



ISSN : 2821-9317 (Print)
ISSN : 2821-9600 (Online)

วารสาร วิทยาการจัดการและการบัญชี

JMSA

Journal of Management Science and Accounting

ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566

Vol.2 No.1 January - June 2023



คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE
UTTARADIT RAJABHAT UNIVERSITY

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี Journal of Management Science and Accounting

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้สำคัญในสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ นำไปสู่การประยุกต์ใช้ต่อยอดและพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น สังคม
2. เพื่อกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ประสบการณ์ในสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์สาขาวิชาการจัดการ ก่อให้เกิดประโยชน์ คุณค่า สร้างการยอมรับในสังคม

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.จิตติวรดา แสงสว่าง

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ สุขบำรุง

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีไพร สกุลพันธ์

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิจัยและพันธกิจสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

กองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

- | | |
|---|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรภักดิ์สร | มหาวิทยาลัยนครพนม |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พินดา จงสุขสมสกุล | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ปาณีย์ ผลประเสริฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะชน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทธินิ สมยานะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.อรุณ คงรุ่งโชค | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญาณดา ดิษฐ์แก้ว | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (ตาก) |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลาญ จันทระจตุรภัทร | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม | สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐพงศ์ จัตุรัส | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

- | | |
|---|----------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนินท์ นนทโคตร | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณษา จิตต์มัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 4. อาจารย์ ดร.รติ ธนารักษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 5. อาจารย์ ดร.ณเวียง วงศ์จินดา | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 6. อาจารย์สิทธิพร พรอดมทรัพย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินบทความ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.เพชร บุตสีทา
ข้าราชการบำนาญ

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญฐณา ดิษฐ์แก้ว
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร เป้าธรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันวิภา ปานสุขวัชร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจงโพธาริม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยนุช ปรากฏดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร สิริสุนทร
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสรดา พิษณุธีรนาถ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

อาจารย์ ดร.จิรัฐติกาล วุฒิพันธุ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น

อาจารย์ ดร.เกรียงไกร นามนัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณษา จิตต์มั่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

อาจารย์ ดร.พรรณนภา เชื้อบาง
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์



บรรณาธิการ Editor

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์เริ่มจัดตั้งและดำเนินการขึ้นในปี 2565 เป็นปีแรก มีบทบาทหน้าที่ในการเป็นศูนย์กลาง เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับ คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยและนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ประสบการณ์ในศาสตร์สาขาวิชาทางด้านวิทยาการจัดการ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างคุณค่าและการยอมรับในสังคม โดยกำหนดช่วงระยะเวลาของการเผยแพร่วารสารเป็น 2 ครั้ง คือ ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – มิถุนายน 2566) และ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2566) สำหรับขอบเขตของการรับผลงานนั้น จะรวบรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ ในศาสตร์สาขาวิชาด้านการบริหารธุรกิจ การจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ สารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์

กองบรรณาธิการ วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี จึงขอเชิญชวนและยินดีต้อนรับนักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานทางวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการเพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และในฉบับนี้มีผลงานที่ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ประเมินอิสระ (Peer Review) จำนวนทั้งสิ้น 5 ผลงาน

สุดท้ายนี้กองบรรณาธิการวารสาร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารวิชาการฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ให้กับทุกท่านที่สนใจ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและคำแนะนำเพื่อการปรับปรุงวารสารฉบับนี้ให้เป็นวารสารที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในวงการวิชาการของสังคมต่อไป

อาจารย์ ดร.ฐิติรดา แสงสว่าง
บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting

สารบัญ

- อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว..... 1
เชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย
อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และอำพล ชะโยมชัย
- ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี.... 19
อนุชา ถาพยอม และบงกช ตั้งจิระศิลป์
- การศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน คุณภาพชีวิตและความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุ..... 39
ที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ตำบลตอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
จิตรีตน รัตนสนธิ์, วรรณกานต์ภู่เต็ง, กนกภรณ์ กรประสาท และพิมพ์วิณัฏ มณีวงศ์
- การศึกษาความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและกฎหมายภาษีของประชากร.... 61
ในเขตภาคกลางตอนล่าง 2
คุณากร คงแก้ว, วรณัย แขวงเมฆ, นิภาภรณ์ พูลทรัพย์ และพิมพ์ปิณัฏ มณีวงศ์
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจ..... 81
ในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้
ละออ มามะ
- คำแนะนำในการตีพิมพ์บทความวิจัย และบทความวิชาการ..... 97



