สืบสิงห์
- ผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการปฏิบัติงานที่ดี 59
ทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
วรุณพร เลิศสหพันธ์, อุเทน เลาน้ำทา และ อัครวิช ครอบคอบ
- อิทธิพลของความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงาน: 73
หลักฐานการศึกษาในจังหวัดชัยภูมิ
ศรัณญา ศีกสงคราม และ อนงค์นุช เทียนทอง
- การพัฒนาระบบบัญชีกลุ่มมอทรัพย์หมู่บ้านดอนคัน ตำบลคูซอด อำเภอสทิงพระ 89
จังหวัดสงขลา
ชิดชนก มากเชื้อ และ ชฎามาศ แก้วสุกใส



วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 2 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2563)
JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE
UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY
Vol. 2 No. 5
September – October 2020
ISSN 2228-8031 (Print)
ISSN 2697-5300 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 2 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2563)

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 2 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2563)

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญ ถาวรจักร์

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนา ดุลยพัชร

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญญา สิ้นชื่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย

สาขาวิชาการตลาด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ณ หนองคาย

สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสกสรร สายสีเสด

สาขาวิชานิติศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกฤต ปิติพัฒน์

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐ อมรภิญโญ

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิธาน เมฆกมล

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์สิริ ชุศรีโหม

สาขาวิชาการท่องเที่ยว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริสา จัตุชัย

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.กนกกร บุญมี

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวิทย์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ศรีวัชรธรรมะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผไทรัตน์ ภาสน์พิพัฒนกุล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 2 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2563)

คณะกรรมการดำเนินงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญญา สิ้นชื่น	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพรพิทย์ เลิศปรีดากร	กรรมการฝ่ายตรวจสอบภาษาต่างประเทศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาวิตรี บุญมี	กรรมการฝ่ายพิสูจน์อักษร
นางธนารีย์ เลิศนราพันธ์	กรรมการฝ่ายดำเนินการและจัดการ วารสารและฝ่ายพิสูจน์อักษร
นายชินโชติ หล้ามาชน	กรรมการฝ่ายดำเนินการและจัดการ วารสารและฝ่ายพิสูจน์อักษร
นายพีระชัย ศรีบุญเรือง	กรรมการฝ่ายสารสนเทศ
นางสาวชวพร แสงราม	กรรมการฝ่ายการเงินและพัสดุ
นายณฤพนธ์ ลาลด	กรรมการฝ่ายออกแบบรูปเล่ม

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ปีที่ 2 ฉบับที่ 5 (กันยายน – ตุลาคม 2563)

รองศาสตราจารย์ ดร.กัณฑ์พร ทองใบ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิ่งสุวดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกฤต ปิติพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญญา สิ้นชื่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ดร.สมคิด นาพรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริสา จัตุชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทบรรณาธิการ

การจัดทำวารสารวิทยาการจัดการ กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของบทความวิจัยที่คัดเลือกนำมาลงตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ โดยบทความวิจัยทุกบทความที่ตีพิมพ์จะต้องผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการ และได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเหล่านี้ได้ใช้เวลาอันมีค่าในการพิจารณาบทความ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์บทความที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นแก่นักวิจัย เพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการวิชาการ โดยวารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 2 ฉบับที่ 5 ยังคงอัดแน่นด้วยเนื้อหาทุกแง่มุมในเชิงธุรกิจ จำนวน 6 บทความ ซึ่งทุกบทความล้วนเป็นการศึกษาที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ทุกธุรกิจจะต้องปรับตัวให้เข้ากับนโยบายทางเศรษฐกิจของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการศึกษานวัตกรรมทางการเงินที่หลากหลาย ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีเนื้อหาที่ศึกษาถึงการก่อกวนส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงาน ซึ่งเป็นปัญหาที่เรื้อรังฝังรากลึกในสังคมปัจจุบัน การพัฒนาธุรกิจฐานราก ด้วยการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ และยังมีองค์ความรู้สำหรับการศึกษาค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่น ในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

โดยกองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความที่น่าสนใจในวารสารฯ นี้ จะสามารถเพิ่มศักยภาพธุรกิจ ทั้งขนาดใหญ่และระดับฐานรากของประเทศ ให้ขับเคลื่อนธุรกิจ ให้ก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็ว

ชนัญญา สิ้นสิ้น
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	
การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง	
ณัฐวัฒน์ พระงาม และ จเร เกื้อนพวงแก้ว.....	10
ทัศนคติ ความไว้วางใจที่มีต่อ ความตั้งใจใช้ งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย	
ธนาภิญญา อัดตฤทธิ, ดวงพร ชุนอาจสูงเนิน และ สุกฤดา บุรินทร์ วัฒนา.....	29
แนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	
สุมินทร เป้าธรรม, ดวงฤดี อุ, ณัฐธินิชา วรรณสี, กิตติยา บุญทอง และ เป็ญจมาศ สืบสิงห์....	45
ผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการปฏิบัติงานที่ดี ทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย	
วรณพร เลิศสหพันธ์, อุเทน เลาน้ำทา และ อัครวิชัย รอบคอบ.....	59
อิทธิพลของความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงาน: หลักฐานการศึกษาในจังหวัดชัยภูมิ	
ศรัญญา ศีกสงคราม และ อนงค์ นุช เทียนทอง.....	73
การพัฒนาระบบบัญชีกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคุชูด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา	
ชิดชนก มากเชื้อ และ ชฎามาศ แก้วสุกใส.....	89
คำแนะนำสำหรับผู้เขียน.....	101

การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

DIGITAL INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS AND SERVICE MARKETING
MIX FACTORS TOWARD TRAVELLING DECISIONS
IN THE LOWER NORTHERN REGION

ณัฐวัฒน์ พระงาม¹ และ จเร ถิ่นพวงแก้ว²

¹คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

²คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Nathawat Prangam¹ and Jaray Thuenphuangkaew²

¹Faculty of Business Administration and Accountancy, Phitsanulok University

²Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

(Received: June 15, 2020; Revised: July 28, 2020; Accepted: August 14, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2) ศึกษาความสัมพันธ์ของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 3) ศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการกำหนดสัดส่วนและสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .908 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยภาพรวมและรายด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2) การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดดิจิทัล, ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจ

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study digital integrated marketing communications, service marketing mix and travelling decisions in the lower northern region, 2) to analyze the correlation between digital integrated marketing communications, service marketing mix and travelling decisions in the lower northern region, and 3) to examine the influence of digital integrated marketing communications and service

marketing mix toward travelling decisions in the lower northern region. The sample consisted of 400 tourists of travelling in the lower northern region using quota sampling and simple random sampling, respectively. The research instrument was a questionnaire and the reliability value was .908. The statistics used in data analysis were frequency, mean, standard deviation, Pearson's product-moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

The research found that; 1) Digital integrated marketing communications, service marketing mix and travelling decisions was overall and in each individual aspect was at the highest level. 2) Relationship between digital integrated marketing communications, service marketing mix factors affecting travelling decisions was at the high level at .01 statistically significant level. 3) Digital integrated marketing communications, service marketing mix factors can influence travelling decisions in the lower northern region.

Keywords: Digital Integrated Marketing Communications, Marketing Mix, Decisions Marking

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ถึงท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาของประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยการส่งเสริมจากภาครัฐที่ผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ควบคู่กับการพัฒนาประเทศ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ด้วยภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างของแต่ละพื้นที่ในแต่ละภูมิภาคที่หลากหลาย เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาดโดยใช้ประโยชน์จากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ สร้างความเข้มแข็งจากภายในให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะทำให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

จากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง พ.ศ. 2561-2564 ประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดตาก ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง ที่มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวที่หลากหลายบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวระดับเมืองรอง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวให้ดีขึ้น ไม่ให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม และปัญหาการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวกระจุกตัวเพียงจังหวัดท่องเที่ยวหลักเท่านั้น โดยที่ผ่านในปี พ.ศ. 2561 พบว่า กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง มีรายได้จากการท่องเที่ยว มูลค่า 20,001.45 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยร้อยละ 14.81 สูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับประเทศ (ร้อยละ 13.10) อัตราการขยายตัวรายได้ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มจังหวัดอื่น พบว่า กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง มีอัตราการขยายตัวรายได้ท่องเที่ยวอยู่อันดับที่ 8 ของกลุ่มจังหวัดทั้งหมด

(สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2561) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างมีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นที่มีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและหลากหลายรูปแบบ ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี อย่างไรก็ตามจากงานวิจัยของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, ธนวัฒน์ ขวัญบุญ และ อนงค์พร โสလာวกุล (2558) ปัญหาหนึ่งที่พบก็คือ สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว พัฒนาต่อยอดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ายกระดับรายได้ของการท่องเที่ยว และต้องมีการประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบเดิมอาจไม่สามารถตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำธุรกิจ เพื่อสร้างคุณค่าในการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำนวนมากนำเครื่องมือนี้มาใช้เพื่อสื่อสารข่าวสารของธุรกิจไปยังผู้บริโภค และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อและการท่องเที่ยวในอนาคต (Armstrong and Kotler, 2013) นอกจากนี้ Kotler (2000) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการว่า เป็นเครื่องมือสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งการสื่อสารการตลาดในปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลกลายมาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยว การพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารทางการตลาดจำเป็นต้องเรียนรู้ และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดด้วยการบูรณาการสร้างสรรค์ใหม่ด้วยวิธีการสื่อสารการตลาดดิจิทัล (DIMC) เพื่อช่วยให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายทางการตลาด และให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Godes & Silva (2012) ที่พบว่า ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 90 ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่ออ่านรีวิวสินค้าหรือบริการก่อนตัดสินใจซื้อ โดยที่ร้อยละ 67 ของผู้ซื้อสินค้าให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาดที่น่าสนใจ ด้วยเหตุนี้องค์กรต่างๆ จึงได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยนำเสนอสินค้าหรือบริการมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดดิจิทัลที่เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน การสื่อสารการตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการจึงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้รับการยอมรับ และเป็นช่องทางที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารที่มีคุณภาพและตรงความต้องการ กระตุ้นความสนใจการท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างเพิ่มขึ้น

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงการรับรู้การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการวางแผนการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อบริหารจัดการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างใน 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดตาก มีจำนวนทั้งสิ้น 902,181 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตรคำนวณของ Krejcie & Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่าง 384 คน และเพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ผู้วิจัยได้สำรวจแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์อีก 16 คน ดังนั้นจึงได้เก็บตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ใช้วิธีการกำหนดสัดส่วนโดยทำการเทียบบัญญัติไตรยางศ์ และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

จังหวัด	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
พิษณุโลก	230,245	102
อุตรดิตถ์	102,233	45
เพชรบูรณ์	257,304	114
สุโขทัย	110,009	49
ตาก	202,390	90
รวม	902,181	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 3) ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวใน

พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวของ Likert Scale ซึ่งแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ การสร้างและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ซึ่งข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และนำไปทดสอบกับประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด (Try Out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) และเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟาต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 ถือได้ว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือ (Cronbach, 1990) ซึ่งพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของชุดแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยทั้งหมด 0.908 จำแนกรายด้านคือ ด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เท่ากับ 0.828 ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ เท่ากับ 0.918 และด้านการตัดสินใจท่องเที่ยว เท่ากับ 0.873

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ใน 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดตาก โดยลงเก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด จำแนกแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 แหล่ง คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ ตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ

4.2 ข้อมูลระดับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การแปลความหมายของระดับคะแนนตามเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2555)

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2555) ดังนี้

0.81 ถึง 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

0.61 ถึง 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

0.41 ถึง 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

0.21 ถึง 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

0.00 ถึง 0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

4.4 การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 53 และเพศชายร้อยละ 47 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 46 กลุ่มอายุ 35-44 ปี ร้อยละ 22 และอายุระหว่าง 16-24 ปี ร้อยละ 14 อายุระหว่าง 45-54 ปี ร้อยละ 12 และสูงกว่า 54 ปี ร้อยละ 6.0 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้นคือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา (มัธยมต้นและมัธยมปลาย) ร้อยละ 26 สูงกว่าปริญญาตรี 17.5 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 48 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 32 และอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 20 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 47.5 รองลงมาคือไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 34.5 และ 30,001-45,000 บาท ร้อยละ 18 ส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง ร้อยละ 45 รองลงมาคือ ภาคเหนือร้อยละ 32 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 18 และภาคใต้ ร้อยละ 5 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ระดับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง แสดงรายละเอียดดังตาราง 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด บริการ และการตัดสินใจท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3.53	0.66	มาก
การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล	3.75	0.73	มาก
การขายโดยบุคคลผ่านสื่อดิจิทัล	3.54	0.65	มาก
การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล	3.55	0.64	มาก
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล	3.43	0.68	มาก
การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล	3.57	0.61	มาก
การจัดกิจกรรมพิเศษผ่านสื่อดิจิทัล	3.44	0.58	มาก
การบริการลูกค้าผ่านสื่อดิจิทัล	3.45	0.74	มาก
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	3.58	0.66	มาก
ผลิตภัณฑ์	3.60	0.61	มาก
ราคา	3.73	0.77	มาก
สถานที่	3.50	0.81	มาก
การส่งเสริมการตลาด	3.69	0.61	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด บริการ และการตัดสินใจท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
บุคลากร	3.62	0.62	มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.43	0.68	มาก
กระบวนการ	3.51	0.54	มาก
การตัดสินใจ	3.53	0.89	มาก
การรับรู้ปัญหา	3.55	0.84	มาก
การค้นหาข้อมูล	3.46	0.95	มาก
การประเมินทางเลือก	3.57	0.91	มาก
การตัดสินใจเลือก	3.51	0.88	มาก
การประเมินผลของการตัดสินใจ	3.54	0.88	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ โดยจำแนกเป็นรายด้านคือ ด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และด้านการตัดสินใจท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3 - 5

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	การตัดสินใจท่องเที่ยว	
	r	p
การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	0.776	0.000**
ส่วนประสมทางการตลาด	0.650	0.000**

** $p < .01$

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ คือ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เพื่อให้แน่ใจว่าไม่ให้เกิดปัญหา Multicollinearity คือ ความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระในภาพรวมพบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ($p < .01$) โดยความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจท่องเที่ยวใน

พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .650 ถึง .776 โดยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างในทิศทางบวก

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	b	SE _b	β	t	p-value	VIF
การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล	0.107	0.022	0.173	4.833	0.000**	3.476
การขายโดยบุคคลผ่านสื่อดิจิทัล	0.146	0.020	0.209	7.454	0.000**	2.141
การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล	0.132	0.018	0.187	7.194	0.000**	1.837
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล	0.244	0.016	0.366	15.608	0.000**	1.491
การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล	0.349	0.019	0.464	18.288	0.000**	1.751
การจัดกิจกรรมพิเศษผ่านสื่อดิจิทัล	0.069	0.023	0.088	3.033	0.003**	2.285
การบริการลูกค้าผ่านสื่อดิจิทัล	0.073	0.019	0.117	3.867	0.000**	2.508
R = .925 R ² = .856 Adj R ² = .853 SE _{est} = .1741 F = 332.170 **p < .01						

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า การสื่อสารการตลาดดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยอธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ได้ร้อยละ 85.6 (R² = .856) ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของตัวเกณฑ์ (Y) และตัวพยากรณ์ (X) มีค่าเท่ากับ 0.925 และค่าความคาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์เท่ากับ 0.174 และพบว่า การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างมากที่สุด ซึ่งค่า VIF ของตัวแปรต้นทุกๆ ตัวแปร มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือ 5.00 แสดงให้เห็นว่าไม่มีปัญหาเรื่อง multicollinearity (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

ส่วนประสมทางการตลาด	b	SE _b	β	t	p-value	VIF
ผลิตภัณฑ์	0.261	0.041	0.352	6.441	0.000**	2.262
ราคา	0.102	0.037	0.172	2.739	0.006**	2.982
สถานที่	0.103	0.026	0.184	3.996	0.000**	1.605
การส่งเสริมการตลาด	0.099	0.045	0.133	2.198	0.029*	2.760
บุคลากร	0.234	0.036	0.320	6.514	0.000**	1.826

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	b	SE _b	β	t	p-value	VIF
ลักษณะทางกายภาพ	0.025	0.034	0.037	7.335	0.046*	1.878
กระบวนการ	0.052	0.04	0.062	1.307	0.019*	1.677
R = .694 R ² = .481 Adj R ² = .472 SE _{est} = .3303 F = 51.910 *p< .05 **p< .01						

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (p < .01) โดยอธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ได้ร้อยละ 48.1 (R² = .481) ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของตัวเกณฑ์ (Y) และตัวพยากรณ์ (X) มีค่าเท่ากับ 0.694 และค่าความคาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์เท่ากับ 0.330 และพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างมากที่สุด ซึ่งค่า VIF ของตัวแปรต้นทุกๆ ตัวแปร มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือ 5.00 แสดงให้เห็นว่าไม่มีปัญหาเรื่อง Multicollinearity (Hair et al., 2010)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ผู้วิจัยอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ระดับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ได้ข้อค้นพบสำคัญคือ ภาพรวมทั้ง 3 ตัวแปรมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปร พบว่า ภาพรวมการสื่อสารการตลาดดิจิทัลอยู่ในระดับมาก และในรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่สามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทำให้นักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจสามารถรับรู้ข้อมูลต่างๆ ผ่านทางสื่อดิจิทัล ที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเปลี่ยนเป้าหมายหรือพฤติกรรมไปตามข้อมูลที่โน้มน้าว ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Yoo, Lee & Gretzel (2007) กล่าวถึงความสำคัญของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในรูปแบบสังคมออนไลน์ว่าเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการค้นหาข้อมูลและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับแนวคิดของ Armstrong & Kotler (2013) ที่กล่าวว่า การทำการตลาดออนไลน์ หรือ Online Marketing ทำให้คนทั่วโลกสามารถเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ต่างๆ ในระบบอินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์อื่นๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ดังนั้นจึงมีการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายมากขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ดังนั้นการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ต้องนำเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบมาใช้ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เช่น การโฆษณา

ผ่านสื่อดิจิทัล การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล การใช้พนักงานขายผ่านสื่อดิจิทัล และการตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล เป็นต้น เพื่อสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับ และมุ่งหวังให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมตามที่ต้องการกำหนด สอดคล้องกับแนวคิดของ วรมน บุญศาสตร์ (2558) กล่าวว่า นักสื่อสารการตลาดจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการตลาดให้หลากหลายและเลือกช่องทางในการสื่อสารให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ในรูปแบบการตลาดยุคดิจิทัล (Digital Marketing) ซึ่งมีหลักการทำการตลาดที่เข้าใจง่าย เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยอาศัยสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เป็นเครื่องมือช่องทางในการทำการสื่อสารการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรัชกฤษ ศุทธิเวทิน และ ภูเกริก บัวสอน (2562) ศึกษากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซด มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน แต่ในการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ พบว่า มีความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณาผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร การขายโดยบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ และการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการลดราคา

ระดับส่วนประสมทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ สถานที่ และลักษณะทางกายภาพ แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านราคา เนื่องจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างมีความเหมาะสม ค่าที่พัก ค่าอาหารและกิจกรรมต่างๆ มีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับการเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น ทำให้ตัวแปรด้านราคาอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับ Rogers (2000) โดยกล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาเป็นการพิจารณาถึงการตั้งราคาที่ตมคำนึงต้นทุน เช่น การท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร เครื่องดื่ม อำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากราคามีความหลากหลายและเหมาะสม จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรสุตา อุเมือง (2546) ที่กล่าวว่า ราคาของการท่องเที่ยวสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ถ้าหากมีราคาสูง อาจจะทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ลดน้อยลง ในขณะที่ราคาของการท่องเที่ยวไม่สูงมากนัก จะทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ มีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณาในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ การมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวของชุมชน และที่พัก/โรงแรม มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ และสอดคล้องกับ Rogers (2000) โดยกล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นและโน้มน้าวให้เกิดความสนใจอยากเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนผสมของการส่งเสริมตลาด 4 ประการคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขาย พร้อมทั้งใช้รูปแบบสื่อต่างๆ อาทิเช่น ปรายฉน์ทางตรง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว เป็นต้น รวมทั้งยังสอดคล้องกับ Crouch & Weber (2002) โดย

กล่าวว่าการส่งเสริมตลาด หมายถึง การโฆษณาโดยใช้สื่อต่างๆ ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคารวมถึงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ อย่างไรก็ตามในการบริหารทางการตลาดนั้น ต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7P's เนื่องจากทำให้เกิดกระบวนการสื่อสารข้อมูลสินค้าหรือบริการ ที่สามารถทำให้สินค้าหรือบริการนั้นสามารถส่งไปถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การตัดสินใจท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยในด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การรับรู้ปัญหา การประเมินผลของการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือก การค้นหาข้อมูล ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยว โปรแกรม กิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด โดยมักเกิดจากมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ๆ และตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากสถานที่นั้นน่าสนใจและดึงดูดใจ ซึ่งจะตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของตนเองเท่านั้น และเมื่อเกิดความพอใจต่อการท่องเที่ยวก็จะแบ่งปันประสบการณ์และแนะนำให้ผู้อื่นทราบ โดยนักท่องเที่ยวจะทำการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวทุกครั้งก่อนตัดสินใจ ดังผลการวิจัยของ นิยม เจริญศิริ (2558) ที่ศึกษาปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในขั้นที่ 3 ขั้นการประเมินที่พักแรมมากที่สุด ขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังการเข้าพักแรม และขั้นที่ 1 จุดประสงค์หลักในการเข้าพักแรม ซึ่งทุกปัจจัยอยู่ในระดับสำคัญมาก สอดคล้องกับ ฉัตรชัย อินทสังข์ และ ดุชนิ เทียมเทศ บุญมาสูงทรง (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงชุมชนกลุ่มมิลเลนเนียล กรณีของบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านการตัดสินใจมาท่องเที่ยวคือ การได้แนวคิดสร้างสรรค์ผลงาน ด้านการค้นหาข้อมูลคือ การตัดสินใจมาจากประสบการณ์ส่วนตัว ด้านการประเมินทางเลือกในการมาท่องเที่ยวคือ เกิดจากการส่งเสริมการตลาดที่ดี ด้านเหตุผลที่มาคือ สถานที่สวยงาม และด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยวคือ มีแนวโน้มจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวบ้านด่านเกวียนอีก

2. ความสัมพันธ์ของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ที่พบว่า การสื่อสารการตลาดดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับสูง ($r = 0.776$) โดยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้อาจเนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการท่องเที่ยวมากขึ้น ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายในการชักจูงและโน้มน้าวใจในการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังผลการวิจัยของ ธนินนุช เจริญศิริ (2558) ที่ศึกษาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การโฆษณาส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ การสนใจในข้อมูลที่ได้รับและการตัดสินใจออกเดินทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ การเกิดความสนใจในข้อมูลที่ได้รับ การเกิดความสนใจในข้อมูลที่ได้รับ การเกิดความต้องการเดินทาง และการตัดสินใจออกเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การตลาดทางตรง ส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ เกิดความสนใจ การสนใจในข้อมูลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การใช้พนักงานขาย ส่งผล

ต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ทำให้การความสนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ การเกิดความใส่ใจในข้อมูลที่ได้รับ การเกิดความสนใจในข้อมูลที่ได้รับ การเกิดความต้องการเดินทาง และการตัดสินใจออกเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรตามทุกตัวร่วมกันส่งผลต่อการใส่ใจในข้อมูลที่ได้รับ การสนใจในข้อมูลที่ได้รับความต้องการเดินทาง และการตัดสินใจออกเดินทาง เมื่อพิจารณาตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับสูง ($r = 0.650$) โดยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในการตัดสินใจท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากหลายปัจจัย ทำให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีการแข่งขันทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกตัดสินใจใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด ดังนั้นปัจจัยทุกด้านจึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ สอดคล้องงานวิจัยของ อรุณี ลอมเศรษฐี (2554) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่พักและการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarker et al. (2012) ที่พบว่าองค์ประกอบของปัจจัยส่งเสริมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด อีกทั้ง Lovelock & Wirtz (2011) ยังพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

3. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ที่พบว่า การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง เมื่อพิจารณาตัวแปรการสื่อสารการตลาดดิจิทัล พบว่า ด้านการตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัลเป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง และเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งทัศนคติและการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการสามารถส่งข้อมูลตรงถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยหากข้อมูลที่สื่อสารตรงกับความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยว ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโดยทันที ทั้งนี้หากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจัดทำรูปแบบให้แลดูสวยงามสะดุดตา ใช้รูปภาพประกอบแสงสีที่สวยงาม หรือมีฟังก์ชันอื่นที่โดดเด่น ก็สามารถสร้างยอดขายและรายได้ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวได้ ดังเช่นผลการวิจัยของ ธนินุช เจริญสี (2558) ที่ศึกษาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การตลาดทางตรงส่งผลต่อการเกิดความใส่ใจในข้อมูลที่ได้รับ และส่งผลต่อความสนใจในข้อมูลที่ได้รับเท่ากัน ยังไม่สามารถทำให้เกิดการตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยว โดยการตลาดทางตรง เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงไปยังลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีคุณลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการสื่อสารที่ไม่มีความเป็นสาธารณะ (Nonpublic) เนื่องจากสารหรือข้อความจะถูกส่งไปยังบุคคลที่กำหนดเท่านั้น เป็นการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Customized) หรือเฉพาะบุคคล (Personalize) เนื่องจากสารหรือข้อความจะถูกจัดเตรียมเพื่อให้