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA

Journal of Management Science and Accounting



อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
เชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย
Influence of Integrated Marketing Communication on Experiential
Tourism Decisions of Thai Tourists

อุบลวรรณ สุวรรณภูษิต¹ และ อำพล ชะโยมชัย^{2*}
Ubonwan Suwannaputit¹ and Ampol Chayomchai^{2*}
e-mail: Ampol.cha@pcru.ac.th

(Received: 2022-09-10; Revised: 2022-10-22; Accepted: 2023-01-23)

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในประเทศไทย ประชากรของงานวิจัยคือนักท่องเที่ยวที่สนใจและมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในประเทศไทย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากตัวอย่างของงานวิจัย การเก็บข้อมูลเป็นแบบสุ่มตามสะดวก โดยได้รับแบบสอบถามที่สามารถใช้ประโยชน์ได้จริงกลับมาจำนวน 320 ชุด สำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติของการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบ PLS-SEM ผลการศึกษามีดังนี้ (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-30 ปี ส่วนมากมีสถานภาพโสดและมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (2) ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรงานวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวมีค่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก (3) ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลในตัวแบบสมการโครงสร้างพบว่า การโฆษณาและการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย ส่วนการตลาดทางตรงมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และ (4) การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ผู้จัดการที่ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในด้านการโฆษณา การตลาดออนไลน์ และการตลาดทางตรง

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ; การตัดสินใจท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์; นักท่องเที่ยวไทย

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

¹ Assistant professor Dr., Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University

² Assistant professor Dr., Faculty of Management Science, Phetchaboon Rajabhat University



ABSTRACT

The purpose of this research was to study the influence of integrated marketing communication on experiential travel decision-making in Thailand. The research population is tourists who are interested and experienced in experiential tourism in Thailand. A questionnaire was used as a tool to collect data from the research sample selected through a convenience random sampling method, with 320 valid copies of the questionnaire returned. For the statistical analysis of this study, the researcher employed the PLS-SEM structural equation analysis. The results of the study were as follows: (1) Most of the respondents were female, aged between 20-30 years, single and a holder of a bachelor's degree; (2) The results of the descriptive statistical analysis of the study variables showed that respondents' opinion for all variables was at a high level; (3) The path analysis of the structural equation model revealed that advertising and online marketing had a significant positive influence on experiential tourism decisions of Thai tourists, whereas direct marketing had a significant negative influence on experiential tourism decisions; (4) public relations, personal selling, and sales promotion had no influence on experiential tourism decisions of Thai tourists. It is suggested that marketing managers executing experiential tourism marketing strategies in Thailand should focus on integrated marketing communications in advertising, online marketing, and direct marketing.

Keywords : Integrated Marketing Communication; Tourism Decision; Experiential Tourism; Thai Tourists



บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศทั่วโลก ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เนื่องจากความหลากหลายทางธรรมชาติ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมาในแต่ละภูมิภาค และลักษณะบุคลิกภาพของคนไทยที่มีความเป็นมิตร ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีหลายอุตสาหกรรม เช่น ธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจในรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ รวมถึงวิสาหกิจชุมชนที่เป็นพื้นฐานสำคัญของประเทศด้วย การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงนับว่ามีประโยชน์ต่อหลายภาคส่วนดังที่กล่าวมา โดยในปัจจุบันพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปหลากหลายลักษณะขึ้นกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวสมัยใหม่มีความต้องการในด้านประสบการณ์ที่แปลกใหม่และนำประสบการณ์ที่ได้ใหม่นี้แบ่งปันผ่านช่องทางระบบอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ (จุฑาธิปต์ จันทรเฑียร และคณะ, 2562) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเช่นนี้ถือว่าเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีใหม่ที่มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน การทำความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับประสบการณ์เชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลดีและเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว การสร้างองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยว รวมถึงการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีต่อชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวนั้น (Henche, 2018) โดยสรุป ประเทศไทยถือว่ามีความสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีประเพณีวัฒนธรรมที่สวยงามของชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ดังนั้น การศึกษาวิจัยในด้านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จึงมีความน่าสนใจและจะเกิดประโยชน์ต่อชุมชน กลุ่มอาชีพ ผู้ประกอบการ วิสาหกิจ ภาครัฐ และภาคเอกชน ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

1. การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

การท่องเที่ยวมีประโยชน์หลายด้าน ทั้งด้านการพักผ่อนหย่อนใจ การได้รับความเพลิดเพลินและสนุกสนาน ถือเป็นการเดินทางไปสถานที่อื่นแบบชั่วคราวเพื่อประโยชน์ดังกล่าว และโดยนัยของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะไม่ใช่การเดินทางเพื่อไปหารายได้แต่อย่างใด (ธัญวลัย หงส์ทอง, 2561; อติเทพ กำแพงเสรี และคณะ, 2564) ปัจจุบันมีการให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential tourism) เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึก อารมณ์ ความประทับใจ และประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวได้รับถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยว (Henche, 2018; Yiannakou, et al., 2022) นอกจากนั้น ยังพบว่า การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการมีประสบการณ์ที่ประทับใจนี้มีความสัมพันธ์กับการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential marketing) ที่มุ่งหวังให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในด้านการรับรู้ ความรู้สึก อารมณ์ และความคิด ที่จะส่งผลต่อประสบการณ์ที่ดีเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว (Henche, 2018) การมีประสบการณ์ที่ดีและเป็นบวกของนักท่องเที่ยวจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว (Yiannakou, et al., 2022) ประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีเชิงบวกให้กับนักท่องเที่ยวได้ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น การศึกษาในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จะเกิดประโยชน์อย่างมากต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชุมชน กลุ่มอาชีพ ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และภาคเอกชน

2. แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated marketing communication; IMC) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ยังคงนำไปใช้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร เป็นกระบวนการสื่อสารทางการตลาดที่ผสมผสานเครื่องมือหลายชนิดเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมจากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว (อติเทพ กำแพงเสรี และคณะ, 2564) นักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาแนวทางการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการนี้ เช่นการศึกษาของ Saeed, et al. (2013) ได้ระบุถึงความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการว่าเป็นหลักที่ใช้หลายแนวทางของการสื่อสารเพื่อการสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ด้านการศึกษาของ ภัสชา วงศ์ทิมารัตน์ (2558) ได้ระบุองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการไว้ 7 ด้าน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การจัดกิจกรรมพิเศษ และการตลาดแบบโต้ตอบสองทาง ด้านการศึกษาของ ดวงศิริ ภูมิวิษุเวช (2559) ที่ศึกษาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและได้นำเสนอแนวทางการสื่อสารการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวไว้ 5 ด้าน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการตลาดเชิงกิจกรรมและสนับสนุนกิจกรรม ด้านการศึกษาของ กฤตยภัทร ธรรมรุจิ (2564) พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลดีต่อการท่องเที่ยว ดังนี้ (1) ในด้าน