ปรากฏแก่บุคคลที่จำเพาะเจาะจงเอาไว้ และทันต่อเหตุการณ์ (Up to Date) หมายถึง สารหรือข้อความ สามารถถูกจัดเตรียมได้อย่างทันทั่วที่ ทันสมัยเสมอ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคำตอบโต้ของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, กิรติ ตระการศิริวานิช และ ทิพย์ารณ รัตนลาภ (2560) ที่ศึกษาการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย โดยพบว่า การทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการ จะต้องดำเนินการภายใต้มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวประเภทนี้ ผู้ประกอบการจะต้องส่งเสริมการขาย และทำการตลาดทางตรง (direct marketing) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ และสอดคล้องกับ Blythe (2000) ได้กล่าวว่าจุดสำคัญของการตลาดทางตรงคือ มีการวัดการตอบสนองจากผู้รับสารได้ โดยดูจากจำนวนการตอบกลับหรือตอบรับ และทำให้บริษัทมีฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อเป็นประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว จึงไม่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทาง แต่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในข้อมูลที่ได้รับ

เมื่อพิจารณาตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง โดยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากบุคลากรเป็นสำคัญ โดยบุคลากรถือว่าเป็นช่องทางที่จะสร้างสัมพันธ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งความเต็มใจในการให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ ความสุภาพอ่อนโยน การให้คำแนะนำหรือรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สร้างความรู้สึกและประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวอื่นตัดสินใจได้เร็วขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะตัดสินใจท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากข้อมูลของผู้ที่มีประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นมาก่อน ซึ่งหากนักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจก็จะทำให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ดังเช่นผลการวิจัยของ สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์ (2555) ที่ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความเต็มใจในการให้บริการความพร้อมที่จะให้บริการ ความสุภาพอ่อนโยน การให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และการให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ แก่ผู้ใช้บริการบ่อน้ำพุร้อน ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ คุณัญญา พรหมปัญญานันท์ และ นิตนา ฐานิธธนกร (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ สื่อสังคมออนไลน์และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานมี กิริยา มารยาท สุภาพ เรียบร้อย พนักงานบริการเป็นกันเอง กระตือรือร้น และรวดเร็ว พนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็วในการบริการนั้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อีกทั้งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปิยพร ทองสุข (2559) ที่ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับ

นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ผลลัพธ์ และบุคลากร เป็นสามอันดับแรก สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับเพศทางเลือก มีการปรับตัวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกมากขึ้น โดยธุรกิจที่พิกัดด้านการออกแบบสถานที่และการบริการเสมือนอยู่บ้าน ธุรกิจสปา และชานา เน้นในเรื่องความสะอาด ความคุ้มค่าของราคา และธุรกิจสถานบันเทิงเน้นความเป็นมิตรและความสุภาพในการบริการของพนักงาน และสอดคล้องกับแนวความคิดของ Morrison (2010) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่ดีของบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การให้ความใส่ใจกับนักท่องเที่ยว มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาสุภาพเรียบร้อย ให้บริการอย่างมีน้ำใจ เป็นต้น เป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างดี และจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวแล้วอยากกลับมาอีกครั้ง รวมถึงการบอกต่อให้ผู้อื่นเข้ามาท่องเที่ยวอีกด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาธิตา คงสนทนา (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และเจตนาในการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต เนื่องจากผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญในสินค้าและบริการที่จำหน่าย สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี มีอัธยาศัยดี และแต่งกายด้วยชุดฟอร์มเหมือนกัน นอกจากนี้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอาจพิจารณาตัวแปรอื่นร่วมด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกมิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เนื่องจากสื่อดิจิทัลสามารถสร้างการรับรู้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจง และเป็นสื่อที่ผู้รับรู้ข้อมูลเกิดความสนใจในสินค้าหรือข้อความหลักที่สื่อสาร สามารถเชื่อมต่อหรือสืบค้นเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ทันที เน้นการใช้เครื่องมือที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นวิธีการที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ในด้านการสร้างเนื้อหาทางการตลาด ใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ในรูปแบบบูรณาการ เพื่อเชื่อมโยงสื่อและประสบการณ์ผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งสามารถสร้างกระแสทางการตลาดได้อย่างรวดเร็ว

1.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีการบูรณาการร่วมกับวิธีการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดี โดยใช้สื่อวิดีโอในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถสร้างการรับรู้และจุดสนใจกลุ่มเป้าหมาย และใช้วิธีอื่นร่วมด้วยทั้งการขายโดยบุคคลผ่านสื่อดิจิทัล การบริการลูกค้าผ่านสื่อดิจิทัล การจัดกิจกรรมพิเศษผ่านสื่อดิจิทัล การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล โดยเลือกรูปแบบให้สอดคล้องเหมาะสมกับพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

1.3 ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยว ควรสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล ด้วยการใช้อัปเดตข้อมูล การแชร์ข้อมูลรูปภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง เช่น เว็บไซต์ เว็บเพจ สื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ

เพื่อช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

1.4 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญต่อการสร้างการตระหนักรู้และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้หรือได้รับความพึงใจและเกิดการกลับมาท่องเที่ยวใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านบุคลากร โดยพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในด้านการให้บริการ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการที่สร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรพัฒนาตัวแปรอื่นด้วยเช่นกัน ทั้งด้านรูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยว เนื่องจากทุกตัวแปรส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ดังนั้นหากพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จะสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจท่องเที่ยวได้

1.5 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริง และกระบวนการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์พัฒนาการสื่อสารทางการตลาด และปรับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลได้อย่างสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และเพื่อเป็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตศึกษาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลกับตัวแปรอื่น เช่น การรับรู้ ทัศนคติ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ ฯลฯ หรือการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจอื่น เพื่อเป็นการพิสูจน์ยืนยัน และขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการวิจัยที่จะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดในอนาคต

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรใช้เทคนิคระเบียบวิธีวิจัยอื่น เช่น เชิงคุณภาพ เชิงผสมผสาน การทำ focus Group หรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อค้นหาตัวแปรอื่นที่น่าสนใจและให้ได้ข้อมูลเชิงลึก จะเป็นการศึกษาที่ครอบคลุมทุกมิติ

2.3 การวิจัยในอนาคตอาจศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น เช่น กลุ่มชาวต่างประเทศ กลุ่มผู้สูงอายุ หรือกลุ่มเจนเนอร์เรชันอื่นๆ เพื่อได้ผลวิจัยที่มีความหลากหลายที่จะนำไปสู่การพัฒนาในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2562. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2562, จาก <http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/25767>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- คุณัญญา พรหมปัญญานันท์ และ นิตนา ฐานิตธนกร. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ สื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน **การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์**, หน้า A227-A289. กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ฉัตรชัย อินทสิงห์ และ คุชฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง. (2562). การศึกษาพฤติกรรมและกระบวนการ ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารศิลปศาสตร์และ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**, 6(1), 1-12.
- ฉัตรสุดา อยู่เมือง. (2546). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม. วิทยานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, กิรติ ตระการศิริวานิช และ ทิพยาภรณ์ รัตนลาภ (2560). การส่งเสริมตลาด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิง นวัตกรรม**, 7(2), 103-117.
- ธนินนุช เกรียงสี (2559). **เครื่องมือการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิยม เจริญศิริ. (2558). **ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปิยพร ทองสุข (2559). **กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศ ทางเลือก (LGBT) ในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรรษกฤษ สุทธิเวทิน และ ภูเกริก บัวสอน. (2562). กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มี อิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซตในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล. **วารสารธุรกิจปริทัศน์**, 11(1), 99-110.
- วรรณ บุญศาสตร์. (2558). **การสื่อสารการตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภคเจนเนอร์เรชั่นซี ในยุคดิจิทัล**. **วารสาร การสื่อสารและการจัดการ นิต้า**, 1(1), 14-30.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, ธนวัฒน์ ขวัญบุญ และ อนุพงศ์พร โสฬารากุล (2558). การสร้างเส้นทางการ ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทย. **วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 8(2), 226-246.
- สาธิตา คงสนทนา (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง. (2561). **ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนล่าง 1 พ.ศ. 2561 – 2564**. พิษณุโลก: สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง.

- สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงศิริโรจน์ (2555). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Armstrong, G., and Kotler, P. (2013). **Marketing : an introduction**. (11nd ed.). New Jersey: Harlow Peason.
- Blythe, J. (2000). **Consumer Behaviour**. London: Thomson Learning.
- Cronbach, L. J. (1990) . **Essentials of Psychology Testing**. (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Crouch, G. I., and Weber, K. (2002). Marketing of convention tourism. In Chon, K., and Weber, K., (eds.), **Convention tourism: international research and industry perspectives** (pp. 57-77). Binghamton, New York: Haworth.
- Godes, D., & Silva, J. C. (2012). Sequential and temporal dynamics of online opinion impact of user-generated content. **Marketing Science**, 31(3), 369–371.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis**. (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. (11th ed.). New Jersey: Prentice–Hall.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30(3), 607-610.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). **Services marketing: people, technology, strategy**. (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Morrison, A. M. (2010). **Hospitality and Tourism Marketing**. (4th ed.). Canada: Delmar.
- Roger, E. M. (2000). Reflections on news event diffusion research. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 77(3), 561-576.
- Sarker, S., Sarker, S., and Sahaym, A. (2012). Exploring Value Co-creation in Relationship between an ERP Vendor and its Partners. **MIS Quarterly**, 36(1), 317-338.
- Yoo, K. H., Lee, K. S., and Gretzel, U. (2007). The role of Source Characteristics in eWOM: What Makes Online Travel Reviewers Credible and Likeable? In M. Sigala, L. Mich, J. Murphy, and A. Frew (Eds.), **Information and Communication Technologies in Tourism 2007**, pp. 23–34. Vienna, Austria: Springer.

ทัศนคติ ความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย
ATTITUDE, TRUST AND INTENTION TO USE FINANCIAL INNOVATION IN THAILAND

ธนาภิญญา อุตตฤทธิ¹ ดวงพร ขุนอาจสูงเนิน¹ และ สุกฤตา บุรินทร์วัฒนา²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Thanapin Attarit¹ Duangporn Khunardsungnern¹ and Sukritta Burinwattana²

¹Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Isan

²Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

(Received: June 14, 2020; Revised: July 19, 2020; Accepted: August 14, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติ ความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไป และทัศนคติ ความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สมการถดถอยแบบพหุคูณถูกใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยด้านความไว้วางใจ ได้แก่ ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร และด้านความมีมาตรฐานการรับประกัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของทัศนคติที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลเชิงบวกมากที่สุด รองลงมาเป็น ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านความง่ายต่อการใช้งาน ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาน้ำหนักของปัจจัยความไว้วางใจที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน พบว่า ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคารรองลงมาเป็นด้านความมีมาตรฐานการรับประกันตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ทัศนคติ, ความไว้วางใจ, ความตั้งใจใช้งาน, นวัตกรรมทางการเงิน

ABSTRACT

The research aims to study the attitude and trust on intention to use financial innovations in Thailand. The research team conducted a study of general information and trust attitudes toward the intention of using financial innovations in Thailand. The instrument used in the research was a questionnaire. Multiple regression equations were used to test the hypothesis at the significant level of 0.01. The results showed that attitude factors include perceived relative advantage, perceived complexity and security had a positive influence on the intention to use financial innovations with statistical significance at the level of 0.01, and the trust factors include familiarity with the bank and guarantee standards had a positive

influence on the intention to use financial innovation. By the regression coefficient of attitude which had a positive effect on the intention to use financial innovation in Thailand. Safety had the most positive influence on intention to use financial innovation, followed by the perceived relative advantage and the perceived complexity, respectively. In addition, the weight of regression coefficient of trust factors had a positive effect on the intention to use financial innovations, it showed that the familiarity with the bank followed by the standard of guarantee, had statistical significance at the level of 0.01.

Keywords: Attitude, Trust, Behavioral Intention, financial innovation

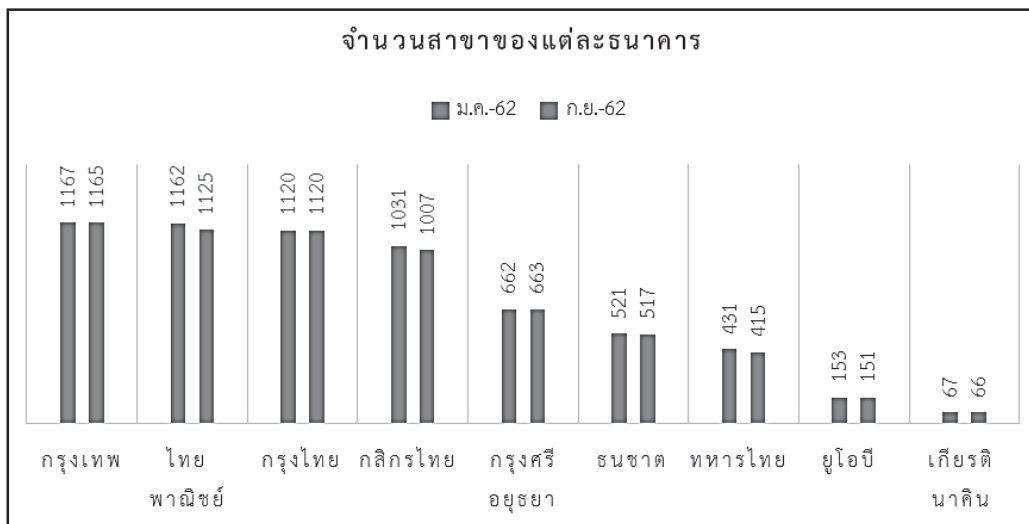
บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้านในการใช้ชีวิตของมนุษย์ (ธีรวัตร อมรรัตนกิจ, 2561) และมีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เพิ่มมากขึ้น การเข้าถึงข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงธุรกิจต่างๆ ได้นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานมากขึ้น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ และคณะ, 2562) ที่เห็นได้ชัดคือ การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินชีวิตทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม (อนุศักดิ์ รัตนกนกกาญจน์ และ ปรีฉัตร วงศ์ปัจฉิม, 2562) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำงานให้ทันต่อการได้ข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงลูกค้าและประชาชน ผู้ใช้บริการได้มากขึ้น สะดวก รวดเร็วและมีความง่ายต่อการใช้งาน

ปัจจุบันธนาคารต่างๆ เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่ได้มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประสานการทำงานร่วมกัน เพื่อช่วยบริการลูกค้า ใช้ในการบริหารงานภายในองค์กร เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงานตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ทันเวลา โดยแต่ละธนาคารจะมีการนำเสนอนวัตกรรมทางการเงินในรูปแบบใหม่ๆ โดยนวัตกรรมทางการเงินเข้ามามีบทบาททุกขั้นตอนการดำเนินชีวิตของคนเราทั้งชีวิตประจำวัน การทำงาน อาชีพและการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะนวัตกรรมในเรื่องการอำนวยความสะดวกด้านการเงินและธุรกรรมทางการเงินกับธุรกิจต่างๆ (วัชรพล คงเจริญ, 2557) อีกทั้งนวัตกรรมทางการเงินได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางการเงิน และธนาคารพาณิชย์ เป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคที่เป็นบุคคลทั่วไป นิติบุคคล ธุรกิจ ภาครัฐและเอกชน ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยในการใช้บริการ มีความเข้าใจและยอมรับและปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ระเบียบวิธีที่ธนาคารกำหนด มีบริการทางการเงินที่หลากหลายครบวงจร อาทิ บริการด้านเงินฝาก บริการด้านสินเชื่อ บริการด้านบัตรเครดิตและบัตรเครดิต บริการโอนเงิน ต่างประเทศ เป็นต้น สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการทางการเงินได้ดีมากขึ้นกว่าในอดีต และเมื่อเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าที่สูงขึ้นและปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ตลาดการเงินในประเทศต่างๆ ทั่วโลกก็ได้เปลี่ยนแปลงตามทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ทางการเงินและนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่าง

ต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่างและสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาทำธุรกรรมมากขึ้นจากรูปแบบธุรกรรมเดิม (ธนาภา หิมารัตน์, 2559)

อย่างไรก็ตาม การเกิดผลิตภัณฑ์ทางการเงินและนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ที่เพิ่มความสะดวกสบายและรวดเร็วกว่าการทำธุรกรรมผ่านช่องทางธนาคาร เพราะผู้บริโภคสามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สิ่งเหล่านี้จึงส่งผลกระทบต่อหลายธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจธนาคารและสถาบันการเงิน ที่พบว่ามีการปิดสาขาลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ใช้งาน ที่รู้สึกได้ถึงความสะดวกสบาย สามารถใช้นวัตกรรมทางการเงินมาอำนวยความสะดวกในปัจจุบัน และจากการสำรวจธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เปิดเผยว่าตั้งแต่ เดือนมกราคม - กันยายน ในปี 2561 ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ 10 อันดับแรก จากในเดือนมกราคมมีสาขาทั้งสิ้น 6,398 สาขา ในเดือนกันยายนเหลือจำนวนสาขาทั้งสิ้น 6,313 สาขา ภายใน 9 เดือน สาขาของธนาคารพาณิชย์ 10 แห่งลดลงจำนวน 85 สาขา ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ข้อมูลธนาคารพาณิชย์ที่มีสาขาลดลงมากที่สุด 10 อันดับ
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2562)

จากภาพจะเห็นได้ว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ เดือนมกราคมมีทั้งสิ้น 1,162 สาขา เดือนกันยายน 1,125 สาขา ลดลง 37 สาขา ธนาคารกสิกรไทย เดือนมกราคมมีทั้งสิ้น 1,031 สาขา เดือนกันยายน 1,007 สาขา ลดลง 24 สาขา ธนาคารทหารไทย เดือนมกราคมมีทั้งสิ้น 431 สาขา เดือนกันยายน 415 สาขา ลดลง 16 สาขา ธนาคารธนชาต เดือนมกราคมมีทั้งสิ้น 521 สาขา เดือนกันยายน 517 สาขา ลดลง 4 สาขา ธนาคารยูโอบี เดือนมกราคมมีทั้งสิ้น 153 สาขา เดือนกันยายน 151 สาขา ลดลง 2 สาขา ธนาคารกรุงไทย เดือนมกราคมมีทั้งสิ้น 1,167 สาขา เดือนกันยายน 1,165 สาขา ลดลง 2 สาขา ธนาคารเกียรตินาคิน เดือนมกราคมมีทั้งสิ้น 67 สาขา เดือนกันยายน 66 สาขา ลดลง 1 สาขา ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เดือนมกราคมมีทั้งสิ้น 662 สาขา เดือนกันยายน 663 สาขา

เพิ่มขึ้น 1 สาขา ส่วนธนาคารที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงได้แก่ ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย มีสาขาจำนวนทั้งสิ้น 84 สาขา และธนาคารกรุงไทย มีสาขาจำนวนทั้งสิ้น 1,120 สาขา จะเห็นได้ว่าการที่สาขาธนาคารลดลงเป็นจำนวนมาก ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

จากข้อมูลของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนประมาณ 133 ล้านเลขหมายในรายงาน South East Asia and Oceania mobility of Ericsson company (Ericsson, 2016) พบว่า การทำธุรกรรมทางการเงินของคนไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคส่วนใหญ่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมต่างๆ โดยผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว มีทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินว่าเป็นเรื่องง่ายและสะดวกสำหรับผู้บริโภครุ่นใหม่ ส่งผลต่อการใช้งานอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง และการที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนามากขึ้น องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้นำเทคโนโลยีเหล่านี้มาปรับใช้กับงานของตนเองเช่นกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารที่ทันเวลา มีมาตรฐานการรับประกันเข้าถึงลูกค้า ประชาชน ผู้ใช้บริการได้มากขึ้น ใกล้ชิดขึ้น และช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรนั้นง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น สะดวกสบายขึ้นอีกด้วย เกิดความคุ้นเคย ธนาคารต่างๆ ก็เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่น่าเทคโนโลยีเข้ามาช่วย ในการบริการลูกค้า ใช้ในการบริหารงานภายในองค์กร เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงานตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้ทันเวลา แต่ก็ยังพบว่า มีการใช้เงินสดในการชำระค่าสินค้าและบริการ เพราะในบางกลุ่มยังไม่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมต่างๆ สอดคล้องกับการสำรวจของ Ericsson (2016) ที่พบว่า มีกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่มีความน่าสนใจคือกลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-24 ปี เป็นกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนสูงที่สุด (วณภา ธนศักดิ์, 2562) ผู้บริโภคกลุ่มนี้จึงมีความน่าสนใจ เพราะเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าในลักษณะการซื้อผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนเพิ่มมากขึ้น โดยผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว มีทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะการใช้สมาร์ทโฟนว่าเป็นเรื่องง่ายและสะดวกสำหรับผู้บริโภครุ่นใหม่ ส่งผลให้อัตราการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภครุ่นใหม่อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง เพราะผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวเติบโตขึ้นมากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม การศึกษาทัศนคติและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย มุ่งศึกษาประชาชนทุกกลุ่มเพื่อจะสะท้อนการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงินเพื่อให้ธนาคารได้พัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของนวัตกรรมทางการเงินต่อไป

ผลกระทบทางเทคโนโลยีที่มีบทบาทในชีวิตอย่างมาก ทำให้พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้งานเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านความปลอดภัยที่จะส่งผลต่อการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย อีกทั้งจากการศึกษาของ Shin & Lee (2014) Lin et al. (2007) Luarn & Lin (2005) Gu, Lee & Suh (2009) และ Ooi & Tan (2016) ได้พบอิทธิพลและความสัมพันธ์ต่อการตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม การศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Adoption of Technology) ในลักษณะเพียงแค่มุ่งเน้นไปที่ทัศนคติทางเทคโนโลยีอาจไม่เพียงพอ จึงควรที่จะศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ความเชื่อหรือความไว้วางใจ (Trust) โดยพบการศึกษาของ ชิดชน พันธน้อย (2561) และ Gu et al.

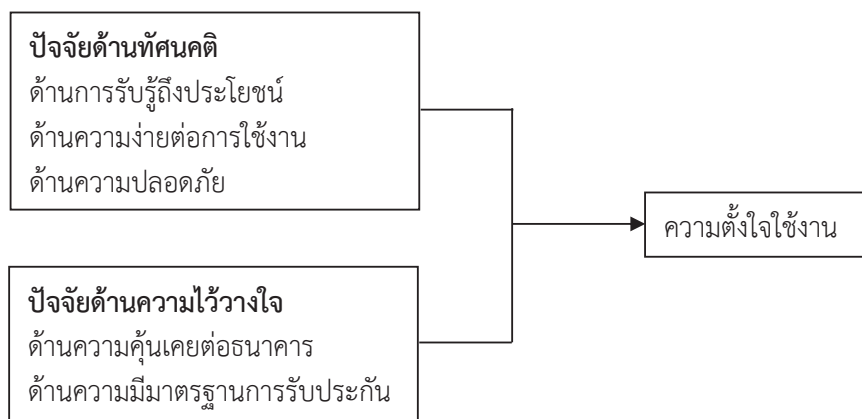
(2009) พบว่า ความเชื่อในการใช้เทคโนโลยีจะนำไปสู่การตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี (intentions to use) นั้นๆ ได้จริง

จากหลักการและเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงเห็นถึงความจำเป็นและมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติและการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมทางการเงินที่จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่เกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความไว้วางใจของนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาทัศนคติและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดทัศนคติ ความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งาน
นวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในประเทศไทยที่ใช้บริการทางนวัตกรรมทางการเงิน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ เทย์เลอร์ แสงแก้ว (2541) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 385 คน จากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ตามภูมิภาค โดยเก็บจากประชาชน

ในประเทศไทย แบบสอบถามที่ถูกส่งออกไปยังกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามออนไลน์กระจายไปตามภูมิภาคต่างๆ โดยปราศจากการติดตาม จนได้รับการตอบกลับมา 100% ผู้วิจัยได้ตรวจสอบและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดจนครบตามจำนวน 385 คน นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความคลาดเคลื่อนจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Non-Response Bias) ด้วยค่า t-test ซึ่งได้ตรวจสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชาชนในประเทศไทย โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศของผู้ที่ส่งมาก่อนสองเดือนและผู้ตอบภายหลังสองเดือน ผลการทดสอบพบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.01 ระหว่างผู้ที่ตอบก่อนและตอบหลัง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีปัญหาความคลาดเคลื่อนจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Armstrong & Overton, 1977)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือสำหรับการศึกษาค้นคว้าเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป็นแบบสอบถาม การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลในส่วนดังกล่าวนี้มาสร้างเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ที่เกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เคยใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน ความรู้ทางนวัตกรรมทางการเงิน ความถี่ในการใช้บริการ ธนาคารที่ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน ช่วงเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงิน และลักษณะที่ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน

แบบสอบถามส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นมาตราวัดแบบให้คะแนน (Rating Scale) โดยแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่เกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงินประกอบด้วย 3 ปัจจัย ดังนี้ 1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ 2) ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน และ 3) ด้านความปลอดภัย ข้อมูลเกี่ยวกับด้านความไว้วางใจที่มีต่อนวัตกรรมทางการเงิน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้ 1) ความคุ้นเคยต่อธนาคาร และ 2) ความมีมาตรฐานการรับประกัน และแบบสอบถามส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน เพื่อประเมินความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนความคิดเห็นของประชาชนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด โดยผู้วิจัยได้ใช้การแปลความของค่าเฉลี่ยเป็นแบบแบ่งช่วงการแปลความตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้เกณฑ์ประเมินระดับคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของประชาชน แบ่งค่าระดับได้ ดังนี้ $4.21 - 5.00 =$ เห็นด้วยมากที่สุด, $3.41 - 4.20 =$ เห็นด้วยมาก, $2.61 - 3.40 =$ เห็นด้วยปานกลาง, $1.81 - 2.60 =$ เห็นด้วยน้อย และ $1.00 - 1.80 =$ เห็นด้วยน้อยที่สุด (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์และคณะ, 2555)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้อาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาเป็นผู้พิจารณา จำนวน 3 ท่าน ประเมินว่าเครื่องมือต่างๆ มีความเที่ยงตรงตามโครงสร้างหรือไม่ โดยหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะทัศนคติและความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้งาน โดยแต่ละคนลงความเห็นและให้คะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ที่คำนวณควรได้มากกว่า 0.5 ตามเกณฑ์ของ กัลยา วาณิชยบัญชา (2554) ข้อคำถามนั้นจะเลือกไว้ใช้ ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67 – 1.00 อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ทุกข้อ หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณา แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดสอบใช้ Try Out กับกลุ่มที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำผลการทดลองมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach Alpha (Cronbach, 1970 อ้างใน กุลธิดา ชัยนิคม, 2559) โดยภาพรวมของแบบสอบถามทั้งชุดมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.748 ซึ่งมากกว่า 0.70 (วนิดา วาตีเจริญ, 2560) ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสม ซึ่งมีรายละเอียดดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม (n=30)

ปัจจัย	จำนวน	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (X_1)	5	0.748
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (X_2)	4	0.742
ด้านความปลอดภัย (X_3)	5	0.733
ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร (X_4)	3	0.706
ด้านความมีมาตรฐานการรับประกัน (X_5)	3	0.790
ความตั้งใจใช้งาน (Y)	4	0.714
ค่าความเชื่อมั่นรวม	24	0.748

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาทัศนคติและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน จำนวน 385 คน เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา ผู้วิจัยจึงเลือกวิธีการเก็บข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนนี้มาจากการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเอกสาร หนังสือ รายงานวิชาการ และผลงานวิจัยจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยต่างๆ รวมทั้งการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์อื่นๆ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเหล่านั้น มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติและความไว้วางใจที่เกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

(Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนระดับลดหลั่น (Enter multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-33 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001- 50,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 สถานภาพโดยส่วนใหญ่ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ส่วนใหญ่อาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 130 คิดเป็นร้อยละ 33.8

2. ผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประชาชนส่วนใหญ่เคยใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 61.6 ส่วนใหญ่รู้จักหรือมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงินจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินต่ำกว่า 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ส่วนใหญ่ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางธนาคารธนาคารกรุงไทย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ส่วนใหญ่ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินในช่วงเวลา 11.01 น. - 15.00 น. จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 และประชาชนส่วนใหญ่มีการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินในลักษณะของการฝาก – ถอน – โอน จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่เกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 2 – 4

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน

ทัศนคติในการใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	4.25	0.580	มากที่สุด
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน	4.09	0.710	มาก
ด้านความปลอดภัย	4.24	0.609	มากที่สุด
ภาพรวม	4.19	0.563	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของประชาชนในประเทศไทยจำนวน 385 คน มีระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับทัศนคติในการใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน โดยวิเคราะห์ออกเป็น 3 ด้าน

ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านความปลอดภัย พบว่า ทศนคติในการใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาเป็นด้านความปลอดภัย ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และด้านความง่ายต่อการใช้งาน ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจของประชาชนที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน

ความไว้วางใจในการใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร	4.19	0.711	มาก
ด้านความมีมาตรฐานการรับประกัน	3.82	0.526	มาก
ภาพรวม	4.00	0.466	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความไว้วางใจในการใช้บริการนวัตกรรมทางการเงินโดยวิเคราะห์ออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร และด้านความมีมาตรฐานการรับประกัน พบว่า ความไว้วางใจในการใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และด้านความมีมาตรฐานการรับประกัน ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจของประชาชนที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน

ความตั้งใจใช้งานของประชาชนที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. ประชาชนตั้งใจที่จะใช้บริการผ่านนวัตกรรมทางการเงินต่อไปเช่น พร้อมเพย์ ตู๋เติมเงิน โฉบาย แบงค์กิ้ง ฯลฯ	4.45	0.759	มากที่สุด
2. ประชาชนตั้งใจที่จะแนะนำหรือบอกต่อบุคคลอื่นให้ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน	4.15	0.886	มาก
3. ประชาชนตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่	4.11	0.903	มาก
4. ประชาชนตั้งใจที่จะศึกษาขั้นตอนการใช้งานของแอปพลิเคชันทางการเงิน	4.14	0.882	มาก
ภาพรวม	4.21	0.755	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจใช้งานของประชาชนที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน โดยภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนตั้งใจที่จะใช้บริการผ่านนวัตกรรมทางการเงินต่อไป เช่น พร้อมเพย์ ตู้เติมเงิน โฉนดใบแจ้งหนี้ ฯลฯ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมา ประชาชนตั้งใจที่จะแนะนำหรือบอกต่อบุคคลอื่นให้ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และประชาชนตั้งใจที่จะศึกษาขั้นตอนการใช้งานของแอปพลิเคชันทางการเงิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และประชาชนตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบทัศนคติและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย โดยปัจจัยทางด้านทัศนคติมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Sig. = 0.000) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (Sig. = 0.000) และด้านความปลอดภัย (Sig. = 0.000) ส่วนปัจจัยด้านความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร (Sig. = 0.000) และด้านความมีมาตรฐานการรับประกัน (Sig. = 0.006)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของทัศนคติที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย พบว่า ด้านความปลอดภัย มีค่า $\beta=1.297$ มากที่สุด รองลงมาเป็นการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า $\beta=0.727$ และด้านความง่ายต่อการใช้งาน มีค่า $\beta=0.167$ เป็นลำดับสุดท้ายและเมื่อพิจารณาน้ำหนักของปัจจัยความไว้วางใจที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย พบว่า ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร มีค่า $\beta = 0.144$ รองลงมาเป็นด้านความมีมาตรฐานการรับประกัน มีค่า $\beta = 0.080$ ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของการวิเคราะห์ทัศนคติ ความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Er.	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.771	0.265	-	6.687	0.000**
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (X_1)	0.946	0.093	0.727	10.149	0.000**
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (X_2)	0.177	0.041	0.167	4.357	0.000**
ด้านความปลอดภัย (X_3)	1.609	0.099	1.297	16.300	0.000**
ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร (X_4)	0.153	0.030	0.144	5.070	0.000**
ด้านความมีมาตรฐานการรับประกัน (X_5)	0.114	0.041	0.080	2.770	0.006**

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

นอกจากนี้ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.705$) แสดงให้เห็นว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร และด้านความมีมาตรฐานการรับประกันคิดเป็นร้อยละ 70.5 ที่เหลืออีกร้อยละ 29.5 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่นที่สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 เพื่อทำนายความตั้งใจใช้งาน (Behavioral Intention) นวัตกรรมทางการเงินของประชาชน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.727X_1 + 0.167X_2 + 1.297X_3 + 0.144X_4 + 0.080X_5$$

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาทัศนคติและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทยมีประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจนำมาอภิปราย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนในประเทศไทย ประชาชนมีระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานมากที่สุด รองลงมาด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านความง่ายต่อการใช้งานเป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งขัดแย้งกับผลงานวิจัยของ วิมลวรรณ สุวรรณรักษ์ (2559) ที่ได้ศึกษาการเปรียบเทียบความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของธนาคารเอกชนกับธนาคารรัฐบาลในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติมากที่สุด โดยธนาคารกรุงไทยมีค่าความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านความปลอดภัย และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ในด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมมากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า

2.1 ปัจจัยทัศนคติ (Attitude) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกและส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมการเงิน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน นั่นคือ ผู้ใช้งานที่มองเห็นประโยชน์ของแอปพลิเคชันการวางแผนการเงินส่วนบุคคลในระดับสูง จะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันที่สูงเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์จึงส่งผลเชิงบวกทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีของผู้ใช้งานได้ (Shin & Lee, 2014; Lin et al., 2007) ด้านความง่ายต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน นั่นคือ หากการใช้นั้นเกิดความใช้งานง่าย สะดวก ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ไม่ซับซ้อน มีความเป็นไปได้มากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Luarn & Lin (2005) และ Gu et al. (2009) พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ถึงคุณประโยชน์และความตั้งใจในการใช้บริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ และด้านความปลอดภัยส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน นั่นคือ เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงความปลอดภัย จะส่งผลให้ผู้เกิดความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ooi & Tan (2016) ที่กล่าวว่า การรับรู้ความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการ

ตั้งใจใช้งานผ่านนวัตกรรมทางการเงิน ซึ่งอาจเป็นความเสี่ยงในการสูญเสียข้อมูลที่เป็นความลับ หรือข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้อาจถูกเปิดเผยเมื่อมีการทำธุรกรรมเกิดขึ้น

2.2 ปัจจัยความไว้วางใจ (Trust) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ ความคุ้นเคยต่อธนาคาร คือการใช้บริการธนาคารนั้นบ่อยๆ ข่าวสารต่างๆ ของธนาคารที่รับรู้ผ่านทางสื่อต่างๆ การเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ ความมีมาตรฐานรับประกัน คือข้อกำหนดกฎกติกาในการใช้ต่างๆ ที่ธนาคารกำหนดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวินท์ กรประเสริฐวิทย์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการบริการธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์มือถือของประชาชน พบว่า ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคารมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์ มือถือของประชาชนเป็นอย่างมาก และ Gu et al. (2009) ได้ทำการศึกษาปัจจัยความไว้วางใจในการใช้งานของพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือ พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจในการใช้งานที่สำคัญคือ ความมีมาตรฐานการรับประกัน แสดงว่า หากลูกค้าเห็นว่านวัตกรรมทางการเงินนั้นมี มาตรฐานและได้รับการรับประกันจากธนาคารนั้นๆ ย่อมส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจในการใช้งานในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยครั้งนี้สร้างประโยชน์ในเชิงทฤษฎีใช้ในการอธิบายปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย โดยจากการศึกษาทัศนคติพบว่า ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้พัฒนานวัตกรรมทางการเงินสามารถประยุกต์ใช้ผลวิจัยในเชิงปฏิบัติในแง่ของธุรกิจได้ โดยพบว่า หากผู้ใช้งานมีทัศนคติทางด้านความปลอดภัย ถ้านวัตกรรมทางการเงินมีความปลอดภัย ผู้ใช้งานย่อมตั้งใจที่จะซื้อและใช้งานนวัตกรรมทางการเงินดังกล่าว ดังนั้นผู้พัฒนาแอปพลิเคชันทางการเงินต่างๆ สามารถใช้ความง่ายในการใช้งานและด้านความปลอดภัยเป็นจุดแข็งของแอปพลิเคชัน เริ่มต้นด้วยการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลที่ใช้งานง่าย และปรับปรุงระบบให้มีความเสถียรภาพในการใช้งานมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานด้วยเช่นกัน หากผู้พัฒนานวัตกรรมทางการเงินได้พัฒนาระบบที่เอื้อประโยชน์ในการใช้งาน ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจและยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ ผู้ผลิตนวัตกรรมการเงิน ควรนำเสนอข้อมูลที่เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงให้แก่ผู้ใช้ให้เข้าใจ ส่วนด้านความง่ายต่อการใช้งาน รู้ถึงความง่ายของการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินที่มากจะมีความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนั้นแล้ว ผู้พัฒนานวัตกรรมทางการเงินควรคำนึงถึงความคุ้นเคยต่อธนาคาร และความมีมาตรฐานการรับประกัน เพราะสิ่งเหล่านี้ส่งผลเชิงบวกต่อการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน เนื่องจากเมื่อประชาชนไม่มีความคุ้นเคยต่อธนาคาร ตลอดจนมาตรฐานการรับประกันที่ไม่แน่นอนชัดเจน ย่อมทำให้ผู้ใช้นวัตกรรมทางการเงินไม่ตั้งใจใช้งาน หรือไม่อยากใช้งานนวัตกรรมนั้นๆ ดังนั้นหน่วยงานของธนาคารควรสร้างความคุ้นเคยและความมีมาตรฐานของธนาคารให้เกิดการ

ยอมรับแก่ประชาชนโดยทั่วไป โดยการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด รวมถึงการเพิ่มช่องทางเข้าถึงนวัตกรรมทางการเงินให้แก่ประชาชนโดยทั่วไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มของกลุ่มคนวัยทำงาน เพื่อทราบถึงทัศนคติและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทางการเงิน ควรเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงควรศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 ควรศึกษาตัวแปรอิสระด้านแรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้งาน
- 2.2 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกของธนาคารตามแนวคิดของนักวิชาการ ท่านอื่นๆ หรือแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.3 ควรศึกษาทัศนคติและความไว้วางใจในลักษณะของงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

เอกสารอ้างอิง

- กรวิทย์ กรประเสริฐวิทย์. (2558). ทัศนคติความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และ คุณลักษณะการใช้
งานของเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้เครื่องชำระค่าโทรศัพท์อัตโนมัติ
ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลธิดา ชัยนิคม. (2559). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้ บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาภูเวียง. สารนิพนธ์
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์, ฉายรุ่ง ไชยกำบัง, กิตติศักดิ์ เรืองวชิรปัญญา, อนุชา พุฒิกุลสาคร, ปาลวี พุฒิกุล
สาคร, จุฑามาศ สุนทร และ นุสรรา วรรณศิริ (2562). ศักยภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใน
การตรวจสอบที่มีความน่าเชื่อถือทางการตรวจสอบและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการ
สอบบัญชีที่ดีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 1(6), 37-47.
- ชิดชน พันธ์น้อย (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน
อิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์มือถือของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 26
ธันวาคม 2562, จาก <http://www.mmm.ru.ac.th/mmm/is/mmm24-1/6014133085.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ข้อมูลธนาคารพาณิชย์ที่มีสาขาลดลง. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม
2562, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions/Pages/StatNumberofBranches.aspx>

- ธนาภา หิมารัตน์. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินบริบทธนาคารพาณิชย์**. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรวัตร อมรรัตนกิจ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ QR code payment ผ่าน Mobile banking ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. **วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ**, 4(4), 46-63.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2541). **การวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์, สุกมาส อังสุโชติ และ อัจฉรา ชานีประศาสน์. (2555). **สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS**. กรุงเทพมหานคร: เจริญมั่นคงการพิมพ์.
- วนิดา วาตีเจริญ. (2560). **ระเบียบวิธีวิจัยจากแนวคิดทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วลนภา ธนศักดิ์. (2562). **แนวโน้มคนไทยใช้สมาร์ทโฟนมากขึ้น**. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/ActivityNSO/A24-05-60.aspx>.
- วัชรพล คงเจริญ. (2557). **ทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมทางการเงิน**. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิมลวรรณ สุวรรณรักษ์. (2559). **การเปรียบเทียบการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของธนาคารเอกชนกับธนาคารรัฐบาลในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อนุศักดิ์ รัตนกนกกาญจน์ และ ปรีฉัตร วงศ์ปัจฉิม. (2562). ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**, 1(6), 63-79.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating Non-response Bias in Mail Surveys. **Journal of Marketing Research**, 14(3), 396-402.
- Ericsson. (2016). **South East Asia and Oceania mobility report**. Retrieved October 18, 2019, from <https://www.ericsson.com/assets/local/news/2014/6/regional-appendices-sea-final-screen.pdf>
- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. **Expert Systems with Applications**, 36(9), 11605-11616.
- Lin, C. H., Shih, H. Y., & Sher, P. J. (2007). Integrating technology readiness into technology acceptance: The TRAM model. **Psychology & Marketing**, 24(7), 641-657.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. **Computers in human behavior**, 21(6), 873-891.

- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. **Expert Systems with Applications**, 59(October), 33-46.
- Shin, S., & Lee, W. J. (2014). The effects of technology readiness and technology acceptance on NFC mobile payment services in Korea. **Journal of Applied Business Research**, 30(6), 1615-1626.

แนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

TRENDS OF AUDIT FEES AND NON-AUDIT FEES OF THAI LISTED COMPANIES

สุมินทร เป้าธรรม¹ ดวงฤดี อุ¹ ญัณฐนิชา วรรณสี¹ กิตติยา บุญทอง¹ และ เบญจมาศ สืบสิงห์¹
¹คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
Sumintorn Baotham¹ Duangrudee Wu¹ Nattanicha Wannasee¹ Kittiya Boonthong¹
and Benjamas Suepsing¹

¹Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan,
Sakon-Nakhon Campus

(Received: June 1, 2020; Revised: July 18, 2020.; Accepted: August 6, 2020)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจรายการด้วยตนเอง จำนวนทั้งสิ้น 778 บริษัท จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ผลการศึกษาพบว่า ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรม มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 70.82 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่าไม่มีการเปิดเผยค่าบริการอื่น คิดเป็นร้อยละ 66.20 และมีการเปิดเผยค่าบริการอื่น คิดเป็นร้อยละ 33.80 โดยส่วนใหญ่ของการเปิดเผยค่าบริการอื่น มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะคงที่ คิดเป็นร้อยละ 31.56 สารสนเทศที่ได้ชี้ให้เห็นถึงลักษณะของแนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลต่อสาธารณะ ผู้ถือหุ้น และคณะกรรมการตรวจสอบในการพิจารณาถึงมาตรการการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อไป

คำสำคัญ: ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี, ค่าบริการอื่น, บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

This research aimed to study the trends of audit fees and non-audit fees of Thai listed companies during the years 2016-2018. The tool used for collecting data was a self – checklist which was completed by 778 companies from annual registration statement (Form 56-1). The results showed that 70.82% of companies from all eight industry groups were more likely to pay higher audit fees. The three industry groups which tended to pay higher audit fees were consumer products, financials, and the agro and food industry. Non-audit fees were not disclosed by 66.20% of companies. Of the 33.80% of non-audit fees which were disclosed, the

majority were likely to be paid in a fixed manner at 31.56%. This information helps shareholders and audit committees to be well-informed when considering good corporate governance measures.

Keywords: Audit fees, Non-audit fees, Thai listed companies

บทนำ

แม่บทสำหรับงานที่ให้ความเชื่อมั่น (ฉบับปี 2010) จัดทำโดยคณะกรรมการมาตรฐานการสอบบัญชีและการให้ความเชื่อมั่นระหว่างประเทศ (International Auditing and Assurance Standards Board: IAASB) ของสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (International Federation of Accountants: IFAC) ซึ่งสภาวิชาชีพบัญชีฯ ได้ทำการแปล จัดทำ และเผยแพร่แม่บทสำหรับงานที่ให้ความเชื่อมั่น (ฉบับปี 2013) เมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556 ต่อมา IAASB และ IFAC ได้ปรับปรุงแม่บทสำหรับงานที่ให้ความเชื่อมั่น (ฉบับปี 2015) สภาวิชาชีพบัญชีฯ ได้แปลเป็นฉบับปรับปรุง (ฉบับปี 2016) และมีผลบังคับใช้ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา โดยที่ แม่บทสำหรับงานที่ให้ความเชื่อมั่น (Framework) ซึ่งถือเป็นงานที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ IAASB ครอบคลุม 2 งาน คือ (1) งานที่ให้ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับข้อมูลในอดีต (งานสอบบัญชีและงานสอบทาน) และ (2) งานที่ให้ความเชื่อมั่นอื่น นอกจากนี้ ยังมีงานที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ IAASB ได้แก่ (1) งานให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ (2) งานด้านภาษีอากร และ (3) งานบริการอื่น ดังนั้น งานบริการของผู้สอบบัญชีหรือสำนักงานสอบบัญชี จึงแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ (1) งานบริการที่ให้ความเชื่อมั่น และ (2) งานบริการอื่น (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ, 2559)

ตามแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ได้กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต้องเปิดเผยค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี ทั้งประเภทที่เป็นค่าตอบแทนงานบริการที่ให้ความเชื่อมั่นหรือค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (Audit fees) โดยให้แสดงค่าตอบแทนที่ผู้สอบบัญชี/สำนักงานสอบบัญชีที่ผู้สอบบัญชีสังกัด ได้รับจากบริษัทหรือบริษัทย่อย และแสดงค่าบริการอื่น (Non-audit fees) ในรอบปีที่ผ่านมาและที่ต้องจ่ายในอนาคต รวมถึงประเภทของการให้บริการอื่น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นอย่างครบถ้วนและชัดเจน รวมถึงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของอัตราค่าบริการ ระหว่างค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่น หากค่าบริการอื่นมีจำนวนมากกว่ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ อาจต้องระมัดระวัง เรื่อง “ความเป็นอิสระ” ของการสอบบัญชี นอกจากนี้ การเปิดเผยค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่น ยังเป็นประโยชน์ต่อบริษัททั้งในแง่ของการแสดงถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดีขึ้น รวมถึงเป็นการให้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน นักวิเคราะห์ และผู้สนใจ

ทั้งนี้ หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ซึ่งถือเป็นหลักการสากลที่ได้รับการยอมรับ และถูกนำไปใช้เป็นกรอบในการพัฒนาหลักการกำกับดูแลกิจการของประเทศต่างๆ รวมทั้งหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 5 หมวด มีจำนวน 3 หมวด ที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยค่าธรรมเนียม

การสอบบัญชี ค่าบริการอื่น รวมถึงผู้สอบบัญชีหรือสำนักงานสอบบัญชี ได้แก่ หมวด 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น (Rights of Shareholders) เกี่ยวข้องในประเด็นวาระแต่งตั้งผู้สอบบัญชี การระบุชื่อผู้สอบบัญชี บริษัทที่สังกัด ประวัติ หรือข้อมูลที่จะช่วยให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาความสามารถและความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี รวมทั้งค่าบริการการสอบบัญชี หมวด 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency) เกี่ยวข้องในประเด็นการว่าจ้างผู้สอบบัญชีที่มีความเป็นอิสระ และมีความน่าเชื่อถือ รวมถึงการเปิดเผยค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นที่จ่ายให้กับผู้สอบบัญชีหรือบริษัทสอบบัญชีไว้ในรายงานประจำปี และ หมวด 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ (Board Responsibilities) เกี่ยวข้องในประเด็นของบทบาทของคณะกรรมการตรวจสอบในการพิจารณาเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและเสนอเลิกจ้างผู้สอบบัญชีภายนอก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)

จะเห็นได้ว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่น เป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี จากผลการสำรวจรายงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในปี 2557 พบว่า ร้อยละ 67 มีเปิดเผยค่าบริการอื่น ขณะที่ร้อยละ 33 ไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ ซึ่งจำนวนนี้พอจะอนุมานได้ว่าในปีที่ผ่านมา ไม่มีการใช้บริการอื่น จากผู้สอบบัญชีหรือสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งหากไม่มี ก็ต้องเปิดเผยให้ทราบด้วยว่าไม่มีค่าบริการอื่น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558) และผลการสำรวจจำนวนและประเภทของการใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-2558 พบว่า มีจำนวนบริษัทที่มีการใช้บริการอื่น คิดเป็นร้อยละ 31 โดยกลุ่มที่มีการใช้บริการอื่นมากที่สุดคือ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดเผยข้อมูลค่าบริการอื่นของแต่ละบริษัทไม่ได้เปิดเผยในรูปแบบเดียวกัน (สุมินทร เบ้าธรรม, 2561)

ดังนั้น เพื่อศึกษาการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยเฉพาะหมวด 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อแสดงให้เห็นถึงทิศทางของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในระยะเวลา 3 ปี ย้อนหลัง ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561 สารสนเทศที่ได้ชี้ให้เห็นถึงลักษณะของแนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลต่อสาธารณะและหน่วยงานที่กำกับดูแล ในการกำกับดูแลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของแนวโน้มของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561
2. เพื่อศึกษาลักษณะของแนวโน้มของค่าบริการอื่นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

แนวทางในการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ทั้งนี้ ข้อมูลหลักที่ผู้สอบบัญชีใช้ในการพิจารณาค่าสอบบัญชีรวมถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลธุรกิจทั่วไปของลูกค้า หมายถึง ลักษณะการประกอบธุรกิจของลูกค้า หากมีความซับซ้อน มีปริมาณรายการค้าระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องมาก หรือมีบริษัทย่อย บริษัทร่วมที่มีผลกระทบต่อการจัดทำงบการเงินรวม ความจำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบด้านสารสนเทศและด้านอื่นๆ หรือเป็นการตรวจสอบกิจการที่มีส่วนได้เสียต่อสาธารณะ ซึ่งต้องมีการแต่งตั้ง EQCR ปัจจัยเหล่านี้ ล้วนมีผลต่อประมาณการชั่วโมงการปฏิบัติงานสอบบัญชี

2. ข้อมูลทางการเงินและอื่นๆ ได้แก่ ข้อมูลทางการเงินของกิจการปีก่อนและประมาณการปีปัจจุบัน รูปแบบของรายงานผู้สอบบัญชี และผลการตรวจสอบปีก่อน เพื่อให้ทราบถึงปริมาณรายการที่ต้องตรวจสอบข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ ความยุ่งยากและซับซ้อนของมาตรฐานวิชาชีพบัญชี ข้อบังคับ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งของเดิมและของใหม่

3. พิจารณาผลจากการประเมินความเสี่ยงในขั้นตอนการตอบรับงานตามข้อกำหนดของมาตรฐานการควบคุมคุณภาพ ฉบับที่ 1 ซึ่งรวมถึงการพิจารณาถึงระบบงานของลูกค้า ความรู้ความสามารถของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบทางบัญชี

4. ประมาณการชั่วโมงการปฏิบัติงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีและผู้ช่วยในแต่ละระดับ เริ่มตั้งแต่กระบวนการวางแผนงานสอบบัญชี ตารางเวลาการปฏิบัติงาน และวันที่คาดว่าจะต้องออกรายงานของผู้สอบบัญชี

5. ความพร้อมของบุคลากร ที่มีอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งประกอบด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับงาน ในกรณีที่มีการใช้บุคลากรที่มีประสบการณ์น้อยจำเป็นต้องให้มีการควบคุมงานอย่างเหมาะสมโดยผู้ที่มีประสบการณ์สูงกว่า (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563)

การกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ควรพิจารณาจากแนวทางข้างต้น ทั้งนี้ การที่ผู้สอบบัญชี กำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีตายตัวที่เป็นขั้นต่ำหรือขั้นสูงไว้ ย่อมไม่สะท้อนถึงการปฏิบัติงานซึ่งแตกต่างกัน ตามลักษณะของธุรกิจ และไม่สอดคล้องถึงต้นทุนการดำเนินงานของผู้สอบบัญชีแต่ละรายซึ่งมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ แบบ 56 - 1 ได้กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะต้องเปิดเผยค่าตอบแทนที่ชำระให้กับผู้สอบบัญชี โดยมีการแยกแสดงออกเป็น 2 ส่วน (พชร พยับบรรณางกูร, 2558) ได้แก่

1. ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (Audit fees) ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบและสอบทาน ในช่วงระยะเวลาการตรวจสอบจะเป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อบังคับบริษัท และตามกฎหมายที่หน่วยงานกำกับของแต่ละประเทศกำหนด

2. ค่าบริการอื่น (Non-audit fees) ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบตามที่ตกลงร่วมกัน การรวบรวมข้อมูล และบริการอื่นๆ โดยผู้สอบบัญชี บริการอื่น ได้แก่ การให้บริการทางด้านภาษีอากร การให้คำปรึกษาทางการเงิน การให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย การให้บริการจัดอบรมความรู้ด้านการภาษีสำหรับบุคลากรของบริษัท การวางระบบบัญชี เป็นต้น

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

มนทิพย์ ตั้งเอกจิต และคณะ (2562) ศึกษาปัจจัยกำหนดค่าตอบแทนการสอบบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยศึกษาปัจจัยกำหนดค่าตอบแทนการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มุ่งเน้นตัวแปร อันได้แก่ ขนาดของบริษัท ความซับซ้อนของบริษัท สภาพคล่องของบริษัท ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ความเสี่ยงของบริษัท สัดส่วนค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าตอบแทนการสอบบัญชีของบริษัท ระยะเวลาที่ใช้ในการออกรายงานการสอบบัญชีของบริษัท ผลประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดี รูปแบบของรายงานผู้สอบบัญชี และประเภทของสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท เพื่อพิจารณาอิทธิพลที่มีต่อค่าตอบแทนการสอบบัญชี ในระหว่างปี พ.ศ. 2556 - 2559 รวม 352 ข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ค่าตอบแทนการสอบบัญชี ส่วนใหญ่มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี และพบว่าความซับซ้อนของบริษัทระยะเวลาที่ใช้ในการออกรายงานการสอบบัญชีของบริษัท และประเภทของสำนักงานสอบบัญชีของบริษัทมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับค่าตอบแทนการสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และพบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับค่าตอบแทนการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษานี้จึงเป็นประโยชน์ต่อบริษัทจดทะเบียนในการวางแผนงบประมาณค่าตอบแทนการสอบบัญชี และเป็นประโยชน์ต่อผู้สอบบัญชีในการกำหนดค่าตอบแทนการสอบบัญชี

สุมินทร เป้าธรรม (2561) ศึกษาการใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชี ของบริษัทจดทะเบียน โดยศึกษาจำนวนและประเภทของการใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียน กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทที่จดทะเบียน ที่มีการใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชี และมีการเปิดเผยการใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชีตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2556-2558 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสรุปประเภทของบริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชี ซึ่งเป็นแบบสำรวจรายการด้วยตัวเองที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้น ทำการรวบรวมมาจากข้อมูลที่เปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี และแบบแสดงรายการประจำปี (แบบ 56-1) ณ วันสิ้นปี 2556-2558 ผลการศึกษาพบว่าในจำนวนทั้งสิ้น 388 บริษัท มีจำนวนบริษัทที่มีการใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชีทั้งสิ้น 120 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31 โดยกลุ่มที่มีการใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชีมากที่สุดคือกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง รองลงมาคือ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มธุรกิจการเงิน ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่าการเปิดเผยข้อมูลค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของแต่ละบริษัทไม่ได้เปิดเผยในรูปแบบเดียวกัน สารสนเทศที่ได้จากการวิจัยจะเป็นข้อเสนอแนะหน่วยงานกำกับดูแลควรกำหนดให้บริษัทจดทะเบียนฯ เปิดเผยค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชีที่เป็นรูปแบบเดียวกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกต่อไปได้รวมถึงเป็นข้อมูลให้แก่คณะกรรมการตรวจสอบในการพิจารณาให้ความเห็นถึงความเหมาะสมและผลกระทบที่เกิดขึ้นในการทำหน้าที่ของผู้สอบบัญชี

พชร พยับบรรณางกูร (2558) ศึกษาผลกระทบของค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าตอบแทนการสอบบัญชีต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าตอบแทนการสอบบัญชี กับคุณภาพของรายงานทางการเงิน ของบริษัทที่จดทะเบียน ระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2557 เก็บข้อมูลจากรายงานประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปี ของบริษัทโดยกำหนดให้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารเป็นตัวแทนของคุณภาพของ

รายงานทางการเงิน โดยเลือกเฉพาะบริษัทที่เปิดเผย และมีค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าตอบแทนการสอบบัญชี ซึ่งไม่รวมบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมการเงิน และกองทุนต่างๆ รวมไปถึงบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน รวมทั้งสิ้น 376 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า สัดส่วนของค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของกลุ่มตัวอย่างต่ำสุดและสูงสุดเท่ากับร้อยละ 0.17 และร้อยละ 90 ตามลำดับ อุตสาหกรรมที่มีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าตอบแทนการสอบบัญชีสูงสุด คือ อุตสาหกรรมทรัพยากร พบว่า ค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าตอบแทนการสอบบัญชี ของกลุ่มอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค และอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของคุณภาพของรายงานทางการเงิน

ธีระยุทธ รัตนโพธิ์แสงศรี (2554) ศึกษาผลกระทบของค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชีต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ.2551 ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพกำไรเมื่อวัดโดยใช้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างรวม อย่างไรก็ตามเมื่อจัดประเภทรายการคงค้างดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีค่าต่ำและกลุ่มที่มีค่าสูงแล้ว การศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว การศึกษายังใช้ตัวแปรทางเลือกอื่นในการวัดคุณภาพกำไร ได้แก่ รายการคงค้างรวม รายการคงค้างรวมที่เป็นบวก และรายการคงค้างรวมที่เป็นลบ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ของค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชีกับคุณภาพกำไร

Hannen (2015) ได้ทำการวิเคราะห์ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่น: แนวโน้ม 13 ปี ของบริษัทจดทะเบียนในสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี 2002-2014 พบว่า ปี 2014 มีอัตราค่าบริการอื่นที่ต่ำที่สุดในรอบ 13 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.4 ส่วนอัตราค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ ส่วนงานวิเคราะห์ของ Mckeen (2019) ซึ่งได้ทำการทบทวนค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่น 16 ปีย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2002-2017 พบว่า ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 7 ปีหลัง จาก 7.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2010 เป็น 9.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2017 ส่วนค่าบริการอื่นลดลงอย่างต่อเนื่องจากปี 2002 คิดเป็นร้อยละ 38.4 จนปี 2017 เหลือเพียงร้อยละ 9.9 ทั้งนี้ เพื่อความระมัดระวังในประเด็นของความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี ตลาดหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา ได้กำหนดให้เปิดเผยค่าตอบแทนโดยจัดกลุ่มดังนี้ 1) ค่าตอบแทนการสอบบัญชี (Audit fees) 2) ค่าตอบแทนที่เกี่ยวข้องกับการสอบบัญชี (Audit related fees) 3) ค่าตอบแทนด้านภาษี (Tax fees) และ 4) ค่าตอบแทนอื่น (All other fees)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561 ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรม จำนวน 778 บริษัท ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายชื่อจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ลำดับ	กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท
1	กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	62
2	กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	50
3	กลุ่มธุรกิจการเงิน	70
4	กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	131
5	กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	186
6	กลุ่มทรัพยากร	67
7	กลุ่มบริการ	162
8	กลุ่มเทคโนโลยี	50
รวม		778

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2561)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสำรวจรายการด้วยตนเอง (Checklist) ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเพื่อศึกษาแนวโน้มของค่าตอบแทนการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561 ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรม จำนวน 778 บริษัท

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ศึกษาค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.2 นำค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ปรากฏอยู่ในแบบ 56-1 มาทำการ Checklist โดยการจัดทำตารางแสดงข้อมูลแนวโน้มของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

4.3 วิเคราะห์แนวโน้มของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยอธิบายผลลัพธ์ในรูปของค่าร้อยละ (Percentage)

4.4 สรุปผลการวิเคราะห์แนวโน้มของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาลักษณะของแนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 โดยสรุปรายละเอียดไว้ในแต่ละตาราง ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปแนวโน้มของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561

ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม	ลักษณะแนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี								รวม จำนวน บริษัท ทั้งสิ้น
	สูงขึ้น		ลดลง		คงที่		ไม่คงที่		
	จำนวน บริษัท	ร้อยละ (%)	จำนวน บริษัท	ร้อยละ (%)	จำนวน บริษัท	ร้อยละ (%)	จำนวน บริษัท	ร้อยละ (%)	
1. กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	46	74.20	1	1.61	8	12.90	7	11.29	62
2. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	40	80.00	4	8.00	5	10.00	1	2.00	50
3. กลุ่มธุรกิจการเงิน	55	78.57	1	1.43	2	2.86	12	17.14	70
4. กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	91	69.47	7	5.34	13	9.92	20	15.27	131
5. กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	130	69.89	10	5.38	28	15.05	18	9.68	186
6. กลุ่มทรัพยากร	48	71.64	2	2.98	3	4.48	14	20.90	67
7. กลุ่มบริการ	110	67.90	8	4.94	14	8.64	30	18.52	162
8. กลุ่มเทคโนโลยี	31	62.00	1	2.00	6	12.00	12	24.00	50
รวม	551	70.82	34	4.38	79	10.15	114	14.65	778

จากตารางที่ 2 พบว่าแนวโน้มของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ช่วงปี พ.ศ. 2559 – 2561 ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรมมีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะสูงขึ้น จำนวน 551 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 70.82 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะสูงขึ้น 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ตามลำดับ

บริษัทที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะลดลง มีจำนวน 34 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.38 โดยกลุ่มอุตสาหกรรม 3 อันดับแรก ที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะลดลง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม ตามลำดับ

บริษัทที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะคงที่ มีจำนวน 79 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.15 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะคงที่ 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร และกลุ่มเทคโนโลยี ตามลำดับ

บริษัทที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะไม่คงที่ มีจำนวน 114 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.65 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะไม่คงที่ 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มบริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สรุปการเปิดเผยค่าบริการอื่นในแบบ 56-1 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561

ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม	พบการเปิดเผยค่าบริการอื่นในแบบ 56-1		ไม่พบการเปิดเผยค่าบริการอื่นในแบบ 56-1		รวมจำนวนบริษัททั้งสิ้น
	จำนวนบริษัท	ร้อยละ (%)	จำนวนบริษัท	ร้อยละ (%)	
1. กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	35	56.45	27	43.55	62
2. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	10	20.00	40	80.00	50
3. กลุ่มธุรกิจการเงิน	29	41.43	41	58.57	70
4. กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	52	39.69	79	60.31	131
5. กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	47	25.27	139	74.73	186
6. กลุ่มทรัพยากร	30	44.78	37	55.22	67
7. กลุ่มบริการ	40	24.69	122	75.31	162
8. กลุ่มเทคโนโลยี	20	40.00	30	60.00	50
รวม	263	33.80	515	66.20	778

จากตารางที่ 3 สรุปการเปิดเผยค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 พบว่า มีการเปิดเผยค่าบริการอื่นในแบบ 56-1 จำนวน 263 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.80 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการเปิดเผยค่าบริการอื่น 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มธุรกิจการเงิน ตามลำดับ

บริษัทที่ไม่มีการเปิดเผยค่าบริการอื่นในแบบ 56-1 มีจำนวน 515 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 66.20 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่ไม่มีการเปิดเผยค่าบริการอื่น 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มบริการ และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ตามลำดับ

ตารางที่ 4 สรุปแนวโน้มค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561

ประเภทกลุ่ม อุตสาหกรรม	ลักษณะแนวโน้มค่าบริการอื่น								รวม จำนวน บริษัท ทั้งสิ้น
	สูงขึ้น		ลดลง		คงที่		ไม่คงที่		
	จำนวน บริษัท	ร้อยละ (%)	จำนวน บริษัท	ร้อยละ (%)	จำนวน บริษัท	ร้อยละ (%)	จำนวน บริษัท	ร้อยละ (%)	
1. กลุ่มเกษตรและ อุตสาหกรรมอาหาร	10	28.57	6	17.14	15	42.86	4	11.43	35
2. กลุ่มสินค้าอุปโภค บริโภค	4	40.00	1	10.00	4	40.00	1	10.00	10
3. กลุ่มธุรกิจการเงิน	11	37.93	5	17.24	9	31.04	4	13.79	29
4. กลุ่มสินค้า อุตสาหกรรม	13	25.00	12	23.08	13	25.00	14	26.92	52
5. กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง	12	25.53	9	19.15	17	36.17	9	19.15	47
6. กลุ่มทรัพยากร	9	30.00	6	20.00	6	20.00	9	30.00	30
7. กลุ่มบริการ	9	22.50	6	15.00	12	30.00	13	32.50	40
8. กลุ่มเทคโนโลยี	5	25.00	2	10.00	7	35.00	6	30.00	20
รวม	73	27.76	47	17.87	83	31.56	60	22.81	263

จากตารางที่ 4 เมื่อมีการแจกแจงรายละเอียดแนวโน้มของค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561 บริษัทที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะสูงขึ้น จำนวน 73 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 27.76 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะสูงขึ้น 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มทรัพยากร ตามลำดับ

บริษัทที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะลดลง มีจำนวน 47 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.87 โดยกลุ่มอุตสาหกรรม 3 อันดับแรก ที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะลดลง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ตามลำดับ

บริษัทที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะคงที่ มีจำนวน 83 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.56 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะคงที่ 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภค และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ตามลำดับ

บริษัทที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะไม่คงที่ มีจำนวน 60 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.81 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะไม่คงที่ 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มบริการ กลุ่มเทคโนโลยี และกลุ่มทรัพยากร ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า การศึกษาแนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นที่ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561 จำนวน 778 บริษัท ผลการวิจัยพบว่า ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรมมี

แนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในลักษณะที่สูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 70.82 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่าไม่มีการเปิดเผยค่าบริการอื่น คิดเป็นร้อยละ 66.20 และมีการเปิดเผยค่าบริการอื่น คิดเป็นร้อยละ 33.80 โดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มการจ่ายค่าบริการอื่นในลักษณะคงที่ คิดเป็นร้อยละ 31.56 สารสนเทศที่ได้ชี้ให้เห็นถึงลักษณะของแนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลต่อสาธารณะ ผู้ถือหุ้น และคณะกรรมการตรวจสอบในการพิจารณาถึงมาตรการการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อไป

อภิปรายผล

1. ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

จากสรุปผลการเปิดเผยค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 พบว่า แนวโน้มของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรม มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 70.82 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงขึ้น 3 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารตามลำดับ ใกล้เคียงกับการรายงานผลการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2562 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการที่ดี หมวด 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ในการเปิดเผยค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นที่จ่ายให้กับผู้สอบบัญชีหรือบริษัทสอบบัญชีไว้ในรายงานประจำปี สอดคล้องกับงานของ Hannen (2015) ได้ทำการวิเคราะห์ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่น: แนวโน้ม 13 ปี ของบริษัทจดทะเบียนในสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี 2002-2014 ที่พบว่า อัตราค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นเพียง 1.9% และงานวิเคราะห์ของ Mckeen (2019) ที่ได้ทำการทบทวนค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่น ย้อนหลัง 16 ปี ของบริษัทจดทะเบียนในสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี 2002-2017 ก็พบว่าอัตราค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นทุกปี

2. ค่าบริการอื่น

จากสรุปผลการเปิดเผยค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 พบว่า มีการเปิดเผยค่าบริการอื่นในแบบ 56-1 จำนวน 263 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.80 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมินทร เป้าธรรม (2561) ที่พบจำนวนบริษัทที่มีการใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่การสอบบัญชี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-2558 คิดเป็นร้อยละ 31 เช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี จากการศึกษาพบว่า ทุกกลุ่มอุตสาหกรรมมีแนวโน้มค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีลักษณะสูงขึ้น เป็นผลมาจากลักษณะการประกอบธุรกิจของลูกค้า ข้อมูลทางการเงินของบริษัท ความซับซ้อนของมาตรฐานการบัญชี รวมถึงข้อบังคับ กฎหมายเดิมและกฎหมายใหม่ ระบบงานของลูกค้า ที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีมีแนวโน้มสูงขึ้น ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะนี้ เป็นประโยชน์ต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ทำให้บริษัทจดทะเบียนได้ตรวจสอบสาเหตุของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงขึ้น เพื่อให้บริษัทได้รับรู้จุดเด่น และจุดที่ต้องพัฒนา ให้เป็นไปแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กำหนดไว้

1.2 ค่าบริการอื่น จากการศึกษาพบว่า ไม่มีการเปิดเผยค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 66.20 แม้ว่า แบบ 56-1 จะกำหนดให้ต้องแสดงค่าบริการอื่นในรอบปีที่ผ่านมาและที่ต้องจ่ายในอนาคต รวมถึงประเภทของการให้บริการอื่น ก็ตาม ดังนั้น ข้อเสนอแนะนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อตลาดหลักทรัพย์ และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ในการกำหนดมาตรการในการกำกับติดตาม เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ได้ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ดีของการกำกับดูแลกิจการต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ เป็นเพียงการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวโน้มของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559- 2561 ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราค่าตอบแทนระหว่างค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและค่าบริการอื่นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อชี้ให้เห็นถึงทิศทางความสัมพันธ์ดังกล่าว อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้น คณะกรรมการตรวจสอบ รวมถึงนักลงทุน ในการพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในการทำหน้าที่ผู้สอบบัญชีควบคู่กับการให้บริการอื่นที่ไม่ใช่การสอบบัญชี

เอกสารอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). **Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2019**. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2563, จาก

<https://market.sec.or.th/public/idisc/th/Ranking/Listed/Score>.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). **หลักการและแนวทางปฏิบัติ ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี**. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2563, จาก https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/cg/principle_p1.html?printable=true.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.(2558). **การเปิดเผยข้อมูล Non-audit Service สำคัญไฉน**.

สืบค้นเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2563, จาก https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/cg/files/.../201507CGCorner.pdf.

- ธีรยุทธ์ รัตนโพธิ์แสดงศรี. (2554). ผลกระทบของค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าสอบบัญชีต่อคุณภาพกำไร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ. (2559). แม่บทสำหรับงานให้ความเชื่อมั่น. วารสารวิชาชีพบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 12(33), 81-87.
- พชร พยับบรรณางกูร. (2558). ผลกระทบของค่าบริการอื่นที่ไม่ใช่ค่าตอบแทนการสอบบัญชี ต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนทิพย์ ตั้งเอกจิต, ยุวธิดา กันธวัง, และ สุวรรณ เลหาะวิสุทธิ. (2562). ปัจจัยกำหนดค่าตอบแทนการสอบบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 11(1), 23-26.
- สุมินทร เป้าธรรม. (2561). การใช้บริการอื่นที่ไม่ใช่งานสอบบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, 38(4), 1-14.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2563). ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 เมษายน 2563, จาก www.tfac.or.th/upload/9404/RGSc5w8NZi.pdf.
- Hannen, Brendan. (2015). **Audit Fees and Non-audit Fees: A Thirteen-year trend.** Retrieved April 17, 2020, from <https://blog.auditanalytics.com/audit-fees-and-non-audit-fees-a-thirteen-year-trend/>
- Mckeen, Jessica. (2019). **Sixteen Year Review of Audit Fee and Non-audit Fee.** Retrieved April 17, 2020, from <https://blog.auditanalytics.com/sixteen-year->

ผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อ
การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
EFFECT OF ELECTRONIC ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS ON ACCOUNTING
BEST PRACTICE OF ELECTRICAL AND ELECTRONICS BUSINESSES IN THAILAND

วรุณพร เลิศสหพันธ์¹ อุเทน เลานันทา¹ และ อัครวิทย์ ครอบคอบ¹

¹ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Warunpon Lertsahaphan¹ Uthen Laonamtha¹ and Aukkarawit Robkob¹

¹ Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

(Received: June 13, 2020; Revised: July 6, 2020; Accepted: July 20, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 149 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ และด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม ดังนั้นผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และความสามารถเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการกำหนดกลยุทธ์ การพัฒนาวางระบบ การควบคุม โครงสร้างพื้นฐาน ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ และการประมวลผลรายการทางบัญชีที่มีการพัฒนา ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย เพื่อให้ นักบัญชีปฏิบัติงานทางการบัญชีให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล คุณภาพ รวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือ และลดระยะเวลาทำงานมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์, การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชี, ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ABSTRACT

The purpose of this research is to test the effect of electronic accounting information systems on accounting performance of electrical and electronic businesses in Thailand. The sample group is the executives of Accounting Department, Electrical and Electronics Business in Thailand. And using questionnaires as a tool for collecting data from a sample of 149 people. The statistics used for data analysis are F -test (ANOVA and MANOVA) Multiple Correlation Analysis and regression analysis. The research found that electronic accounting information system in the

aspect computerized accounting system and accounting online transactional processing efficiency had relationships and positive with effect on accounting best practice as a whole of electrical and electronics business. Therefore, the account executive of electrical and electronic business Should focus on electronic accounting information systems. With the development of knowledge and ability in electronic accounting information systems more and more continuously, In terms of strategy formulation, developing a system, controlling, computerized accounting system, basic infrastructure and accounting transactions Adjusted according to the era in order for accountants to perform their accounting tasks efficiently, efficiently, quality, quickly, reliability and reduce working hours which then leads the business to sustainable success in the future.