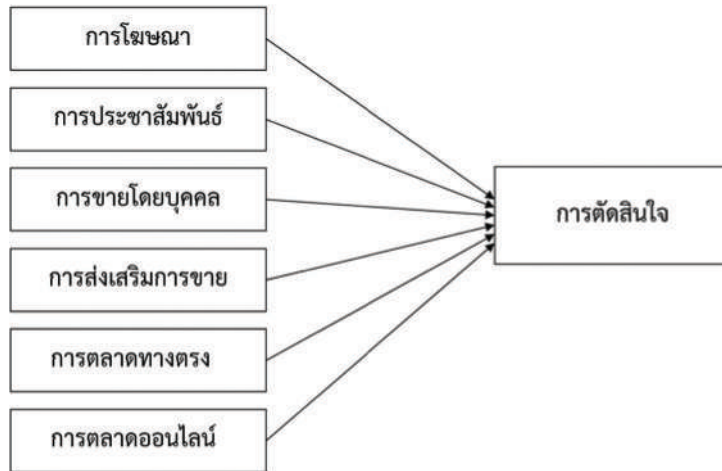
การโฆษณานั้น จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจ (2) ด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า ด้านนี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารข้อมูลและกิจกรรมการท่องเที่ยว (3) ด้านการสื่อสารผ่านบุคคลสามารถช่วยในการสร้างความน่าสนใจและการตัดสินใจมาเที่ยว (4) ด้านการส่งเสริมการขายนั้น การศึกษาพบว่าสามารถช่วยกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ดี (5) ด้านการตลาดทางตรง พบว่าด้านนี้จะช่วยสร้างความสนใจและเกิดความประทับใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ และ (6) ในด้านการตลาดผ่านสื่อออนไลน์นั้น มีความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลที่รวดเร็ว รวมถึงการตัดสินใจในการท่องเที่ยวรวดเร็วขึ้นหลังการได้ข้อมูลดังกล่าว ในขณะที่การศึกษาของ Konwarand Chakrabarty (2020) ได้ระบุถึงองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวไว้ 4 ด้าน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายและการตลาดทางตรง และการตลาดทางอินเทอร์เน็ต ส่วนการศึกษาของ Henche (2018) อธิบายว่าระบบอินเทอร์เน็ตถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและตอบสนองต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์ให้มีความสะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการติดต่อสื่อสาร การพัฒนาการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลดีอย่างมากต่อมนุษย์ทั่วโลก ซึ่งเกิดประโยชน์ทั้งในด้านความบันเทิง การติดต่อสื่อสาร การดำเนินชีวิตทั่วไป การทำงาน และการทำธุรกิจ โดยการตลาดในปัจจุบันมีความจำเป็นที่จะต้องใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์อย่างขาดไม่ได้ รวมถึงการทำการตลาดท่องเที่ยวด้วย การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกตัวแปรหลักที่เป็นองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 6 ตัวแปร ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการตลาดออนไลน์

3. การตัดสินใจของผู้บริโภค

การตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นมีปัจจัยหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคซึ่งส่วนมากแล้ว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นจะเกี่ยวข้องกับความต้องการและทัศนคติของตัวผู้บริโภค โดยผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวเองก็มีลักษณะการตัดสินใจแบบเดียวกัน คือ การพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและความต้องการของตัวนักท่องเที่ยว เช่น ความพึงพอใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ ความรู้สึก อารมณ์ เป็นต้น (อติเทพ กำแพงเสรี และคณะ, 2564; Chen, et al., 2020; Cong, 2021) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นั้นจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของตัวนักท่องเที่ยว เช่น ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสถานการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เป็นต้น โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวจะเริ่มตั้งแต่การหาข้อมูลไปจนถึงการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมกับตนเอง (ธัญวลัย หงส์ทอง, 2561) ดังนั้น การศึกษาถึงพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและพฤติกรรมการตัดสินใจ

การศึกษาก่อนหน้าหลายงานพบอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาของ Konwar and Chakrabarty (2020) ได้สรุปว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวมี 4 ด้านหลัก ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายและการตลาดทางตรง และการตลาดทางอินเทอร์เน็ต ด้านการศึกษาของ กฤตยภัทร ธรรมจุ (2564) พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านการโฆษณาส่งผลทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจในสายตาของนักท่องเที่ยวและเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรณภา แดกปัญญา (2559) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวผ่านทาง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับข้อมูลผ่านทาง การโฆษณาและการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด แต่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง การตลาดทางตรงของนักท่องเที่ยวจะน้อยที่สุด ในขณะที่การศึกษาของ พิมุกต์ สมชอบ (2560) พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญกับผลสัมฤทธิ์การสื่อสารทางการตลาดท่องเที่ยว เช่น การตัดสินใจท่องเที่ยว การบอกต่อ เป็นต้น ส่วนการศึกษาของ บุญตา วัฒนวานิชย์กุล (2557) ที่ศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเส้นทางสายไหมในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสื่ออินเทอร์เน็ตและเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่ายและที่สำคัญคือ การสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การศึกษาของ Liu, et al. (2020) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวโดยสื่อสังคมออนไลน์ทำหน้าที่ในการเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจและยังมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวบนพื้นฐานของข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาค้างนี้คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่สนใจและมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ของประเทศไทย โดยแบบสอบถามจะใช้คำถามข้อแรกในการคัดเลือกเข้าเป็นประชากรและตัวอย่างของงานวิจัยโดยเป็นนักท่องเที่ยวอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งถือว่าไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด ดังนั้น ผู้วิจัยคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณที่ไม่ทราบประชากรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณเท่ากับ 385 อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามเก็บตัวอย่างออนไลน์และจะพิจารณาแบบสอบถามที่ใช้ประโยชน์ได้จริงเท่านั้นในการคำนวณทางสถิติ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี โดยแบบสอบถามได้พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งมีตัวแปรหลักสองตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรต้นคือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและตัวแปรตามคือการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยรายละเอียดของตัวแปรและแบบสอบถามแสดงในตารางที่ 1 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่สองคือคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และส่วนที่สามคือคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจ ด้านการพิจารณาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยทดสอบกับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 คนที่เป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจและมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในไทยที่ไม่ใช่ตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจริงเพื่อพิจารณาความเชื่อมั่นจากค่า Cronbach's Alpha ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.7 จึงจะถือว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นที่ดีและสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ (Hair, et al., 2014) โดยผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแสดงในตาราง ที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวแปรและผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ตัวแปรย่อย (สัญลักษณ์)	ข้อคำถาม	แหล่งที่มา	Cronbach's Alpha
การสื่อสาร การตลาดแบบ บูรณาการ (IMC)	การโฆษณา (advertis)	4 ข้อ	กฤตยภัทร ธรรมรุจี (2564); Konwar and Chakrabarty (2020); Nootayasakul and Pasunon (2016)	0.98
	การประชาสัมพันธ์ (public)	5 ข้อ		
	การขายโดยบุคคล (people)	3 ข้อ		
	การส่งเสริมการขาย (Sal)	3 ข้อ		
	การตลาดทางตรง (direct)	3 ข้อ		
	การตลาดออนไลน์ (online)	4 ข้อ		
การตัดสินใจ	การตัดสินใจ (decision)	8 ข้อ	Nootayasakul and Pasunon (2016)	0.96

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น โดยการเก็บข้อมูลวิธีนี้เป็นวิธีการเก็บข้อมูลแบบสุ่มตามสะดวก (Convenience randomized sampling method) และเป็นการเก็บข้อมูลที่มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่มีการระบาดของโควิด (Covid-19 pandemic) ทำให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้กว้างมากขึ้น หลังจากได้รับการตอบกลับมาแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อคัดกรองเฉพาะแบบสอบถามที่สามารถใช้งานได้จริงในการวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนถัดไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนานั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ส่วนการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างแบบ PLS-SEM ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติADANCO รุ่น 2.3.1 version ซึ่งจะแบ่งเป็นสองส่วนของการวิเคราะห์ ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งคือการวิเคราะห์ความตรงและความเชื่อมั่นของตัวแบบ และส่วนที่สองคือการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบอิทธิพลเส้นทางระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามของงานวิจัย การตรวจสอบเบื้องต้นในตัวแบบการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยพิจารณาความตรงที่เข้ากันได้ (Convergent validity) จากค่า Average variance extracted (AVE) ซึ่งต้อง