Keywords: Electronic Accounting Information Systems, Accounting Performance Of Electrical, Electrical and Electronic Businesses in Thailand

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจส่งผลให้การจัดทำรายงานทางการเงินเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ โดยกิจการได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการจัดทำบัญชี วิเคราะห์ ตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล และเพื่อให้สะท้อนภาพที่แท้จริงของการดำเนินธุรกิจ รายการทางธุรกิจที่มีความซับซ้อนมากขึ้น และปริมาณของข้อมูลที่มีจำนวนมาก จึงทำให้ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจและเลือกวิธีการจัดการที่เหมาะสมต่อสภาพกิจการ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหาร (บริษัท PwC ประเทศไทย, 2560) ดังนั้น รูปแบบการจัดทำบัญชีจึงได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไป โดยมีการนำระบบคอมพิวเตอร์และระบบโปรแกรมบัญชีมาประยุกต์ใช้กับงานบัญชี เพื่อช่วยให้ข้อมูลมีความถูกต้อง และเชื่อถือได้ รวมทั้งรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ และนำไปใช้ในการตัดสินใจด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเก็บรักษาข้อมูล ช่วยในการประมวลผลข้อมูลที่ดีและสามารถใช้เครื่องมืออื่นในการวิเคราะห์งานขององค์กรต่าง ๆ (บุตรี บุญโรจน์พงศ์, 2557) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์มาช่วยเพื่อให้ผลของการปฏิบัติงานทางการบัญชีมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพต่อไป

ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Accounting Information Systems) หรือที่เรียกว่า E-AIS เป็นระบบทำงานที่สนับสนุนการทำงานโดยเกี่ยวเนื่องกับเอกสารข้อมูลทรัพยากรและการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยงานส่วนต่าง ๆ ให้สามารถทำงานสัมพันธ์กันจนเกิดเป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสนับสนุนการทำงานของอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อชนิดต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์และผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ได้ข้อมูลที่รวดเร็วทันต่อความต้องการ ประหยัดทรัพยากรต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้งานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์มีทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย การวางกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Strategy) ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ (Computerized Accounting System)

โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technological Infrastructure) และการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ (Accounting Online Transactional Processing) (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2560; สุพล พรหมมาพันธุ์, 2554; อุเทน เลาน้ำทา และนิภาพร อบทอง, 2560) โดยระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์เน้นการใช้ข้อมูลทางการบัญชีที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ วางแผน ควบคุมการดำเนินงาน ทำให้นักบัญชีควรปฏิบัติงานทางการบัญชีให้เป็นไปตามหลักการบัญชี และมาตรฐานการบัญชี เพื่อให้ผลของการปฏิบัติงานประสบความสำเร็จ ทำให้นักบัญชีต้องมีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ศึกษาและทำความเข้าใจในการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีและการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์

การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชี (Accounting Best Practice) เป็นพฤติกรรมที่บุคคลปฏิบัติเพื่อให้ภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จตามระบบบัญชีและตามระเบียบแบบแผน โดยการปฏิบัติงานบัญชียุคใหม่ชี้ให้เห็นถึงคุณภาพและผลผลิตของงาน ซึ่งการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีมีทั้งหมด 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำรายการค้า (Enhancement In Trade Transactions) ด้านการลดเวลาในการนำเสนอเอกสารและรายงาน (Reducing Delivery Time Document And Reporting) และด้านความคุ้มค่า (Cost Performance) (รัตนา วงศ์ศรีมีเดือน, 2554) โดยปัจจุบันการปฏิบัติงานทางการบัญชี และการไหลเวียนของข้อมูลทางการบัญชีมีความซับซ้อนมากขึ้น ทำให้นักบัญชีต้องกำหนดคุณสมบัติของระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ให้สัมพันธ์กับการปฏิบัติงานทางการบัญชี จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีต้องมีความครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ รวมทั้งสามารถนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์เข้าใช้ในการทำงาน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผลงานมีคุณภาพมากขึ้น และลดระยะเวลาในการทำงานน้อยลง รวมถึงภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จตามระบบบัญชีและตามระเบียบแบบแผน ซึ่งการใช้งานระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ได้เป็นอย่างดีเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชี

ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Electrical and Electronics Businesses) เป็นสมาชิกในสถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นธุรกิจที่ดำเนินการผลิต จำหน่ายและการบริการเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้า ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, 2561) ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน โทรศัพท์มือถือ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการประกอบธุรกิจ ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ได้นำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานทั้งทางด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการผลิต และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (จันทนา สาขากร และศิลปพร ศรีจันทเพชร, 2556) และในทุก ๆ ขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ รายการที่เกิดขึ้น และกฎระเบียบการบังคับใช้ซอฟต์แวร์ทางการบัญชี ล้วนแต่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของกิจการ จึงส่งผลให้นักบัญชีควรเรียนรู้ทางการปฏิบัติงานทางการบัญชี ดังนั้น ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จึงต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสร้างความแตกต่างของกระบวนการทำงาน เพื่อให้กระบวนการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ โดยนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ใช้การปฏิบัติงานทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลทางการบัญชี ข้อมูลด้านธุรกิจ เพื่อลดกระบวนการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ รวดเร็ว

ถูกต้อง และเกิดความสำเร็จในระยะยาวประสบความสำเร็จ และยังส่งผลดีต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไป (สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, 2561ก)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัย ผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชี หรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์และเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานทางการบัญชีของธุรกิจ เพื่อให้เกิดคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์กับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์กับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมุติฐานในการวิจัย

H1: ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการวางกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H2: ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H3: ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H4: ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 2,298 คน (สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, 2561) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 327 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) และใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยตามประเภทธุรกิจ กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยตามสัดส่วนและทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้คอมพิวเตอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) ด้วยการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยข้อคำถามในแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่า IOC ระหว่าง 0.54 - 0.79

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่าน การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.475 - 0.917 การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชี ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.688 - 0.883 สอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2553) ได้เสนอเกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.4 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามมีคุณภาพดี และการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.861 - 0.952 การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชี ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.902 - 0.934 ซึ่งเป็นค่าที่ Hair et al. (2006) แสดงความเห็นหาค่าความเชื่อมั่น ต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่าเนื้อหาในแบบสอบถามจะถือว่ายอมรับได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามถึงผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน - 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยการใช้ Variance Inflation Factors (VIFs) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation

Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์กับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ ABP} = \beta_0 + \beta_1 \text{EIS} + \beta_2 \text{ECA} + \beta_3 \text{ETI} + \beta_4 \text{EOT} + \epsilon$$

เมื่อ ABP แทน การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม
EIS แทน ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการวางกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
ECA แทน ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์
ETI แทน ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
EOT แทน ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์

ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์กับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ตัวแปร	ABP	EIS	ECA	ETI	EOT	VIFs
$\bar{X}$	4.031	3.886	4.174	3.891	3.933	
S.D	0.710	0.756	0.738	0.790	0.801	
ABP	-	0.738*	0.777*	0.734*	0.811*	
EIS		-	0.807*	0.745*	0.805*	3.426
ECA			-	0.852*	0.835*	5.048
ETI				-	0.848*	4.700
EOT					-	4.897

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์แต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ ระบบสารสนเทศทางการ

บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าตั้งแต่ 3.426 – 5.048 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006)

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวมของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์	การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม (ABP)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.792	0.190	4.174*	<0.0001
ด้านการวางกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (EIS)	0.130	0.080	1.628	0.106
ด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ (ECA)	0.258	0.099	2.600*	0.010
ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ETI)	-0.003	0.090	-0.029	0.977
ด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ (EOT)	0.424	0.090	4.707*	<0.0001
F = 82.554 p < 0.0001 Adj R ² = 0.688				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ (ECA) และด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ (EOT) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม (ABP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 และ 4 สำหรับระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการวางกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (EIS) และด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ETI) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม (ABP) จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 1 และ 3

ตาราง 3 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรระบบสารสนเทศทางการบัญชี
อิเล็กทรอนิกส์ต่อการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวมของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและ
อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์	การปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชี โดยรวม (ABP)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.841	0.188	4.474*	<0.0001
ด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ (ECA)	0.316	0.080	3.934*	<0.0001
ด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ (EOT)	0.476	0.074	6.428*	<0.0001
F = 163.054; p < 0.0001 Adj R ² = 0.687				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า เมื่อนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ (ECA) และด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ (EOT) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม (ABP) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.687 โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$ABP = 0.841 + 0.316ECA + 0.476EOT$$

อภิปรายผล

1) ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม เนื่องจาก ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพและสนับสนุนวิธีการปฏิบัติงานทางด้านบัญชี ส่งผลให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร กลายเป็นความได้เปรียบด้านข้อมูลทางการบัญชีธุรกิจ ซึ่งระบบบัญชีคอมพิวเตอร์เป็นระบบที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลทางการบัญชีให้เป็นระบบเดียวกัน โดยระบบบัญชีคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะทางการเงินและให้ข้อมูลสามารถใช้งานได้ทันที รวมทั้งให้บริการแก่ผู้ใช้ในสถานที่ต่าง ๆ ที่แตกต่างกันในเวลาเดียวกัน เพื่อช่วยในการจัดทำและนำเสนอรายงาน การทำธุรกรรมทางการบัญชีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์กร ช่วยในการจัดทำบัญชีและรายงานที่มีรูปแบบและมาตรฐานเดียวกันทั่วองค์กร ช่วยให้ปฏิบัติงานทำงานได้สะดวกขึ้น ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน ช่วยต่อการติดตามและประมวลผลสถานการณ์ขององค์กรในภาพรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลาญ จันทระจตุรภัทร (2562) พบว่า ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจากองค์กรได้มี

การใช้ระบบสารสนเทศพัฒนาเทคนิควิธีการบริหารแบบใหม่ ๆ ในการออกแบบการผลิต การบริการ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมหลักได้เป็นอย่างดี มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์จัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์นำเสนอผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนติดต่อสื่อสารระหว่างแผนก ลูกค้า รวมถึงผู้จัดหาปัจจัยการผลิตได้อย่างสะดวกและรวดเร็วทำให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุเทน เลาน้ำทา และนิภาพร อบทอง (2560) พบว่า ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสนับสนุนวิธีปฏิบัติงานทางด้านบัญชีที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงมีการจัดสรรงบประมาณการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานและสนับสนุนการบริหารเชิงกลยุทธ์ ความสามารถของกิจการในด้าน การเชื่อมโยงข้อมูลทางการบัญชีให้เป็นระบบเดียวกันด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งรวมถึงการใช้โปรแกรมทางด้านบัญชี เพื่อช่วยในการจัดทำและนำเสนอรายงาน การทำธุรกรรมทางการบัญชีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนด วิธีปฏิบัติหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งความสามารถของระบบบัญชีคอมพิวเตอร์จะทำให้เกิดประสิทธิภาพของวิธีปฏิบัติทางการบัญชี ส่งผลต่อความสำเร็จของรายงานทางการเงินที่เหนือกว่าและโดดเด่นกว่า กลายเป็นความได้เปรียบด้านข้อมูลทางการบัญชีธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจมีความเชื่อมั่นว่าระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดประสิทธิภาพของวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่ดีได้ ประสิทธิภาพของวิธีปฏิบัติทางการบัญชีเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเชื่อมโยงข้อมูล เพื่อเสริมประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน และแบ่งปันข้อมูลในการดำเนินงานร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ NDUBUISI และคณะ (2017) พบว่า ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นเทคนิคที่รู้จักกันในนาม Electronic Data Processing (EDP) เป็นระบบบัญชีคอมพิวเตอร์แบบบูรณาการ ซึ่งเป็นระบบพื้นฐานที่บัญชีทั้งหมดได้รับการอัปเดตตามความจำเป็น ใช้ในการรวบรวมข้อมูล นอกจากนี้ยังให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้อย่างรวดเร็ว สำหรับการตัดสินใจของผู้บริหาร และนำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่มีคุณภาพเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรโดยการปฏิบัติตามการบัญชี คำแนะนำ และแนวทางซึ่งช่วยให้องค์กรลดความเสี่ยง / ความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับความท้าทายและบรรลุความสำเร็จขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Murungi and Kayigamba (2015) พบว่า ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะทางการเงินของกิจการในเวลาที่เหมาะสม ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ช่วยให้ข้อมูลสามารถใช้งานได้ทันที และให้บริการแก่ผู้ใช้ในสถานที่ต่าง ๆ ที่แตกต่างกันในเวลาเดียวกันซึ่งหมายความว่ารายการงานสามารถทำได้ตลอดเวลา ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ช่วยให้ข้อมูลสามารถใช้งานได้ทันที และทำให้ผู้ใช้ที่ต่างสถานที่กันที่สามารถใช้งานได้ในขณะเดียวกัน ซึ่งหมายความว่าสามารถรายงานได้ทุกเวลา

2) ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม เนื่องจากองค์กรให้ความสำคัญกับการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ โดยการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์เป็นกระบวนการที่อัปเดตข้อมูลทางการบัญชีให้เป็นปัจจุบัน โดยเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อให้ข้อมูลทางการบัญชีมีความถูกต้อง รวดเร็ว และน่าเชื่อถือ และเพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉราภรณ์ ทะขารี (2561) พบว่า สมรรถนะของระบบสารสนเทศทางบัญชีสมัยใหม่ ด้านความ

เชื่อมโยงภายในองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับความสำเร็จขององค์กรด้านการเรียนรู้และพัฒนา เนื่องจากกิจการมีระบบสารสนเทศทางบัญชีที่มีความสามารถในการใช้ข้อมูลร่วมกันสามารถแก้ไขข้อมูลได้และปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันทันที รวมถึงมีการนำระบบงานในองค์กรโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างหน่วยงานในองค์กร และการติดต่อสื่อสารข้อมูลกับภายนอกองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีอย่างทันที สามารถนำข้อมูลด้านอื่นขององค์กรมาใช้ร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นานกุลดา ลลิตากุลชัย (2560) พบว่า ศักยภาพการจัดการระบบสารสนเทศ ด้านระบบเครือข่าย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการมีประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ด้านผลการดำเนินงาน และด้านต้นทุน เนื่องจากในปัจจุบันการจัดการระบบสารสนเทศภายในและภายนอกองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะองค์กรต้องมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการระบบสารสนเทศ เพื่อช่วยให้การบริหารงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้อุรกิจสามารถเรียกดูและใช้ข้อมูลร่วมกันภายในหน่วยงาน จากระบบเครือข่ายท้องถิ่นหรือการเรียกดูข้อมูล และรายงานผลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตที่เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ รวมถึงใช้ระบบเครือข่ายในการติดต่อสื่อสารถึงกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรินทร์ศรี นนทะชัย (2559) พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านทำงานได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากในยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน อินเทอร์เน็ตถือได้ว่าเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่มีข้อมูลข่าวสารมากมายมหาศาล ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึง และเรียกใช้ได้อย่างสะดวกและไร้ขอบเขตจำกัด โดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีบริการต่าง ๆ หลายบริการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน เช่น บริการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล บริการส่งงานคอมพิวเตอร์ระยะไกล บริการสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ต บริการข้อมูลข่าวสารออนไลน์ และบริการสืบค้นข้อมูล เป็นต้น ซึ่งทำให้การปฏิบัติงานมีความสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khudir (2016) พบว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชีคือการบันทึกการทำธุรกรรมทางการเงินขององค์กร และการสื่อสารกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้ปลายทางที่มีศักยภาพ นักบัญชีใช้ข้อมูลที่ได้รับ เพื่อวัตถุประสงค์ในการจัดทำงบการเงินขององค์กร ประเภทของการตัดสินใจที่จัดทำขึ้น โดยฝ่ายจัดการจะทุ่มเทให้กับข้อมูลที่ผู้ใช้กำหนด ซึ่งข้อมูลที่จำเป็นต่อผู้ใช้งาน เพื่อเป็นวิธีการให้ความช่วยเหลือในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับประสิทธิภาพขององค์กร และทรัพยากรขององค์กรรวมทั้งส่วนของผู้ถือหุ้น การเปลี่ยนแปลงหนี้สินและสินทรัพย์ ข้อมูลทางการเงินแตกต่างกันไปตามความต้องการของผู้ใช้ภายนอก และภายใน นอกจากนี้นักบัญชีจำเป็นต้องเข้าใจถึงความสำคัญของรายงานที่จัดทำขึ้นสำหรับผู้ใช้งบการเงินที่แตกต่างกันและสิ้นสุดลง นอกจากนี้ระบบสารสนเทศทางการบัญชียังช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถควบคุม และความรับผิดชอบกิจกรรมทางการเงินได้ ข้อมูลทางการเงินขององค์กรจัดทำขึ้นอย่างถูกต้อง และเชื่อถือได้ เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมีความถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อให้การบริหารงานของบริษัทมีความล้าหลัง โดยใช้ข้อมูลทางการเงินที่ล้าสมัย เพื่อวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจ เนื่องจากผู้บริหารอาจตัดสินใจผิดพลาดตามข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจมีผลต่อการตัดสินใจสำหรับการลดค่าใช้จ่าย การเพิ่มอัตรากำไร การเพิ่มยอดขาย และการได้มาซึ่งสินทรัพย์ใหม่ เป็นต้น

3) ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการวางกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี และด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม เนื่องจากกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกออกแบบและพัฒนาตามมาตรฐานทางการบัญชีอยู่แล้ว ซึ่งนักบัญชีจะเป็นผู้ปฏิบัติงานทางการบัญชี โดยการปฏิบัติงานทางการบัญชี มาจากการพัฒนาความรู้ความสามารถทางการบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการวางกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี และด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีโดยรวม สอดคล้องกับแนวคิดของ วัชนีพร เศรษฐสุลักโก (2560) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชี เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นมาในกิจการ โดยมีการใช้ทรัพยากรบุคคล คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์รอบข้าง เช่น จอภาพ และเครื่องพิมพ์ เพื่อทำหน้าที่หลักในการบันทึกข้อมูล ประมวลผล และจัดทำสารสนเทศทางการบัญชีให้แก่ผู้ใช้ภายใน และผู้ใชภายนอกของกิจการ ซึ่งใช้คนจัดเก็บ บันทึกข้อมูล ประมวลผล และจัดทำรายงานสารสนเทศ โดยอาศัยคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์รอบข้างเป็นเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกเท่านั้น ส่วนข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพจะต้องมีคุณสมบัติที่ทำให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลในงบการเงินมีความถูกต้อง และยุติธรรมตามมาตรฐานการบัญชีเพียงพอ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งบการเงินนำข้อมูลในอดีตมาใช้ประโยชน์ในการประมาณการและคาดการณ์ในอนาคต เพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ดังนั้น การจะจัดทำงบการเงินให้มีคุณภาพได้นั้นต้องอาศัยบุคคลที่จะป้อนข้อมูล หรือบันทึกข้อมูลให้ครบถ้วน ถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนะเมศร์ ธนโชติสุขวัฒน์ (2558) พบว่า การควบคุมภายในด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการควบคุมการประมวลผลข้อมูล ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี เนื่องจาก การรับรู้โปรแกรมได้ถูกพัฒนาตามมาตรฐานอยู่แล้ว ซึ่งนักบัญชีจะเป็นผู้บันทึกข้อมูลในระบบสารสนเทศผ่านช่องทางต่างๆ ที่กำหนดไว้ในโปรแกรม โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล มาทำการจำแนกประเภทของข้อมูล และทำการบันทึกข้อมูล ซึ่งในการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือระบบสารสนเทศนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการประมวลผลคือ รายงานทางการเงินต่างๆ ตามที่ต้องการหรือตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ ดังนั้น การประมวลผลของโปรแกรมเป็นมาตรฐานที่ระบบได้จัดตั้งไว้อัตโนมัติ จึงไม่ได้สัมพันธ์การคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี เพราะรายงานข้อมูลทางการบัญชีจะมีคุณภาพได้นั้น จะขึ้นอยู่กับผู้บันทึกบัญชีได้ ว่าสามารถจำแนกรายการ จัดประเภทวิเคราะห์ เพื่อที่จะนำมาบันทึกข้อมูลได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และครบถ้วนหรือไม่ อย่างไร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยพบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ในด้านด้านระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ และด้านการประมวลผลรายการทางบัญชีออนไลน์ โดยการนำข้อสนเทศที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการเสริมสร้างและพัฒนาการปฏิบัติงานทางการบัญชี เพื่อให้ได้แนวทางการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์กับการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชี กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจเครื่องดื่ม เป็นต้น เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ มีการนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาประยุกต์ใช้จำนวนมาก และเพื่อเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไรก็ตาม อาจทำให้งานวิจัยมีประสิทธิผล และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรเพิ่มตัวแปรอื่น ๆ เพื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบที่จะส่งผลกระทบต่อระบบสารสนเทศทางการบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เช่น คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี เพื่อให้ข้อมูลในคุณภาพรายงานทางการเงินมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจในเชิงเศรษฐกิจที่มีผลต่อผู้ใช้คุณภาพรายงานทางการเงิน และผู้มีส่วนได้เสียในคุณภาพรายงานทางการเงินนั้น

เอกสารอ้างอิง

- จันทนา สาขากร และศิลปพร ศรีจันทพร. (2556). การบัญชีขั้นต้น. กรุงเทพฯ: ทีพี เอ็น เพรส.
- ชนะเมศร์ ธนโชติสุขวัฒน์. (2558). ผลกระทบของการควบคุมภายในด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นางกุลดา ลลิตากุลชัย. (2560). ผลกระทบของศักยภาพการจัดการระบบสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บริษัท PwC ประเทศไทย. (2560). PwC เผยมาตรฐานการบัญชีใหม่ถึง 1A อัตโนมัติเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2562, จาก <https://mgronline.com/stockmarket/detail/9600000106132>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุตรี บุญโรจน์พงศ์. (2557). ความทันสมัยในงานบัญชี : จากการทำบัญชีด้วยมือไปสู่การทำบัญชีด้วยระบบคอมพิวเตอร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2561, จาก <http://www.softbizplus.com/accounting-principles/504-modern-account>
- พลาญ จันทระจตุรภัทร. (2562). ผลกระทบของทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่และผลการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 6(1 มกราคม – มิถุนายน 2562), 48-59.
- รัตนา วงศ์ศรีเคมีเดือน. (2554). บัญชีเพื่อการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.

- วรินรัมย์ นนทะชัย. (2559). **ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วัชรินทร์ เศรษฐกิจโก. (2560). ระบบสารสนเทศทางการบัญชี. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: วิ.เจ. พรินต์ติ้ง.
- สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. (2561ก). **รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เดือนกันยายน 2561**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2561, จาก <http://eiu.thaieei.com/box/Outlook/74/รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรม เดือนกรกฎาคม 2561 ฉบับจริง.pdf>
- สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. (2561ข). **รายชื่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.thaieei.com/eiu/TableauPage.aspx?MenuID=18>
- สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. (2561ค). **ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.thaieei.com/>
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2553). **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 8. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุพล พรหมมาพันธุ์. (2554). **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อัจฉราภรณ์ ทวะชาวี. (2561). **ผลกระทบของสมรรถนะของระบบสารสนเทศทางบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัตรมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อุเทน เลาน้ำทา และนิภาพร อบทอง. (2560). ความสามารถของระบบบัญชีคอมพิวเตอร์กับความได้เปรียบด้านข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. **WMS Journal of Management**, 6(3), 17–31.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2560). **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (ปรับปรุง)**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, บมจ.
- Hair, J.F., Black, W.C., & Anderson, R. E. (2006). **Multivariate data Analysis**. 6th Ed. Multivaria: NJ: Pearson Education International.
- Khudir, M. I. (2016). Implementation of Electronic Accounting System in Business Environment. **Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)**, 2(6), 127–133.
- Murungi, S., & Kayigamba, C. (2015). The Impact of Computerized Accounting System on Financial Reporting in the Ministry of Local Government of Rwanda. **Emerging Trends in Economics and Management Sciences**, 6(4), 261–265.

NDUBUISI, N.A, & others. (2017). Comparative Analysis of Computerized Accounting System and Manual Accounting System of Quoted Microfinance Banks (MFBs) in Nigeria. **Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences**, 7(2), 30–43.

อิทธิพลของความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงาน:
หลักฐานการศึกษาในจังหวัดชัยภูมิ

THE IMPACT OF MONEY ATTITUDE AND FINANCIAL LITERACY ON PERSONAL DEBT
IN FIRST JOBBERS: EVIDENCE FROM CHIYAPHUM PROVINCE

ศรัณญา ศีกสงคราม¹ และ อนงค์นุช เทียนทอง¹

¹คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Saranya Sueksongkram¹ and Anongnuch Thienthong¹

¹Faculty of Economics, Khon Kaen University

(Received: June 2, 2020; Revised: July 19, 2020; Accepted: August 14, 2020)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ก่อหนี้ในวัยเริ่มทำงานประกอบกับความรู้อิทธิพลและทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือวัยทำงานที่มีช่วงอายุไม่เกิน 36 ปี ในจังหวัดชัยภูมิ เข้าถึงด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงรวมทั้งสิ้น 110 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ 1) วิเคราะห์ถึงลักษณะทั่วไป พฤติกรรมการเป็นหนี้ และอิทธิพลของความรู้และทัศนคติทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา 2) การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยทางด้านความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ด้วยแบบจำลองถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 31 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 32,218 บาทต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมการเป็นหนี้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีหนี้สินส่วนใหญ่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ รองลงมาคือ หนี้สินเกี่ยวกับยานพาหนะและหนี้สินส่วนบุคคล มีความรู้และทัศนคติทางการเงินในระดับมาก โดยแบบจำลองวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางด้านอายุ การสมรส ความรู้ทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน มีอิทธิพลต่อการก่อหนี้ในวัยเริ่มทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการก่อหนี้คือ ความรู้ทางการเงิน มีอิทธิพลสูงถึงร้อยละ 25.20

คำสำคัญ: ทัศนคติทางการเงิน, ความรู้ทางการเงิน, หนี้สินส่วนบุคคล, วัยเริ่มทำงาน

ABSTRACT

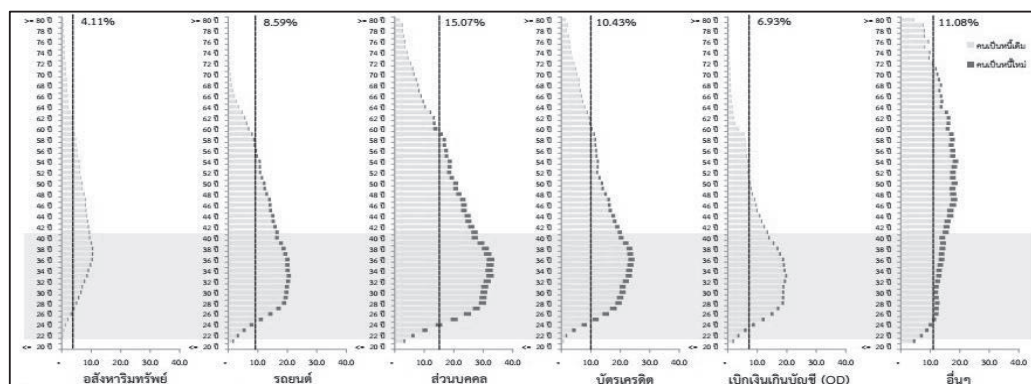
This study aims to find the characteristic of first jobber, the impact of money attitude and financial literacy on personal debt. The samples of 110 participants were collected in Chaiyapoom Province among office workers with no more than 36 years old by purposive sampling. To analyze data the researchers divided into two groups as follows: 1) to summarize overall characteristics by descriptive statistics 2) to test the impact of money attitude and financial literacy on personal debt by multiple regression analysis. The result found that the samples were mostly female with the age of 31 years old, bachelor's degree in education, state enterprise employees with average income; 32,218 per month. Besides on debt behavior found

that the most debt paid for assets, vehicle, and personal consumption respectively. The samples had a high level of money attitude and financial literacy of their own. Moreover, the multiple regression outcomes illustrated that age, marriage, money attitude, and financial literacy had impact on personal debt in first jobber significantly; the outstanding effect on personal debt was that financial literacy change in 25.20 percent.

Keywords: Money Attitude, Financial Literacy, Personal Debt, First Jobbers

บทนำ

ปัญหาหนี้ครัวเรือนของไทย ยังคงเป็นประเด็นที่ถูกให้ความสำคัญในแวดวงธนาคารและกำหนดนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ เนื่องจากหนี้สินครัวเรือนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (Household Debt to GDP) มีสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 77.8 ทั้งยังถูกจัดเป็นหนึ่งในสามประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีหนี้สินต่อบุคคลสูงที่สุด ข้อสังเกตเกี่ยวกับหนี้สินภาคครัวเรือนของไทย คือคนไทยเริ่มเป็นหนี้เร็วขึ้น เป็นหนี้มากขึ้น และมีมูลค่าหนี้มากขึ้น ในกลุ่มหนี้บัตรเครดิต หนี้สินส่วนบุคคล และหนี้สินรถยนต์ (ภาพที่ 1) โดยในกลุ่มดังกล่าว ยังคงสถานะเป็นลูกหนี้ที่ต้องทำการติดตามทวงถาม (NPL) ถึงร้อยละ 16 ซึ่งเห็นถึงความเปราะบางของเศรษฐกิจในระดับฐานรากที่นำไปสู่การเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจในอนาคตที่มีระดับใหญ่ขึ้น การที่ภาคครัวเรือนก่อหนี้มากเกินไปส่งผลให้สถานะเศรษฐกิจของประเทศเกิดการชะลอตัว และเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)



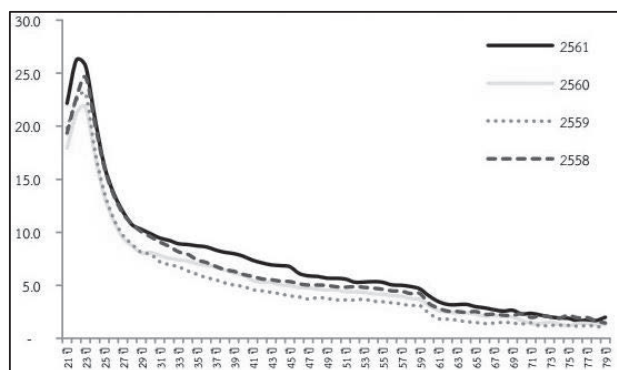
ภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของอัตราการก่อหนี้จำแนกประเภทในแต่ละช่วงอายุ

ที่มา: บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (2561)

สาเหตุของการเป็นหนี้ ส่วนหนึ่งเกิดจากการแข่งขันของสถาบันทางการเงินที่ขยายโอกาสในการเข้าถึงสินเชื่อแก่ภาคครัวเรือน ผนวกกับแรงจูงใจทางอัตราดอกเบี้ยที่ชักจูงให้ภาคครัวเรือนก่อ

หนี้เพิ่มขึ้น จากผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า หนี้ภาคครัวเรือนมีการขยับตัวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 25 ต่อปี (สาวิณี สุริยันรตกร, 2560) โดยหลักฐานทางสถิติของ บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด ยังยืนยันข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่าผู้ก่อหนี้รายใหม่มีภาระหนี้เชื่อมากกว่าหนึ่งแห่งโดยมีช่วงสูงสุดในกลุ่มช่วงวัยเริ่มทำงานระหว่าง 21 ถึง 30 ปี (ภาพที่ 2)

หน่วย: ร้อยละ



ภาพที่ 2 แสดงอัตราการเติบโตของผู้ก่อหนี้รายใหม่
ที่มา: บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (2561)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มวัยเริ่มทำงาน พบว่า เป็นผู้มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี ที่มีความต้องการในการเข้าถึงดวงสังคม ความสะดวกสบาย และการเข้าถึงเทคโนโลยี ทำให้เกิดเป็นค่านิยมทางด้านวัตถุ (Materialist) ส่งผลให้ประชาชนมีการบริโภคที่เกินความจำเป็น และเกิดปัญหาหนี้สินตามมา ซึ่งเป็นไปตามหลักทฤษฎีการบริโภคในวัฏจักรชีวิต (Life-cycle Theory of Consumption) (สาวิณี สุริยันรตกร, 2560) ทว่าการก่อหนี้ภาคครัวเรือนในปัจจุบันเป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ส่งผลให้เม็ดเงินไม่หมุนกลับเข้าสู่ภาคครัวเรือน เกิดปัญหาหนี้ซัซอน จนเข้าสู่ภาวะกับดักการเป็นหนี้โดยสมบูรณ์ (นริศ สภาผลเดชา และ นันทพร ตั้งเจริญศิริ, 2561) อนึ่งหากพิจารณาถึงพฤติกรรมของประชาชนไทยในช่วงอายุดังกล่าว แสดงให้เห็นว่ากลุ่มคนในช่วงวัยเริ่มทำงานนั้นมีความรู้และการจัดการการเงินในระดับที่น้อยกว่ามาตรฐาน เมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชีย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559) ตลอดจนการละเลยการให้ความสำคัญในการใช้จ่าย อันเป็นสาเหตุของการเป็นหนี้ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญและมีความต้องการในการศึกษาถึงองค์ความรู้และทัศนคติทางการเงินว่ามีบทบาทต่อการก่อหนี้ในวัยเริ่มทำงานหรือไม่อย่างไร เพื่อช่วยลดความเปราะบางของระบบเศรษฐกิจ และเป็นแนวทางนำพาให้ประชาชนหลุดพ้นจากกับดักหนี้สินสู่การพัฒนาาระบบเศรษฐกิจของประเทศที่ดีขึ้นในอนาคต

สำหรับบริบทการศึกษานี้ ได้เลือกจังหวัดชัยภูมิเป็นพื้นที่การศึกษา เนื่องด้วยจังหวัดชัยภูมิมีขนาดพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งยังเป็นฐานเศรษฐกิจขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมโรงงาน มีสำนักงานราชการและเอกชนหลายแห่ง และมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ

อยู่ที่ร้อยละ 13.1 ต่อปี (สำนักงานเทศบาลเมืองชัยภูมิ, 2560) อันจะทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายและมีมิติทางการศึกษาที่เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมการก่อหนี้ของวัยเริ่มทำงานในจังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติและความรู้ทางการเงินต่อการก่อหนี้ในวัยเริ่มทำงาน

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

1. หลักทฤษฎีบทของการบริโภคที่สัมพันธ์กับการก่อหนี้

ในอดีตที่ผ่านมา นักเศรษฐศาสตร์หลายคนต่างได้กล่าวถึงหลักการบริโภคในภาคครัวเรือนว่ามีความหลากหลาย ตลอดจนความจำเพาะ อันเป็นไปตามแต่ละช่วงเวลาแนวคิดนั้นดำรงอยู่ (Froyen, 2013) โดยมีรายละเอียดดังนี้ ช่วงแรกของการก่อตั้งแนวคิดการบริโภคเกิดขึ้นจาก Keynes (1936) ที่บรรยายถึงการบริโภคภาคครัวเรือนว่ามีรูปแบบการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับหลักรายได้สมบูรณ์ (Absolute Income Hypothesis) โดยเชื่อว่าการบริโภคและการลงทุนสุทธิขึ้นกับรายได้สุทธิในแต่ละครัวเรือน (Disposable Income) ต่อมาแนวคิดดังกล่าวได้ถูกกลั่นกรองโดย Friedman (1957) ที่ได้ทำการขยายแนวคิดออกไปด้วยการแบ่งแยกรายได้และการบริโภคของภาคครัวเรือนออกเป็น 2 ส่วน คือ รายได้/การบริโภคถาวร (Permanent Income/ Consumption) และรายได้/การบริโภคชั่วคราว (Transitory Income/Consumption) บนหลักแนวคิดนี้มีความเชื่อว่า ภาคครัวเรือนมีพฤติกรรมการจัดสรรรายได้โดยอ้างอิงกับแนวโน้มรายได้ในระยะยาว หรือมีการคาดการณ์เหตุการณ์การบริโภคในอนาคต ขณะเดียวกันรายได้ส่วนที่เหลือจากการบริโภคจะถือเป็นการออมของครัวเรือน ถัดมาไม่นานข้อค้นพบของ Duesenberry (1959) มีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกันกับ Friedman ด้วยหลักการบริโภคด้วยรายได้เปรียบเทียบ (Relative Income Hypothesis) ซึ่งมีความเชื่อว่าการบริโภคภาคครัวเรือนนั้น มีความสัมพันธ์แพร่ร่วมกับพฤติกรรมการบริโภค และการปรับตัวของภาคครัวเรือนจากการบริโภคในอดีตอีกด้วย สุดท้ายแล้วแนวคิดที่เป็นที่ยอมรับและใช้เป็นทฤษฎีบทในปัจจุบันคือ หลักการบริโภคตามช่วงอายุไข (Life Cycle Hypothesis) ของ Modigliani & Ando (1963) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงการบริโภคของภาคครัวเรือนนั้นไม่ได้ขึ้นกับรายได้ ณ ปัจจุบัน แต่ขึ้นกับรายได้ในอนาคต ทำให้มีความสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยแต่ละบุคคลจะมีแบบแผนการใช้จ่ายที่แตกต่างกันไป ซึ่งในช่วงต้นของชีวิตหรือเริ่มทำงานรายได้จะอยู่ในระดับต่ำและรายได้ผันแปรเพิ่มขึ้นตามอายุจนถึงจุดอิ่มตัวของบุคคลนั้น แล้วจะเกิดการลดน้อยถอยลงเป็นวัฏจักรด้วยแนวคิดของ Modigliani & Ando นี้เองที่เล็งให้เห็นถึงจุดต่อแหลมที่อาจนำไปสู่การก่อหนี้ของภาคครัวเรือน อันสอดคล้องกับการศึกษาของผู้วิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการเริ่มต้นทำงานของบุคคลที่รายได้น้อยไม่มากนัก ประกอบกับภาวะกดดันทางเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดการก่อหนี้ที่เพิ่มขึ้น

2. พฤติกรรมทางการเงินของวัยเริ่มทำงาน

หากมองลึกลงไปในสภาพสังคมของวัยเริ่มทำงาน ณ ปัจจุบันมักจะมีปัญหาทางการเงินในลักษณะที่คล้ายคลึงกันอย่างมากในทุกสาขาอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นรายได้ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย ปัญหาหนี้สินที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งปัญหาการออมเงินสำหรับวัยเริ่มทำงาน (นริศ สถาผลเดชา และ นันทพร ตั้งเจริญศิริ, 2561) ทั้งหมดเหล่านี้ เป็นตัวชี้วัดถึงความเปราะบางทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก และยิ่งส่งต่ออิทธิพลไปยังฐานเศรษฐกิจในระดับที่ใหญ่ขึ้นอีกด้วย จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาทางการเงินของ Wealth Creation International: WCI (2020) พบว่า สถานการณ์ปัญหาการใช้จ่ายและหนี้สินของคนไทยในวัยเริ่มทำงานสามารถจำแนกได้ออกเป็น 5 กรณี ดังนี้

1) ปัญหาการเพิ่มภาระให้แก่ตนเอง ในความเป็นจริงแล้วปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นในทุกที่ทั่วโลก ซึ่งเกิดจากความต้องการในการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตนเอง (บ้าน รถ คอนโดมีเนียม และของสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ) ขณะเดียวกันนี้ การมีเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์กลับไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ยังเป็นข้อจำกัดอย่างชัดเจน จนนำไปสู่การเพิ่มภาระหนี้สินที่อาจนำไปสู่การติดกับดักหนี้สินในอนาคตมากไปกว่านั้น กระแสสังคมและความหลงใหลในสเนียม เป็นหนึ่งปัจจัยที่นำไปสู่การก่อหนี้ได้อีกด้วย

2) ปัญหาการไม่วางแผนการเงินให้กับตนเอง ในปัจจุบันผลสำรวจของสถาบันทางการเงินและการวิจัยเชิงสำรวจ ชี้ให้เห็นว่าคนไทยยังขาดองค์ความรู้ทางการเงิน และส่วนใหญ่ของประชากรยังประสบปัญหาในการจัดการทางการเงินและหนี้สิน มากไปกว่านั้นยังขาดเป้าหมายทางการเงิน ระบบแบบแผนการใช้จ่าย โดยมักใช้เงินในการแสวงหาความสุขในระยะสั้น จึงทำให้ระบบการจัดการรายได้เป็นแบบเดือนต่อเดือนโดยไม่มีส่วนเหลือเก็บ

3) ปัญหาเงินสำรองเพื่อใช้จ่าย เงินสำรองเพื่อใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉินนั้น มีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตที่ไม่สามารถคาดการณ์ถึงปัญหาในภายภาคหน้าได้ ไม่ว่าจะเป็นการเกิดอุบัติเหตุ การเจ็บป่วย หรือความจำเป็นอื่น ๆ อนึ่งเงินสำรองนี้เป็นส่วนที่มาจากที่เหลือเก็บและออมไว้จากรายได้ ทว่าการออมเงินเป็นสิ่งที่ยากสำหรับมนุษย์ในปัจจุบัน อันเนื่องมาจากสิ่งกระตุ้นที่มีอยู่มากทำให้การหักห้ามความต้องการเป็นสิ่งที่ยาก ซึ่งผลสำรวจได้ระบุว่าประชาชนในปัจจุบันโดยส่วนใหญ่มีเงินเพียงพอสำหรับการใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน

4) ปัญหาการจัดลำดับความจำเป็นของสิ่งของ การสร้างหนี้ในบางครั้งถือเป็นเรื่องดีและมีประโยชน์ เนื่องด้วยสิ่งที่ได้รับมาจากการก่อหนี้สามารถนำไปใช้เพื่อสร้างประโยชน์หรืออำนวยความสะดวกสบายให้กับชีวิต ทว่าปัจจุบันการก่อหนี้ส่วนใหญ่เกิดจากความต้องการ ความอยากมี และตอบสนองความต้องการของสังคม จึงทำให้ขาดการพิจารณาความสำคัญในส่วนนี้ไป ส่งผลให้ประชาชนติดกับดักหนี้สิน และเกิดเป็นปัญหาหนี้ระยะยาวได้

5) ปัญหาการจัดการหนี้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ ในบางกรณี การมีหนี้สินเป็นเรื่องที่ดีเมื่อผ่านการพิจารณาความสำคัญในช่วงต้น แต่การก่อหนี้ทุกครั้งย่อมส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของประชาชน และอาจนำไปสู่ปัญหาในระดับที่ใหญ่ขึ้น อาทิ การเกิดหนี้เสียแก่สถาบันทางการเงิน ความสุขมวลรวมของประเทศที่ลดลง ตลอดจนการถดถอยทางเศรษฐกิจ ที่เป็นปัญหาสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศ

3. บทบาทของความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อพฤติกรรมทางการเงิน

ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) คือ แนวคิดหรือหลักการที่สามารถช่วยให้ปัจเจกบุคคลสามารถจัดการทรัพยากรทางการเงินให้เกิดประสิทธิภาพตามเงื่อนไขที่มี ขณะที่ทัศนคติทางการเงิน (Money Attitude) คือ ความสามารถในการประยุกต์หลักความรู้ทางการเงินมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างเกิดประสิทธิผล ซึ่งการชี้ชัดบทบาทขององค์ความรู้และทัศนคติทางการเงินยังเป็นที่คลุมเครือและยากต่อการสรุปว่ามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการเงินจริงหรือไม่ (Ibrahim & Alqaydi, 2013; Bahovec, Barbić & Palić, 2015) เนื่องจากเป็นปัจจัยภายในจำเพาะบุคคลที่ยากต่อการประเมินผลได้อย่างถูกต้อง สำหรับองค์ความรู้ทางการเงินของประชาชนเป็นที่จับตามองอย่างมาก สำหรับสถาบันทางการเงินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดความอยู่ดีมีสุขทางด้านเศรษฐกิจ และส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับฐานรากให้สามารถรองรับต่อการดำเนินนโยบายทางการเงินให้เกิดประสิทธิผล (สาวิณี สุริยรัตน์, 2560) โดยผลการวิจัยของ (Agnew & Harrison, 2015) ได้ยืนยันแนวคิดดังกล่าว จากการพิสูจน์ว่ากลุ่มประเทศที่ประชาชนมีองค์ความรู้และทัศนคติทางการเงินที่ดี ส่งผลต่อการก่อหนี้และการจัดการรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการที่ประชาชนมีความรู้ทางการเงิน จะส่งผลให้มีแนวโน้มในการจัดการรายได้และหนี้สินที่ดีกว่ากลุ่มเปรียบเทียบกับอื่นๆ

บทบาทของความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงิน มีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบัน ด้วยเหตุเพราะการเปลี่ยนแปลงของโลกโลกาภิวัตน์ ทำให้เกิดค่านิยมทางวัตถุที่สูงขึ้น (Phenix, 1996) วิธีการดำเนินชีวิตมุ่งหาความสะดวกสบาย และการใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง การขาดสติยังคิดพิจารณาความสำคัญของการใช้จ่าย ทว่าบทบาทของความรู้ทางการเงินในปัจจุบัน กลับถูกละเลยการให้ความสำคัญและขาดการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรม (นริศ สภาผลเดชา และ นันทพร ตั้งเจริญศิริ, 2561) จึงทำให้ประชาชนในปัจจุบันยังคงประสบกับปัญหาทางการเงิน การบริหารการเงิน ก่อให้เกิดหนี้สินครัวเรือนที่สูงมากโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 440,000 บาท สะท้อนให้เห็นถึงผลเสียของการขาดความรู้ทางการเงินที่ดี จะส่งผลให้เกิดการบริหารรายได้ที่ไม่สมดุล และวกกลับสู่วัฏจักรการก่อหนี้ในลำดับถัดต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ถูกใช้ในการศึกษานี้เป็นกลุ่มวัยเริ่มทำงาน มีช่วงอายุไม่เกิน 36 ปี ในจังหวัดชัยภูมิ โดยจะต้องเป็นบุคคลที่มีการก่อหนี้กับทางสถาบันทางการเงินไม่ว่าจะเป็น สินเชื่อบัตรเครดิต สินเชื่อบ้าน สินเชื่อรถ สินเชื่อเพื่อการบริโภค และสินเชื่อสหกรณ์

การที่จะได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้เลือกการกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยสัดส่วนของจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรอิสระตามแนวคิดของ Schumacker & Lomax (1996) โดยเลือกอัตราส่วน 1:10 กล่าวคือ จำนวนตัวแปรอิสระ 1 ตัว จะถูกบรรยายด้วยฐานข้อมูลเชิงสำรวจ 10 ชุด อนึ่ง แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษานี้ปรากฏจำนวนตัวแปรอิสระทั้งหมด 11 ตัว (ปรากฏในแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา) ดังนั้น จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้จึงเท่ากับ 110 ตัวอย่าง ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

(Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดตลอดจนลดค่าความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดในแบบจำลองที่ถูกสร้างขึ้นอีกด้วย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และข้อความปลายเปิด (Open-Ended Question) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการก่อหนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และข้อความปลายเปิด (Open-Ended Question) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ จำนวนสินเชื่อในปัจจุบัน (ที่ไม่รวมภาคการเกษตร) จำนวนสถาบันทางการเงินที่ขอและอนุมัติสินเชื่อ ประสบการณ์ในการขอสินเชื่อ หลักประกันสินเชื่อ ภาระการอุ้มชูในครัวเรือน แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของรายได้ ภาวะกดดันจากกระแสสังคม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติทางการเงินของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบประเมินความเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) ที่รวบรวมข้อความเกี่ยวกับพื้นฐานทางการเงินและการบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดให้ ระดับคะแนน 5 แทน ปัจจัยที่ศึกษามีอิทธิพลมากที่สุด และ ระดับคะแนน 1 แทน ปัจจัยที่ศึกษามีอิทธิพลน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมไว้ในข้างต้น ผู้วิจัยได้วางแนวทางการศึกษาเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบของงานวิจัยไว้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการก่อหนี้ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การบรรยายถึงลักษณะในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง และทำการแสดงผลในรูปแบบตาราง ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 การศึกษาตัวกำหนดการก่อหนี้ส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงานครั้งนี้ ได้นำแนวคิดทางการศึกษาของ Ibrahim and Alqaydi (2013) มาทำการศึกษาเพิ่มเติมผ่านการประยุกต์ใช้แบบจำลองถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model) เพื่อประเมินอิทธิพลทางพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในรูปแบบค่าพารามิเตอร์ ตลอดจนการประเมินถึงการปรับตัวเชิงพฤติกรรมจากการเปลี่ยนแปลงในระดับพหุกำลัง (Dynamic Effect) และการศึกษาปฏิสัมพันธ์ (Interaction Effect) ของปัจจัยศึกษาที่ถูกกละเลยจากการศึกษาที่ผ่านมา โดยแบบจำลองที่ใช้จะสามารถเขียนในรูปแบบของสมการถดถอยได้ดังนี้

$$ll_i = \varpi_o + \nabla'_i \Gamma'_i + v_i$$

เมื่อ	ll_i	แทน	จำนวนหนี้สินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (บาท)
	Γ'_i	แทน	เวกเตอร์ของตัวกำหนดการก่อหนี้ อันประกอบด้วย
			เพศ (ชาย = 0, หญิง = 1)
			อายุ (ปี)
			อายุ ² (ปี)
			สถานภาพ (สมรส = 1, โสด = 0)
			ความรู้ทางการเงิน (คะแนนเฉลี่ยรวมจากข้อคำถามย่อย)
			ทัศนคติทางการเงิน (คะแนนเฉลี่ยรวมจากข้อคำถามย่อย)
			อายุ x ความรู้ทางการเงิน (คะแนนผลคูณของตัวแปร)
			อายุ x ทัศนคติทางการเงิน (คะแนนผลคูณของตัวแปร)
	ϖ_o	แทน	ค่าคงที่ในแบบจำลอง
	∇'_i	แทน	ค่าพารามิเตอร์ที่ได้จากการประมาณในเวกเตอร์ Γ'_i
	v_i	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนในแบบจำลอง

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 110 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อสรุปภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.39) มีอายุเฉลี่ย 31 ปี มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 77.98) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 66.97) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 37.61) มีรายได้เฉลี่ย 32,218 บาทต่อเดือน ดังตารางที่ 1

ส่วนพฤติกรรมการก่อหนี้พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง มีการขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันทางการเงินเฉลี่ย 1 แห่ง โดยได้รับการอนุมัติสินเชื่อจากธนาคารภาครัฐ (ร้อยละ 47.30) ใช้สินทรัพย์เป็นหลักประกันสินเชื่อ (ร้อยละ 52.80) มีจำนวนหนี้รวมสินเฉลี่ย 1,181,981 บาท ซึ่งแบ่งเป็นหนี้สินที่เกิดจากอสังหาริมทรัพย์เฉลี่ย 888,816.50 บาท รองลงมาคือหนี้สินจากยานพาหนะเฉลี่ย 148,321.10 บาท และสินเชื่อส่วนบุคคล 116,275.20 บาท มีการชำระผ่อนชำระหนี้สินรวมเฉลี่ย 21,336 บาท แบ่งเป็นการผ่อนชำระอสังหาริมทรัพย์เฉลี่ย 9,457.24 บาท รองลงมาคือการผ่อนชำระยานพาหนะเฉลี่ย 4,431.80 บาท และการผ่อนชำระหนี้สินส่วนบุคคล 3,899.84 บาท ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
เพศ			
ชาย	37.61		
หญิง	62.39		
อายุ		30.64	5.71
สถานภาพสมรส			
โสด	77.98		
สมรส	21.1		
หม้าย	0.92		
ระดับการศึกษา			
มัธยมศึกษาตอนปลาย	1.83		
ปริญญาตรี	66.97		
ปริญญาโท	31.19		
อาชีพ			
นักศึกษา	0.92		
พนักงานเอกชน	29.36		
ข้าราชการ	16.51		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37.61		
อาชีพอิสระ	3.67		
ธุรกิจส่วนตัว	11.93		
รายได้ต่อเดือน		32,217.98*	36,350.98*

หมายเหตุ: * เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายส่งผลให้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าสูง

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการก่อกวนของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการก่อกวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
สถาบันทางการเงินที่ขอสินเชื่อ		1.36	0.68
ธนาคารภาครัฐ	47.30		
ธนาคารเอกชน	40.54		
สหกรณ์ออมทรัพย์	10.81		
สถานธนาณบาลรัฐ	0.68		
สถานธนาณบาลเอกชน	0.68		

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการก่อหนี้	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
หลักประกันสินเชื่อ			
บุคคล	32.80		
สินทรัพย์	52.80		
อื่น ๆ	14.40		
จำนวนหนี้สินโดยประมาณ			
อสังหาริมทรัพย์		888,816.50*	3,260,016.00*
ยานพาหนะ		148,321.10*	371,195.10*
บัตรเครดิต		28,567.80*	84,531.83*
สินเชื่อส่วนบุคคล		116,275.20*	352,793.70*
หนี้สินรวม		1,181,981.00*	3,640,905.00*
การผ่อนชำระหนี้สิน			
อสังหาริมทรัพย์		9,457.24*	20,980.56*
ยานพาหนะ		4,431.80*	7,259.94*
บัตรเครดิต		3,633.90*	5,562.53*
สินเชื่อส่วนบุคคล		3,899.84*	8,342.67*
การผ่อนชำระรวม		21,336.02*	31,214.43*

หมายเหตุ: * เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายส่งผลให้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าสูง

การศึกษาถึงระดับอิทธิพลของปัจจัยความรู้และทัศนคติทางการเงินของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการวัดความเห็นต่อข้อคำถามว่าอิทธิพลในด้านใดมีน้ำหนักน้อยกว่ากันในการตัดสินใจ โดยผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของทั้งความรู้ทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ในด้านความรู้ทางการเงินประกอบไปด้วย การมีเป้าหมายทางการเงิน การวางแผนทางการเงิน อยู่เสมอ และการมีความกังวลทางด้านหนี้สิน ที่แสดงอิทธิพลสูงสุดต่อความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ขณะเดียวกันในด้านทัศนคติทางการเงินประกอบไปด้วย การมีความเชื่อว่าการบริหารจัดการทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญ การที่สามารถใช้องค์ความรู้ทางการเงินในชีวิตจริง และการที่สามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม แสดงอิทธิพลสูงสุดต่อความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยข้อมูลทั้งหมดจะแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงอิทธิพลของปัจจัยความรู้และทัศนคติทางการเงินของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยความรู้และทัศนคติทางการเงิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ลำดับ
ความรู้ทางการเงิน	3.67	0.67	มาก	
ท่านมีการสร้างความสมดุลทางการเงิน	3.48	0.79	มาก	7
ท่านมีเป้าหมายทางการเงินในอนาคต	4.06	0.84	มาก	1
ท่านมีการควบคุมค่าใช้จ่ายต่อเดือน	3.66	0.92	มาก	4
ท่านมีการจัดส่วนเงินออมจากรายได้	3.59	0.94	มาก	5
ท่านมีการวางแผนทางการเงินอยู่เสมอ	3.70	0.92	มาก	2
ท่านมีการลงทุนเพื่อต่อยอดเงินออม	3.52	1.10	มาก	6
ท่านมีความกังวลทางด้านหนี้สิน	3.68	1.16	มาก	3
ทัศนคติทางการเงิน	3.92	0.64	มาก	
ท่านใช้หลักเหตุผลในการใช้จ่ายอยู่เสมอ	3.78	0.98	มาก	6
ท่านเชื่อว่าการบริหารจัดการการเงินเป็นสิ่งสำคัญ	4.33	0.82	มากที่สุด	1
ท่านศึกษาข่าวและแนวโน้มทางเศรษฐกิจอยู่เสมอ	3.76	0.93	มาก	7
ท่านสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม	3.88	0.78	มาก	4
ท่านสามารถรับมือต่อการก่อหนี้ของท่านได้	3.89	0.79	มาก	3
ท่านสามารถไขข้อสงสัยความรู้ทางการเงินได้ในชีวิตจริง	3.94	0.85	มาก	2
ท่านสามารถรับมือความเสี่ยงทางการเงินได้	3.86	0.76	มาก	5

ในการศึกษาถึงบทบาทของความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ในวัยเริ่มทำงาน โดยเลือกวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) ในรูปแบบลอการิทึมเชิงเส้น (Log-linear Model) เพื่อลดทอนหน่วยของข้อมูลและสะดวกต่อการแปลผลการศึกษา ใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรเข้าสู่แบบจำลองด้วยวิธี Stepwise เพื่อคัดกรองตัวแปรที่ทำให้ได้ผลศึกษาที่ดีที่สุด โดยพบว่า แบบจำลองที่ 2 (ตารางที่ 4) มีความเหมาะสมที่สุด โดยพิจารณาจากค่าความเหมาะสมของแบบจำลอง (Model Fitting) ปรากฏความสามารถของตัวแปรอิสระที่บรรยายตัวแปรตาม (R-squared) สูงที่สุด และมีค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนของแบบจำลองต่ำที่สุด (RMSE) ประกอบกับการทดสอบ BLUE Model เป็นไปตามสมมติฐานของ Gauss-Markov โดยไม่ปรากฏผลของค่าความแปรปรวนไม่คงที่ (No Heteroscedasticity) และไม่มีผลการก่อวนของค่าความคลาดเคลื่อนต่อแบบจำลอง (D.W. Stat มีค่าเข้าใกล้ 2) ท้ายที่สุดไม่แสดงผลปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น (VIF ของแบบจำลองที่มีค่าไม่เกิน 5)

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อกำหนดให้ทุกตัวแปรในแบบจำลองคงที่จะส่งผลให้การก่อหนี้ลดลงร้อยละ 44.75 ซึ่งเมื่อตัวแปรอายุปรับตัวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การก่อหนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.07 ในระยะสั้น แต่ในระยะยาวที่สะท้อนจากพหุกำลังของตัวแปร (Dynamic Effect) กลับพบว่าเมื่อตัวแปรอายุปรับตัวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การก่อหนี้ลดลงร้อยละ 0.02 ขณะเดียวกันเมื่อกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยเริ่มทำงานที่แต่งงานแล้วจะส่งผลให้การก่อหนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.47 เช่นกันกับเมื่อตัวแปรความรู้ทางการเงินปรับตัวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การก่อหนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.20 แต่เมื่อตัวแปรทัศนคติทางการเงินปรับตัวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การก่อหนี้ลดลงร้อยละ 15.66 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มากไปกว่านั้นผล

การศึกษาการปฏิสัมพันธ์ (Interaction Effect) ของแบบจำลองปรากฏให้เห็นชัดว่า เมื่อตัวแปรทางด้านอายุปรับตัวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ตัวแปรความรู้ทางการเงินปรับตัวลดลงร้อยละ 0.79 ในขณะเดียวกันนี้ กลับส่งผลให้ตัวแปรทัศนคติทางการเงินปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.55 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมการก่อหนี้ส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงาน

	แบบจำลองที่ 1			แบบจำลองที่ 2			แบบจำลองที่ 3		
	Coef.	Std. Err.		Coef.	Std. Err.		Coef.	Std. Err.	
เพศ (หญิง)	1.559	1.402		1.392	1.364		1.924	1.415	
อายุ	0.789	0.151	***	2.073	0.882	**	0.810	0.153	***
อายุ ²	-0.012	0.002	***	-0.021	0.004	***	-0.013	0.002	***
สถานะ (สมรส)	2.899	1.714		3.465	1.636	**	3.971	1.753	**
ความรู้ทางการเงิน	0.618	1.460		25.204	7.599	***	28.318	15.739	*
ทัศนคติทางการเงิน	1.224	1.561		-15.656	6.717	**	-27.296	14.964	*
อายุ*ความรู้				-0.792	0.242	***			
อายุ*ทัศนคติ				0.547	0.209	***			
ปีการศึกษา*ความรู้							-1.437	0.826	*
ปีการศึกษา*ทัศนคติ							1.473	0.785	*
ค่าคงที่	-13.572	6.380	**	-44.746	24.582	*	-13.166	6.624	**
F-test	8.760		***	6.300		***	6.890		***
R-squared	0.095			0.152			0.123		
RMSE	6.673			6.254			6.635		
AIC	729.885			726.774			730.456		
VIF	1.105			1.179			1.140		
White's test	38.060			50.600			49.410		
D.W. stat	1.750			1.829			1.752		

หมายเหตุ: ***, **, * แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01, 0.05, และ 0.1 ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษานี้ได้ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นโสด อายุเฉลี่ย 31 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีหนี้สินส่วนใหญ่มาจากอสังหาริมทรัพย์ ยานพาหนะ และการบริโภคส่วนบุคคล นั้นเพราะเนื่องจากบริบทของสังคมปัจจุบันเป็นตัวผลักดันให้เกิดกระแสนิยมมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่ยังขาดแคลน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ Wealth Creation International: WCI (2020) ที่ระบุว่าปัจจุบันคนไทยทำงานมักเพิ่มปัญหาภาระค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นให้แก่ตนเอง ทั้งในแง่ของการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น มากไปกว่านั้นยังไม่มีวางแผนทางการเงินที่ชัดเจนทำให้เกิดปัญหาหนี้สินติดตัว

สำหรับแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา แสดงชี้ชัดว่าอายุมีบทบาทสำคัญต่อการก่อหนี้ในวัยเริ่มทำงาน และการพิสูจน์ผลลัพธ์ในรูปแบบพหุกำลัง ทำให้สรุปได้ว่าทิศทางพฤติกรรมของวัยทำงานเป็นไปตามทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคตามช่วงอายุไขกับการก่อหนี้ เพราะในช่วงแรกของการทำงาน รายได้ยังคงไม่เพียงพอต่อความจำเป็นในการใช้จ่าย ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางระหว่างรายได้จนนำไปสู่การเป็นหนี้เพื่อมาจุนเจือค่าใช้จ่าย โดยเป็นตามแนวคิดของ Modigliani & Ando (1963) ที่กล่าวว่า ในช่วงต้นของชีวิตหรือเริ่มทำงาน รายได้จะอยู่ในระดับต่ำ และรายได้ผันแปรเพิ่มขึ้นตามอายุ จนถึงจุดอิ่มตัวของบุคคลนั้น แล้วจะเกิดการลดน้อยถอยลงเป็นวัฏจักร ยิ่งไปกว่านั้นการแต่งงานยังคงเป็นเหตุสำคัญของการเป็นหนี้ เนื่องจากมีภาระค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น ผสมกับภาวะกดดันทางเศรษฐกิจส่งผลให้รายได้ลดลง

มิติสำคัญในการศึกษานี้ ได้มุ่งเน้นไปที่ตัวแปรทางด้านความรู้และทัศนคติทางการเงิน โดยแบบจำลองพฤติกรรมที่สร้างขึ้นสะท้อนผลให้เห็นว่า ตัวแปรความรู้ทางการเงินเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนวัยทำงานก่อหนี้เพิ่มขึ้น เนื่องด้วยกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ทางการเงินดี จะสามารถจัดการสร้างสมดุลทางการเงินได้ และมีการวางแผนทางการเงินอยู่เสมอ เพื่อป้องกันการเป็นหนี้สิ้นซ้ำซาก ซึ่งการศึกษาของ Babovec, Barbic and Palic (2015) Marriott (2007) Agnew & Harrison (2015) ให้การสนับสนุนผลการศึกษานี้ แต่ว่า Mandell & Klein (2009) ให้ผลในทิศทางที่คัดแย้งกันออกไปโดยกล่าวว่า ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินดีหรือผ่านการอบรมทางการเงินมาแล้ว ยังคงไม่สามารถแสดงผลในการจัดการหนี้สินในทางปฏิบัติได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากความล่าช้าทางการเงินที่ไม่ทันต่อความต้องการ ส่วนตัวแปรทางด้านทัศนคติทางการเงิน สะท้อนผลให้เห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนวัยทำงานก่อหนี้ลดลง โดยข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการถามถึงความตระหนักในการบริหารจัดการเงินและการเป็นหนี้ ผลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ผู้คนวัยทำงานเป็นกลุ่มหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทางการเงิน เนื่องด้วยการเป็นหนี้ส่งผลต่ออิสระทางการเงินส่วนบุคคล ผสมกับการเป็นหนี้นั้น ไม่สามารถนำมาซึ่งประโยชน์ที่คุ้มค่า และความไม่พร้อมในการรับมือต่อข้อจำกัดทางการเงิน ซึ่งยืนยันได้จากผลการปฏิสัมพันธ์ของตัวแปร จะเห็นได้ว่าความตระหนักถึงความความเสี่ยงทางการเงิน จะเพิ่มขึ้นไปตามช่วงเวลาการใช้ชีวิตที่เพิ่มขึ้น โดย Marriott (2007) ได้ระบุว่าความตระหนักทางการเงินนั้น มีผลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการเป็นหนี้ส่งผลต่อการใช้จ่ายอื่นๆ ที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน จึงเกิดเป็นแนวคิดในเชิงลบแก่ผู้ที่มีข้อจำกัดทางรายได้โดยเฉพาะกลุ่มวัยเริ่มทำงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ในเชิงปฏิบัติ สถาบันทางการเงินควรมีการทดสอบระดับความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงิน เพื่อประเมินคุณลักษณะของผู้ขอกู้รายใหม่ โดยในช่วงแรกให้ทำการเก็บรวบรวมฐานข้อมูลเชิงสำรวจ แล้วใช้ข้อมูลดังกล่าวในการพิจารณาหาเกณฑ์ที่เหมาะสมในการอนุมัติวงเงินให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้จ่ายและรายได้ให้เกิดสมดุลสูงสุด อันจะช่วยลดปัญหาภาวะหนี้สินซ้ำซ้อนและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงองค์ประกอบเชิงยืนยันภายในหรือพัฒนาตัวชี้วัดความรู้และทัศนคติทางการเงินที่เหมาะสม เพื่อใช้ร่วมเป็นเกณฑ์การพิจารณาในการสร้างมาตรฐานที่เหมาะสมระหว่างวงเงินกู้และพฤติกรรมทางการเงิน

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). **ทักษะทางการเงิน (Financial Literacy)**. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Northern/DocLib_SeminarSlide/160627_FAandFL_final.pdf
- นริศ สถาผลเดชา และ นันทพร ตั้งเจริญศิริ. (2561). **เปิดมุมมองพฤติกรรมทางการเงินของคนไทย**. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2562, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/customer-insights-by-tmb-analytics/>
- บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด. (2561). **อัตราการก่อหนี้จำแนกประเภทในแต่ละช่วงอายุ**. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2562, จาก <https://www.ncb.co.th/>
- _____. (2561). **อัตราการเติบโตของผู้ก่อหนี้รายใหม่**. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2562, จาก <https://www.ncb.co.th/>
- สาวณี สุริยรัตน์. (2560). **บทบาทของหนี้ครัวเรือนต่อการบริโภคในประเทศไทย**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 11(1), 161-172.
- สำนักงานเทศบาลเมืองชัยภูมิ. (2560). **รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดฉบับที่ 3**. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2563, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดชัยภูมิ>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). **หนี้สินครัวเรือนและพฤติกรรมการก่อหนี้ของคนไทย**. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2562, จาก <https://www.isranews.org/thaireform/thaireform-documentary/82884-nesdb-82884.html>
- Agnew, S., & Harrison, N. (2015). Financial Literacy and Student Attitudes to Debt: A Cross National Study Examining the Influence of Gender on Personal Finance Concepts. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 25(July), 122-129.
- Bahovec, V., Barbić, D., & Palić, I. (2015). Testing the Effects of Financial Literacy on Debt Behavior of Financial Consumers using Multivariate Analysis Methods. *Croatian Operational Research Review*, 6(2), 361-371.
- Duesenberry, J. S. (1959). *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*. Cambridge: Harvard University.
- Friedman, M. (1957). A theoretical framework for monetary analysis. *Journal of Political Economy*, 78(2), 193-238.
- Froyen, R. T. (2013). *Macroeconomics*. (10th ed.). England: Pearson Education.

- Ibrahim, M. E. & Alqaydi, F. R. (2013). Financial Literacy, Personal Financial Attitude, and Forms of Personal Debt among Residents of the UAE. **International Journal of Economics and Finance**, 5(7), 126-138.
- Keynes, J. M. (1936). **The General Theory of Employment, Interest and Money**. New York and London: Harcourt, Brace Co.
- Mandell, L., & Klein, S. L. (2009). The Impact of Financial Literacy Education on Subsequent Financial Behavior. **Journal of Financial Counseling and Planning**, 20(1), 15-24.
- Marriott, P. (2007). An Analysis of First Experience Students' Financial Awareness and Attitude to Debt in a Post-1992 UK University. **Higher Education Quality Journal**, 61(4), 498-519.
- Modigliani, F., & Ando, A. (1963). The life cycle hypothesis of saving: Aggregate implications and tests. **The American economic review**, 53(1), 55-84.
- Phenix, D. (1996). **Social values**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (1996). **A beginner's guide to structural equation modeling**. Lawrence Erlbaum.
- Wealth Creation International. (2020). พฤติกรรมชนวนของคนวัยทำงาน. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2562, จาก <http://www.wci.co.th/article/Wealth/316/5พฤติกรรมชนวนของคนวัยทำงาน>

การพัฒนาระบบบัญชีกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคัน ตำบลคูซุต อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา
ACCOUNTING SYSTEM DEVELOPMENT OF DON KHAN VILLAGE SAVINGS GROUP,
KUKHUD SUB-DISTRICT, SATHING PHRA DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

ชิตชนก มากเชื้อ¹ และ ชฎามาศ แก้วสุกใส¹

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

Chidchanok Makchuea¹ and Chadamard Kaewsuksai¹

¹Department of Accounting Faculty of Business Administration,

Rajamangala University of Technology Srivijaya

(Received: June 11, 2020; Revised: July 18, 2020; Accepted: August 14, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบบัญชีและศึกษาความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคัน ตำบลคูซุต อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ กรรมการกลุ่มออมทรัพย์ หมู่บ้านดอนคันจำนวน 4 ราย เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structural Interview) ใช้การตั้งคำถามแบบปลายเปิด และแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปฏิบัติของกลุ่มออมทรัพย์ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ใช้การจดบันทึกข้อมูลอย่างง่าย เน้นการบันทึกข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงยอดเงินสดคงเหลือ และกำไรขาดทุนเพียงเท่านั้น รูปแบบของสมุดบัญชีและทะเบียนคุมไม่ครอบคลุมสำหรับการจดบันทึกข้อมูล ส่งผลให้ข้อมูลทางบัญชีไม่เพียงพอต่อการจัดทำงบการเงิน ผู้วิจัยได้ศึกษาพัฒนาระบบบัญชีให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์ ประกอบด้วย 3 ระบบ ได้แก่ 1) ระบบบัญชีด้านการรับเงิน 2) ระบบบัญชีด้านการจ่ายเงิน 3) ระบบปิดบัญชีและจัดทำงบการเงิน รวมถึงมีการพัฒนาด้านเอกสารบัญชี ทะเบียนคุม สมุดบัญชีและรูปแบบงบการเงิน นอกจากนี้ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้น ผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจต่อระบบบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาระบบบัญชีรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 4.75

คำสำคัญ: กลุ่มออมทรัพย์, การพัฒนาระบบบัญชี

ABSTRACT

The purpose of this study was to develop the accounting system and to study the satisfaction of the practitioners towards the development of the accounting system of Don Khan village savings group, Khu Khut sub-district, Sathing Phra district, Songkhla Province. The research instruments used were structural

interview with open-ended questionnaires and questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics; percentage, mean and standard deviation.

The results showed that the practitioners of the savings groups lacked knowledge and understanding of systematic accounting, using simple data recording, the format of the accounting report as well as the registration statement was not comprehensive enough for information recording which resulted in insufficient accounting data for the preparation of financial statements. The researcher has studied and developed the accounting system to be suitable and consistent with the operational characteristics of the savings group, consisting of 3 systems, namely; 1) Cash receipt accounting system 2) Cash disbursement accounting system 3) Accounting system and financial statement preparation, including the development of accounting documents, registration controls, book of account and financial statement formats. In addition, the results of the study on the satisfaction of the practitioners towards the developed accounting system found that the opinions on the satisfaction of the practitioners towards the developed accounting system were that the practitioners were satisfied with the overall accounting system at the highest level, with an average value of 4.62 When considering, the opinion on the satisfaction towards the development of accounting systems was at the highest level in all aspects as well with an average value of 4.50 - 4.75

Keywords: savings group, accounting system development

บทนำ

ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำในหลายปีที่ผ่านมา ภาครัฐมีการสนับสนุนให้ประชาชนรวมตัวกัน จัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ขึ้น เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในการพัฒนาตนเองและสังคม โดยใช้เงินทุนเป็น เครื่องมือในการพัฒนาคน (อิสรนนท์ ทรงเนติเชาวลิต และ ฐิตินา เวชพงศ์, 2557) เพื่อให้เกิดการ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ด้านเงินทุนประกอบอาชีพ รวมถึงเงินทุนในการดำรงชีพ ทั้งนี้ก็เพื่อมุ่งหวังให้ ชุมชนเกิดความเข้มแข็งตั้งแต่ฐานราก ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชนมีศักยภาพเพียงพอในการ บริหารจัดการและสามารถพึ่งตนเองได้ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนที่ยั่งยืน ต้องเริ่มมา จากการสร้างรากฐานที่เข้มแข็ง เปลี่ยนแนวคิดจากการพึ่งพาทุนภายนอกมาสู่การพึ่งพาทุนที่เกิดขึ้น จากการจัดการของชุมชนเอง แนวคิดการจัดตั้งกลุ่มสัจจะออมทรัพย์เพื่อจัดทำกองทุนสวัสดิการชุมชน นำหลักการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ประกอบด้วย สัจจะ ทมะ ขันติ และจาคะ เป็นกระบวนการ สร้างโอกาสใช้เงินเป็นเครื่องพัฒนาคน ชุมชนเกิดการเกื้อกูล เสียสละ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในชุมชน ซึ่งเงินที่ได้รับเป็นเงินที่คนในชุมชนร่วมกันทำ ดอกผลของเงินที่ได้มาจากการจัดดำเนินการของกลุ่ม สัจจะออมทรัพย์ของชาวบ้าน (อรทัย แสงทอง และคณะ, 2558) ชาวบ้านในหมู่บ้านดอนคัน ตำบลคูชุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร คือ ทำนาข้าว บางรายขาดแหล่ง

เงินทุน จึงต้องกู้ยืมจากนายทุนนอกระบบ ส่งผลให้ประสบปัญหาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงเกินจริง และชาวบ้านไม่นิยมนำเงินไปฝากธนาคาร เนื่องจากเมื่อย้อนกลับไป 10 ปีที่แล้ว การเดินทางระหว่างหมู่บ้านกับธนาคารไม่สะดวกมากนัก ด้วยเหตุนี้ชาวบ้านจึงเริ่มทำการศึกษา เรียนรู้การออมรูปแบบต่างๆ จนเกิดแนวความคิดจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ที่มีชื่อว่า “กลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคัน” ก่อตั้งในปี 2550 เริ่มจากการชักชวนชาวบ้านในชุมชนเข้าร่วมเป็นสมาชิก จนปัจจุบันมีจำนวนสมาชิก 550 คน มีการแต่งตั้งกรรมการกลุ่มเพื่อทำหน้าที่ดูแลและบริหารงานของกลุ่มออมทรัพย์ กิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคัน ประกอบด้วย การบริการรับฝากเงินสะสมประจำเดือน การให้สินเชื่อเงินกู้ยืมเพื่อให้สมาชิกนำไปเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพ เมื่อสิ้นปีทางกลุ่มออมทรัพย์จะมีการจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกที่ปฏิบัติตามเงื่อนไขการฝากเงิน ด้านสวัสดิการอื่นๆ ได้แก่ การให้สินเชื่อแบบไม่คิดดอกเบี้ยสำหรับสมาชิก เพื่อใช้ในกรณีจัดงานแต่งงาน งานอุปสมบท งานศพ โดยกำหนดชำระคืนภายใน 10 วัน รวมถึงมีการจ่ายเงินสงเคราะห์ให้แก่ทายาท ในกรณีสมาชิกเสียชีวิต เป็นต้น ทางด้านระบบบัญชีกลุ่มออมทรัพย์ใช้วิธีการศึกษาเรียนรู้ด้วยตัวเอง มีการจัดทำสมุดจดบันทึกอย่างง่าย เพื่อใช้จดรายละเอียดการรับจ่ายเงินจากสมาชิก ระบบการจัดเก็บเอกสารทางบัญชีไม่เหมาะสม รูปแบบงบการเงินไม่ถูกต้องตามหลักการบัญชี ซึ่งเมื่อกลุ่มออมทรัพย์มีการเติบโตมากขึ้น จำนวนสมาชิกและความซับซ้อนของรายการหรือกิจกรรมของกลุ่มมากขึ้น ระบบบัญชีดังกล่าวจึงไม่สามารถรองรับรายการที่มีความซับซ้อนได้ การไม่มีระบบบัญชีตามหลักการบัญชี ไม่เข้าใจคุณค่าของการทำบัญชี ส่งผลให้ไม่มีข้อมูลด้านการเงินและบัญชี เพื่อจะขอเสนองบประมาณสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานราชการ หรือใช้ในการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน รวมถึงไม่สามารถแบ่งปันผลกำไรให้กับสมาชิกได้ เนื่องจากไม่ทราบผลการดำเนินงานและฐานะการเงินที่แท้จริง (ยุพรัตน์ จันทร์แก้ว, 2558) นอกจากนั้นหากกลุ่มอาชีพไม่สามารถจัดทำบัญชีได้อย่างถูกต้อง ส่งผลให้ขาดข้อมูลในการวางแผน เพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดจากการดำเนินงานได้ทันทั่วถึง นำไปสู่การเลิกดำเนินงาน (พิมพ์พิศา วรรณวิจิต และ ปวีณา กองจันทร์, 2560) ข้อผิดพลาดในการแสดงข้อมูลทางการเงินดังกล่าว สะท้อนถึงความน่าเชื่อถือในการบริหารงานกลุ่มออมทรัพย์ ดังนั้น การออกแบบระบบบัญชีที่ดีจะช่วยให้การจัดทำบัญชีเป็นระบบ สามารถเปรียบเทียบข้อมูลในอดีตกับปัจจุบันได้ (อนุธิตา ประเสริฐศักดิ์ และคณะ, 2558) การจดบันทึกข้อมูลทางด้านบัญชีถูกต้องครบถ้วน การดำเนินงานของกลุ่มมีประสิทธิภาพและเกิดความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ (มัลลิกา คงแก้ว, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการศึกษาเพื่อพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคัน ตำบลคูซอด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากทางกลุ่มออมทรัพย์ดังกล่าว มีจุดมุ่งหมายที่ต้องการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนและต้องการมีระบบบัญชีที่เหมาะสม เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพัฒนาปรับปรุงระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ ให้สามารถจัดทำบัญชีที่ถูกต้องได้ด้วยตัวเอง รวมถึงระบบบัญชีดังกล่าว สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ ที่มีลักษณะการดำเนินงานรูปแบบเดียวกันต่อไปได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูขุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูขุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่ กรรมการกลุ่มออมทรัพย์ 4 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการดำเนินการและการจัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูขุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูขุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา โดยการศึกษาใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) (Creswell & Plano Clark, 2018) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับการวิจัย ดังนี้

2.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การรวบรวมโดยเทคนิคการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structural Interview) โดยเป็นการตั้งคำถามแบบปลายเปิด ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถตอบข้อซักถามและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะที่จะนำมาปรับปรุงระบบเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติ โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มออมทรัพย์ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์ หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูขุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ ได้แก่ รูปแบบเอกสารบัญชี สมุดบัญชี ทะเบียนคุม ขั้นตอนการบันทึกบัญชี การจัดทำงบการเงิน

2.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อระบบบัญชีที่ถูกพัฒนาขึ้น โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกรอบการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงานในหน้าที่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีคำถามแบบตรวจสอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อระบบบัญชีของกรมการผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคันทอระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้น โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้

ด้านการพัฒนาระบบบัญชี วัดจากความพึงพอใจต่อระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้น ไม่ซับซ้อน ช่วยให้เข้าใจขั้นตอนการบันทึกบัญชี ข้อมูลทางบัญชีมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ระบบช่วยลดเวลาในการบันทึกบัญชี และสามารถแสดงผลการดำเนินงานได้โปร่งใส

ด้านเอกสารบัญชี วัดจากการตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำเอกสารบัญชี ความพึงพอใจต่อรูปแบบเอกสารที่พัฒนาขึ้น กรอกข้อมูลได้ง่ายไม่ซับซ้อน ข้อมูลในเอกสารบัญชีครบถ้วนสามารถนำไปบันทึกในสมุดบัญชีได้ เอกสารมีความสอดคล้องกับการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์

ด้านสมุดบัญชี วัดจากการตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำสมุดบัญชี ความพึงพอใจต่อสมุดบัญชี การกรอกข้อมูลทำได้ง่ายไม่ซับซ้อน ข้อมูลจากสมุดบัญชีสามารถนำไปใช้ในการจัดทำงบการเงินได้ สมุดบัญชีช่วยลดเวลาในการจัดทำงบการเงิน

ด้านทะเบียนคุมต่างๆ วัดจากการตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำทะเบียนคุม ความพึงพอใจต่อทะเบียนคุมต่างๆ การกรอกข้อมูลทำได้ง่ายไม่ซับซ้อน ข้อมูลจากทะเบียนคุมต่างๆ ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการบริหารงานได้ และใช้ในการสอบทาน ลดความผิดพลาดในการบันทึกข้อมูลทางบัญชี

ด้านการพัฒนารูปแบบงบการเงิน วัดจากการตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำงบการเงิน ความพึงพอใจต่อรูปแบบงบการเงิน ความตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำงบการเงิน รูปแบบงบการเงินไม่ซับซ้อน เข้าได้ง่าย ขั้นตอนการจัดทำงบการเงินไม่ยุ่งยาก รูปแบบงบการเงินช่วยให้ทราบผลการดำเนินงานและสถานะการเงินของกลุ่มออมทรัพย์ได้

การสร้างเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ โดยสร้างและพัฒนาแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามและความครอบคลุมของเนื้อหาของการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67 – 1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกรมการกลุ่มออมทรัพย์ที่มีหน้าที่จัดทำบัญชี จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตอนที่ 2 มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.809 - 0.868 ซึ่งเป็นระดับที่น่าพึงพอใจ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) และทดสอบค่าอำนาจแจกแจง (Discrimination) โดยใช้วิธีสหสัมพันธ์ของคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Corrected Item – Total Correlation) คัดเลือกข้อคำถามที่มีอำนาจแจกแจง (r) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.02 ขึ้นไป พบว่า ค่าอำนาจแจกแจงข้อคำถามผ่านเกณฑ์ทุกข้อโดยอยู่ระหว่าง 0.492 - 0.870 จากนั้นนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการรวบรวมจากการเอกสารหลักฐานในการจัดทำบัญชี สมุดบันทึกรายการต่างๆ รวมถึงศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยหนังสือ และเอกสาร ตำราที่เกี่ยวข้อง

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมข้อมูลการปฏิบัติงานของกลุ่มออมทรัพย์ และใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ หมู่บ้านดอนคั่น โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ซึ่งใช้คำถามแบบปลายเปิด เพื่อรวบรวมข้อมูลของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปในการดำเนินงานของทางกลุ่มออมทรัพย์ นโยบายของทางกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์

2) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อระบบบัญชีที่ถูกพัฒนาขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ได้นำมาวิเคราะห์ สรุปประเด็นปัญหา จุดอ่อนของกระบวนการจัดทำบัญชี เพื่อนำไปพัฒนาระบบบัญชีให้สอดคล้องกับการดำเนินการของทางกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูซุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

4.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อระบบบัญชีที่ถูกพัฒนาขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีการกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามเกณฑ์การแปลความหมายของ บุญชุม ศรีสะอาด (2543) ดังนี้

- 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
- 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
- 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. การศึกษาพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูซุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มออมทรัพย์ พบว่า สถานที่ตั้งเลขที่ 111 หมู่ที่ 8 หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูซุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ก่อตั้งเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2536 มีสมาชิกทั้งหมดจำนวน 550 คน ประกอบด้วยสมาชิกที่อาศัยในหมู่บ้านดอนคั่น หมู่ที่ 7 จำนวน 200 คน และหมู่ที่ 8 จำนวน 350 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมเงิน แก้ไขปัญหา

การเป็นหนี้ในระบบของสมาชิก ส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการช่วยเหลือตนเอง ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ระหว่างสมาชิก กรรมการที่ทำหน้าที่ในการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์มีจำนวน 4 ราย ประกอบด้วย ประธาน รองประธานและเหรัญญิกจากสมาชิกหมู่ที่ 7 และ 8 หมู่บ้านละ 1 ราย ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ให้บริการรับฝากเงินออมทรัพย์ ทุกวันที่ 9 - 10 ของเดือน บริการสินเชื่อแก่สมาชิก ได้แก่ เงินกู้ทั่วไป เงินกู้ยืมฉุกเฉินโดยไม่คิดดอกเบี้ยกรณีที่มีความจำเป็นเร่งด่วน รวมถึงให้การสงเคราะห์กรณีที่สมาชิกเสียชีวิต สำหรับการจัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ พบว่า

1) ด้านความรู้ ความเข้าใจด้านระบบบัญชี พบว่า กลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่นจัดทำบัญชีด้วยมือ ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีไม่มีความรู้ในกระบวนการจัดทำบัญชีมาก่อน ใช้การจดบันทึกข้อมูลแบบง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่ยุ่งยาก โดยบันทึกยอดรับฝาก ถอนเงินจากสมาชิก และการจ่ายเงินกู้เพื่อให้ทราบถึงยอดเงินสดคงเหลือ และกำไรขาดทุนเพียงเท่านั้น

2) ด้านเอกสารประกอบการทำบัญชี พบว่า การใช้เอกสารด้านการรับฝาก ถอนเงินฝาก ออมทรัพย์ จัดทำสมุดคู่ฝากให้กับสมาชิกเพื่อบันทึกข้อมูลการเงิน ด้านการกู้ยืมเงินไม่มีการจัดทำเอกสารหลักฐานการกู้ยืมเงิน และด้านรายจ่ายไม่มีการจัดทำใบสำคัญจ่าย ทะเบียนคุม ทางกลุ่มออมทรัพย์ใช้เพียงการจดบันทึกข้อมูลในสมุดทั่วไป

3) ด้านการบันทึกรายการในสมุดบัญชีและทะเบียนคุม พบว่า กลุ่มออมทรัพย์ใช้การจดบันทึกรายการรับฝาก ถอนเงินออมทรัพย์ การกู้เงินของสมาชิก รวมถึงรายจ่ายต่างๆ ในสมุดทั่วไป เพียงเพื่อให้ทราบยอดเงินสดคงเหลือ และรายรับ รายจ่ายแบบง่ายเท่านั้น ไม่ได้มีการบันทึกรายการลงในสมุดบัญชีและทะเบียนคุมต่างๆ

4) ด้านการจัดทำงบการเงิน พบว่า กลุ่มออมทรัพย์มีการแจ้งผลการดำเนินงานประจำปี โดยการจัดประชุมชี้แจงให้แก่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ทราบ ในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานไม่ได้จัดทำในรูปแบบตามหลักการบัญชี เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการจัดทำบัญชี

5) สรุปข้อเสนอแนะจากกลุ่มออมหมู่บ้านดอนคั่น อยากให้มีเอกสารที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลระบบบัญชีที่เพียงพอต่อการนำข้อมูลมาจัดทำงบการเงินของกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อให้สมาชิกทุกคนได้ทราบผลการดำเนินงานที่แท้จริงและถูกต้อง

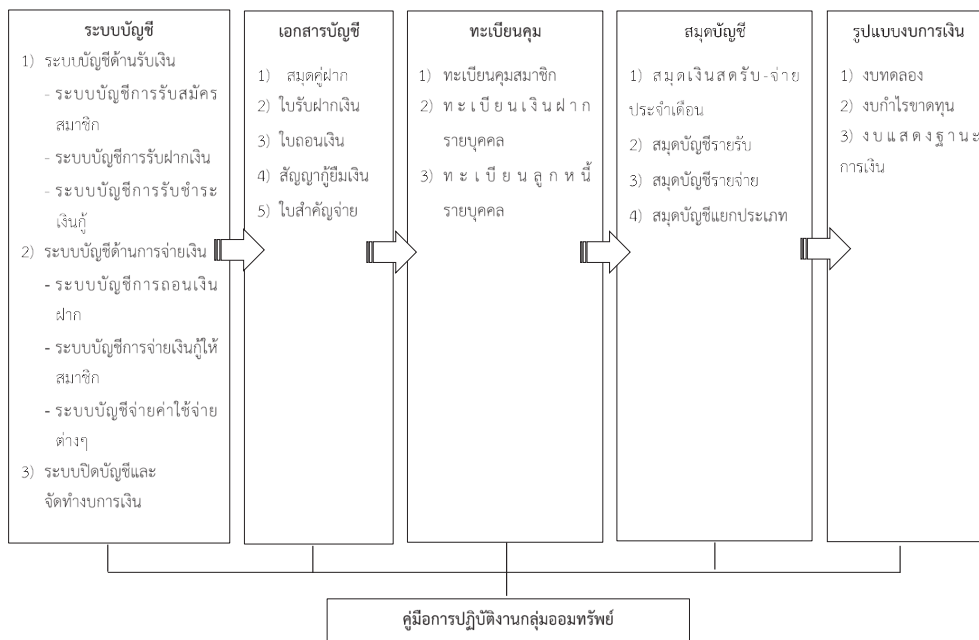
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปประเด็นปัญหาของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น พบว่า

1) กรรมการผู้ทำหน้าที่จัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ขาดความรู้ในการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ

2) เอกสารที่ใช้ประกอบการจัดทำบัญชี ไม่ครบถ้วน

3) ข้อมูลทางด้านบัญชีไม่เพียงพอต่อการจัดทำงบการเงิน เนื่องจากไม่มีการ จดบันทึก ข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้อง ไม่มีการจัดทำสมุดบัญชีและทะเบียนคุม

ผลจากการศึกษาข้อมูลลักษณะการดำเนินการของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะจากกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูซอด อำเภอสทิงพระ จังหวัด สงขลา ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงพัฒนาระบบบัญชีที่เหมาะสมกับกลุ่มออมทรัพย์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 1 คู่มือการปฏิบัติงานกลุ่มออมทรัพย์

ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบบัญชีตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป โดยใช้การบันทึกด้วยมือ เนื่องจากระบบการกลุ่มออมทรัพย์มีข้อจำกัดในการใช้คอมพิวเตอร์ ให้สอดคล้องกับการดำเนินงาน ประกอบด้วย 3 ระบบ ได้แก่ ระบบบัญชีด้านรับเงิน ระบบบัญชีด้านการจ่ายเงิน ระบบบันทึกบัญชี และจัดทำงบการเงิน นอกจากนั้นได้มีการจัดทำคู่มือในการปฏิบัติงานและจัดทำบัญชี เพื่อใช้เป็นแนวทางแก่กรรมการผู้ปฏิบัติงาน

การพัฒนาด้านเอกสารบัญชี ผู้วิจัยได้ศึกษาพัฒนาเอกสารที่มีความจำเป็นเพื่อเป็นหลักฐานทางกฎหมายและใช้ในการบันทึกบัญชี ได้แก่ สมุดคู่ฝาก ใบรับฝากเงิน ใบถอนเงิน สัญญากู้ยืมเงิน และใบสำคัญจ่าย

การพัฒนาทะเบียนคุม ผู้วิจัยได้ศึกษาพัฒนาทะเบียนคุมในการจดบันทึกข้อมูล เพื่อสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการควบคุมภายในและวางแผนการบริหารงานของกลุ่มออมทรัพย์ ทะเบียนคุม ได้แก่ ทะเบียนคุมสมาชิก ทะเบียนคุมเงินฝากรายบุคคลและทะเบียนคุมลูกหนี้รายบุคคล

การพัฒนาสมุดบัญชี ผู้วิจัยได้ศึกษาพัฒนาสมุดบัญชีให้รูปแบบที่ไม่ซับซ้อน มีจำนวนช่องในการกรอกข้อมูลไม่มากนัก และมีการกำหนดหมายเลขช่อง เพื่อให้ผู้ทำบัญชีสามารถบันทึกข้อมูลได้ง่าย สะดวกมากขึ้น และข้อมูลที่ได้มีความเพียงพอต่อการจัดทำงบการเงิน สมุดบัญชี ได้แก่ สมุดบัญชีเงินสดรับ - จ่ายประจำวัน สมุดบัญชีรายรับ สมุดบัญชีรายจ่าย สมุดบัญชีแยกประเภททั่วไป

กลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูซอด อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดสงขลา

เล่มที่

สมุดบัญชีเงินสดรับ - จ่าย

หน้า

ประจำเดือน..... พ.ศ.

วัน/เดือน/ปี	รับ					จ่าย			
	เลขที่เอกสาร	ฝากเงิน (1)	รับชำระคืนเงินกู้		ค่าปรับ (4)	ถอนเงิน (5)	เงินกู้ (6)	อื่นๆ	
			ค้างงวด (2)	ดอกเบี้ยรับ (3)				รายการ (7)	จำนวนเงิน

สมุดบัญชีรายรับ

ประจำเดือน..... พ.ศ.

หน้า.....

วัน/เดือน/ปี	เลขที่เอกสาร	เงินสด (1)	ประเภทรายรับ					
			รับชำระคืนเงินกู้			ค่าปรับ (4)	อื่นๆ	
			จำนวนราย	ค้างงวด (2)	ดอกเบี้ยรับ (3)		ข้อบัญญัติ (5)	จำนวนเงิน

สมุดบัญชีรายจ่าย

ประจำเดือน..... พ.ศ.

หน้า.....

วัน/เดือน/ปี	เลขที่เอกสาร	เงินสด	ประเภทรายจ่าย				
			ถอนเงิน (5)	จ่ายเงินกู้ลูกหนี้		อื่นๆ	
				จำนวนราย	เงินกู้ (6)	ข้อบัญญัติ (7)	จำนวนเงิน

ภาพที่ 2 ตัวอย่างสมุดบัญชีรายรับ - รายจ่าย

การพัฒนารูปแบบงบการเงิน ผู้วิจัยได้ศึกษาพัฒนาแบบงบการเงินให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์ สามารถเข้าใจได้ง่าย สะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงาน และแสดงถึงฐานะการเงินของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่นได้ ได้แก่ งบทดลอง งบกำไรขาดทุนและงบแสดงฐานะการเงิน (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2553)

2. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั่น ตำบลคูซอด อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดสงขลา

2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 100) มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 2 คน (ร้อยละ 50) และอายุระหว่าง 46 – 50 ปี 2 คน (ร้อยละ 50) ด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 2 คน (ร้อยละ 50) และระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 2 คน (ร้อยละ 50) ด้านประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 2 คน (ร้อยละ 50) และมีประสบการณ์ทำงาน 5 – 10 ปี จำนวน 2 คน (ร้อยละ 50)

2.2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการพัฒนาระบบบัญชี

ความพึงพอใจต่อการพัฒนาระบบบัญชี	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการพัฒนาระบบบัญชี	4.60	0.37	มากที่สุด
2. ด้านการพัฒนาเอกสารบัญชี	4.75	0.38	มากที่สุด
3. ด้านการพัฒนาทะเบียนคุม	4.60	0.43	มากที่สุด
4. ด้านการพัฒนาสมุดบัญชี	4.65	0.44	มากที่สุด
5. ด้านการพัฒนารูปแบบงบการเงิน	4.50	0.50	มากที่สุด
รวม	4.62	0.40	มากที่สุด

จากข้อมูลในตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั้น พบว่า มีความพึงพอใจต่อการพัฒนาระบบบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อการพัฒนาระบบบัญชีรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านเช่นเดียวกัน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการพัฒนาระบบบัญชี จากมากไปหาน้อยคือ ด้านการพัฒนาเอกสารบัญชี ($\bar{x} = 4.75$, S.D. = 0.38) ด้านการพัฒนาสมุดบัญชี ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.44) ด้านพัฒนาทะเบียนคุม ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.43) ด้านการพัฒนาระบบบัญชี ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.37) และด้านการพัฒนารูปแบบงบการเงิน ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาพัฒนาระบบบัญชีกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคั้น ตำบลคูซุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา พบว่า กรรมการผู้ปฏิบัติของกลุ่มออมทรัพย์ขาดความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ใช้การจดบันทึกข้อมูลอย่างง่าย เน้นการบันทึกข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงยอดเงินสดคงเหลือ และกำไรขาดทุนเพียงเท่านั้น รูปแบบของสมุดบัญชีและทะเบียนคุมไม่ครอบคลุมสำหรับการจดบันทึกข้อมูล ส่งผลให้ข้อมูลทางบัญชีไม่เพียงพอต่อการจัดทำงบการเงิน จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบบัญชีให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของทางกลุ่มออมทรัพย์ ประกอบด้วย 3 ระบบ ได้แก่ ระบบบัญชีด้านรับเงิน ระบบบัญชีด้านการจ่ายเงิน ระบบบันทึกบัญชีและจัดทำงบการเงิน รวมถึงมีการพัฒนาด้านเอกสารบัญชี ทะเบียนคุม สมุดบัญชี และรูปแบบ งบการเงิน

สำหรับข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้น ผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจต่อระบบบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาระบบบัญชีรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านเช่นเดียวกัน โดยความพึงพอใจด้านการพัฒนาระบบบัญชีอยู่ในระดับมากที่สุด ระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นไม่มีความซับซ้อน ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจขั้นตอนการบันทึกบัญชี ช่วยลดเวลาในการปฏิบัติงาน ข้อมูลทางด้านบัญชีมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือสามารถแสดงผลการดำเนินงานได้ อย่างโปร่งใส สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ สรินยา สุภัทรานนท์ (2557) การบูรณาการเรียนและบริการวิชาการเพื่อพัฒนาระบบบัญชีกรณีศึกษากลุ่มอาชีพ พบว่า ระบบบัญชีสามารถจัดทำได้อย่างง่าย ไม่ยุ่งยาก และเหมาะสมกับขนาดของกลุ่มอาชีพ เน้นข้อมูลการวัดผลการดำเนินงานกำไรขาดทุน เพื่อให้สามารถนำไปวางแผนงานในอนาคตต่อไป เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ยุพรัตน์ จันทรแก้ว (2558) การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มอาชีพบ้านหนองกะไ้ อำเภอมือเืองตาก พบว่า กิจการขนาดเล็กเน้นข้อมูลที่สำคัญ ข้อมูลควมมีความเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก เน้นการวัดผลการดำเนินงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บันเญย ศรีแก้ว และคณะ (2559) การพัฒนารูปแบบบัญชีการเงินวิสาหกิจชุมชนทอผ้าสิทธรมชาติ: กรณีศึกษากลุ่มบ้านหนองหัววัว ตำบลโคกสี อำเภอมือเือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ความต้องการรูปแบบบัญชีส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบง่าย จำนวนช่องไม่ซับซ้อน เป็นการบันทึกบัญชีแบบง่าย

ส่วนความพึงพอใจด้านการพัฒนาเอกสารบัญชี สมุดบัญชี และทะเบียนคุมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานสามารถกรอกข้อมูลได้ง่ายและไม่ซับซ้อน ช่วยลดเวลาในการบันทึกข้อมูลบัญชี มีความสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มออมทรัพย์ รวมถึงสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการบริหารงานได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวณิ พูลเกิด (2556) ศึกษาการพัฒนาแบบบัญชีสำหรับสถาบันการเงิน การจัดให้มีการจัดทำสมุดรายวันทั่วไป สมุดเงินสดรับ สมุดเงินสดจ่าย และสมุดบัญชีแยกประเภท จะช่วยให้มีการบันทึกบัญชีที่ครบถ้วน ความพึงพอใจด้านการพัฒนารูปแบบงบการเงินอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ปฏิบัติงานมีความตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำงบการเงิน รูปแบบของงบการเงินไม่ซับซ้อน เข้าใจได้ง่าย ขั้นตอนในการจัดทำงบการเงินไม่ยุ่งยาก รูปแบบงบการเงินช่วยให้ทางกลุ่มออมทรัพย์ทราบผลการดำเนินงานและสถานะการเงินของกลุ่มออมทรัพย์ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพรัตน์ จันทรแก้ว (2558) พบว่า ความพึงพอใจด้านรูปแบบงบการเงินอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ใช้ระบบบัญชีเข้าใจ ระบบบัญชี เข้าใจประโยชน์จากการทำงบการเงิน และทราบที่มาของตัวเลข

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านดอนคัน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการดังนี้

1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้การสนับสนุนการจัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์ด้านการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ และการติดตามโดยใช้ระบบที่เลี้ยงให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี เพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดทำบัญชีอย่างต่อเนื่อง ระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นให้สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์ หากต้องการนำระบบบัญชีไปใช้กับกลุ่มอาชีพอื่น ควรมีการปรับปรุงระบบบัญชี เอกสารด้านบัญชี รูปแบบงบการเงินให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มนั้นๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษากลุ่มอาชีพอื่นๆ เพื่อเป็นการพัฒนาระบบบัญชีให้มีความเหมาะสม ช่วยให้ออมทรัพย์นั้นๆ ได้ทราบข้อมูลการดำเนินงานที่น่าเชื่อถือ งบการเงินมีความถูกต้อง สร้างความโปร่งใสในการบริหารงานของกลุ่มอาชีพได้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2553). คู่มือการตรวจสอบบัญชีกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง. กรุงเทพฯ: กรมตรวจบัญชีสหกรณ์.
- บันเอย ศรีแก้ว และคณะ. (2559). การพัฒนารูปแบบบัญชีการเงินวิสาหกิจชุมชนทอผ้าสี่ธรรมชาติ: กรณีศึกษากลุ่ม บ้านหนองหัววัว ตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย**, 22(2), 121-130.
- บุญชุม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พิมพ์พิศา วรณวิจิตร และ ปวีณา กองจันทร์ (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตในจังหวัดมหาสารคาม. **วารสารวิชาการ Veridian E – Journal, Silpakorn University**, 10(1), 1926 - 1942.
- ภาวณี พูลเกิด. (2556). การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับสถาบันการเงินชุมชน: กรณีศึกษา สถาบันการเงินชุมชนตำบลศรีฐาน อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มัลลิกา คงแก้ว. (2559). การพัฒนาระบบบัญชีกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต. **วารสารราชพฤกษ์**, 14(3), 26-33.
- ยุพรัตน์ จันทร์แก้ว. (2558). การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มอาชีพบ้านหนองกะโ้ง อำเภอเมืองตาก. **วารสารราชภัฏเชียงใหม่**, 16(2), 29-43.
- สรินยา สุภัทรานนท์. (2557). การบูรณาการการเรียนและบริการวิชาการเพื่อพัฒนาระบบบัญชีกรณีศึกษากลุ่มอาชีพ. ใน **เอกสารการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 52 สาขาศึกษาศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, หน้า 133-140. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อนูธิดา ประเสริฐศักดิ์ และคณะ. (2558). การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. **วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 21(3), 479-489.
- อิสรนนท์ ทรงเนติเชาวลิต และ จิตติมา เวชพงศ์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตจังหวัดนครปฐม. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal**, 7(2), 1313-1326.
- อรทัย แสงทอง และคณะ. (2558). การบริหารจัดการกลุ่มสัจจะออมทรัพย์เพื่อสวัสดิการชุมชนอย่างยั่งยืนในเขตจังหวัดภาคใต้. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**, 6(1), 221-228.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). **Designing and conducting Mixed Methods Research**. (3rd ed.). Los Angeles: Sage.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

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

การเตรียมต้นฉบับ

ทางกองบรรณาธิการยินดีรับตีพิมพ์ผลงานวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ ตัวอักษรสีดำ พิมพ์ในกระดาษขาว ขนาดมาตรฐาน A4 และไม่มีเส้นบรรทัด การตั้งค่านำกระดาษ 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 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อหลักต่างๆ ได้แก่ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา วิธีดำเนินการ วิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อกิตติกรรมประกาศ	16 [กระจายแบบไทย]	ตัวปกติ
หัวข้อเอกสารอ้างอิง	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [ชิดซ้ายหน้ากระดาษ]	ตัวปกติ

การอ้างอิงในเนื้อหาและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหาบทความทุกการอ้างอิงที่ปรากฏในเนื้อหาจะต้องมีในส่วนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ 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 แต่ให้มีหน้า 1 ตัวอักษร วรรคหลังเครื่องหมาย เช่น (เยาวนุช 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 ส่วนในการอ้างอิงครั้งต่อไป ให้ระบุชื่อย่อของสถาบัน 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 ตรัยมงคลกุล (2543) ให้ระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ ตามด้วย “อ้างใน” สำหรับเอกสารภาษาไทยหรือคำว่า “cited in” สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ แล้วระบุชื่อผู้ที่นำผลงานนั้นมาอ้างอิง เช่น (McCracken, 1996 อ้างใน ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล, 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 ฟิสิกส์, ม.ป.ป.) และ n.d. สำหรับ เอกสารภาษาต่างประเทศ เช่น (Miller, n.d.)

2. รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

2.1 หนังสือ

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

ตัวอย่างเช่น

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

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 อีร์พันธ์เจริญ. (2546). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

2.4 เอกสารประกอบการสัมมนา/การประชุมทางวิชาการ

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

ตัวอย่างเช่น

สุขน 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

งานวิจัยและบริการวิชาการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
อาคาร 3 เลขที่ 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>