มีค่าเกิน 0.5 จึงถือว่าตัวแบบมีความเหมาะสม และพิจารณาความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Construct reliability) จากค่า Composite Reliability (CR) และ Cronbach's Alpha (CA) โดยต้องมีค่าเกิน 0.7 จึงจะถือว่าตัวแบบมีความเชื่อมั่นและเหมาะสม (Gelhard & Delft, 2015; Hair, et al., 2017) นอกจากนั้น ผู้วิจัยทดสอบความตรงเชิงจำแนกด้วยวิธี Fornell-Larcker Criterion ซึ่งพิจารณาจากค่าที่คำนวณได้ โดยค่าในตารางแต่ละค่าต้องมีค่าไม่เกินค่าที่อยู่บนสุดของคอลัมน์ของค่านั้น (ค่าตัวเลขเข้มและระบายเทาในตาราง) จึงจะถือว่ามีความตรงเชิงจำแนก (Henseler, et al., 2015) นอกจากนั้น ผู้วิจัยพิจารณาสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของตัวแบบจากข้อเสนอของ Gelhard & Delft (2015) ที่ระบุว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ในระดับปานกลางหากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจมีค่ามากกว่า 0.3 และจะถือว่าอยู่ในระดับมากหากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจมีค่ามากกว่า 0.5

ผลการวิจัย

หลังจากผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามที่ตอบกลับมา ผู้วิจัยพบว่า แบบสอบถามที่ใช้งานได้จริงมีจำนวน 320 ชุด ดังนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ทางสถิติจากแบบสอบถามจำนวนนี้ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	ตัวแปรย่อย	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	93	29.1
	หญิง	227	70.9
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	40	12.5
	20 – 30 ปี	167	52.2
	31 – 40 ปี	53	16.6
	41 – 50 ปี	44	13.8
	51 – 60 ปี	10	3.1
	61 ปีขึ้นไป	6	1.8
สถานภาพ	โสด	236	73.8
	สมรส	72	22.5
	หย่าร้าง	12	3.7
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	46	14.4
	ปริญญาตรี	231	72.2
	สูงกว่าปริญญาตรี	43	13.4

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ในตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.9 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจะอยู่ในช่วงระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.2 ในด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนมากมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 73.8 และในด้านการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลวิเคราะห์พบว่า ส่วนมากมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.2

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรของงานวิจัย

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง
advertis	3.56	0.69	-0.08	-0.23
public	3.65	0.71	-0.32	-0.08
people	3.71	0.71	-0.18	-0.33
Sal	3.61	0.75	-0.03	-0.71
direct	3.38	0.85	-0.37	0.07
online	3.77	0.78	-0.16	-0.64
IMC	3.61	0.66	-0.22	-0.36
Decision	3.89	0.70	-0.31	-0.34

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรงานวิจัยที่แสดงในตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวมีค่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.38 – 3.89 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด คือ การตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมา ได้แก่ การตลาดออนไลน์ การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในภาพรวม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77, 3.71, 3.65, 3.61 และ 3.61 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าเบ้และความโด่งของข้อมูลในแต่ละตัวแปรพบว่า ค่าความเบ้และความโด่งสะท้อนข้อมูลที่มีลักษณะโค้งปกติ โดยค่าความเบ้และความโด่งมีค่าใกล้ 0 (Hair, et al., 2014)



ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ความตรงและความเชื่อมั่นของตัวแปรของงานวิจัย

ตัวแปร	ตัวแปรย่อย	ค่าน้ำหนัก	CA	CR	AVE
advertis	Ad1	0.745	0.810	0.870	0.630
	Ad2	0.644			
	Ad3	0.869			
	Ad4	0.892			
public	PR1	0.732	0.890	0.918	0.693
	PR2	0.708			
	PR3	0.879			
	PR4	0.913			
	PR5	0.906			
people	People1	0.933	0.910	0.943	0.848
	People2	0.911			
	people3	0.918			
sal	Sal1	0.922	0.859	0.912	0.778
	Sal2	0.937			
	Sal3	0.778			
direct	direct1	0.920	0.903	0.939	0.837
	direct2	0.927			
	direct3	0.896			
online	online1	0.890	0.937	0.955	0.842
	online2	0.923			
	online3	0.935			
	online4	0.922			
decision	N1	0.778	0.950	0.958	0.740
	N2	0.870			
	N3	0.850			
	D1	0.882			
	D2	0.874			
	D3	0.872			
	D4	0.894			
	D5	0.858			

ตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนกด้วยวิธี Fornell-Larcker Criterion

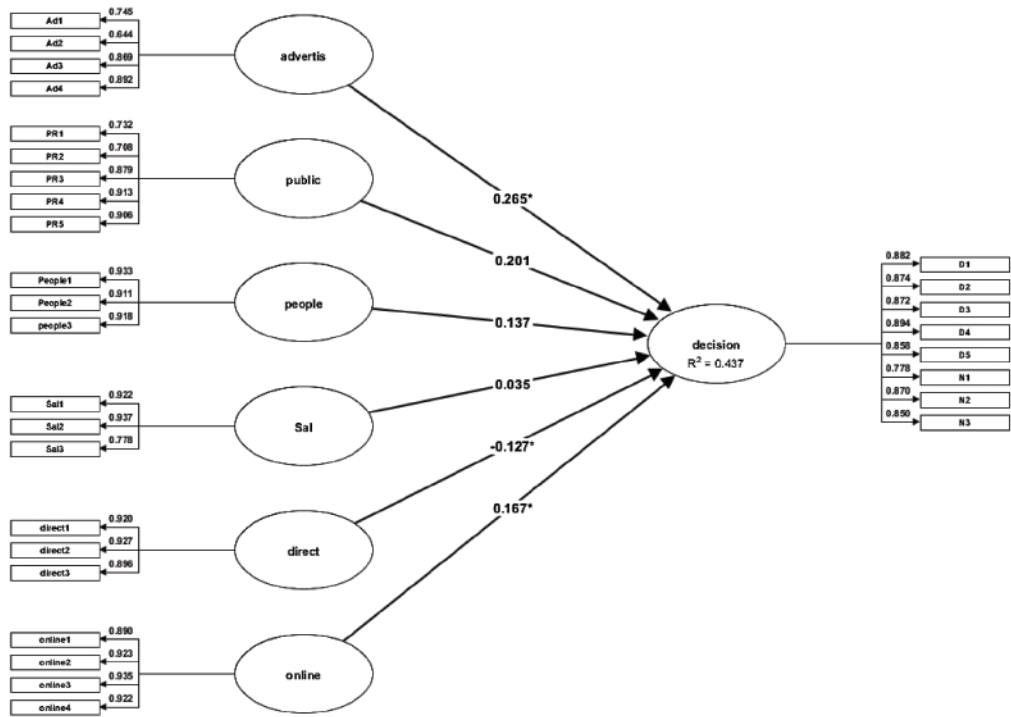
ตัวแปร	advertis	public	people	Sal	direct	online	decision
advertis	0.630						
public	0.782	0.693					
people	0.569	0.669	0.848				
Sal	0.580	0.642	0.730	0.778			
direct	0.356	0.368	0.405	0.508	0.837		
online	0.543	0.593	0.611	0.647	0.437	0.842	
decision	0.384	0.393	0.337	0.312	0.141	0.323	0.740

ผลการทดสอบความตรงเชิงจำแนกด้วยวิธี Fornell-Larcker Criterion แสดงในตารางที่ 5 พบว่า ค่าที่คำนวณได้ในตารางนี้เกือบทุกค่ามีค่าไม่เกินค่าที่อยู่บนสุดของคอลัมน์ มีเพียงค่าเดียว คือ ค่าระหว่าง public กับ advertis ที่มีค่าสูงกว่าค่าบนสุด โดยสรุปจึงถือว่าตัวแบบมีความตรงเชิงจำแนกที่ดีเพียงพอ

ตารางที่ 6 ผลวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรต้นต่อตัวแปรตามในตัวของการศึกษา

อิทธิพลของเส้นทาง	Beta	Standard Error	Total effect	P value
advertis -> decision	0.265	0.253	0.265	0.039*
public -> decision	0.200	0.211	0.200	0.123
people -> decision	0.136	0.135	0.136	0.194
Sal -> decision	0.035	0.030	0.035	0.759
direct -> decision	-0.126	-0.121	-0.126	0.031*
online -> decision	0.167	0.173	0.167	0.044*

หมายเหตุ* หมายถึง มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ภาพที่ 2 ตัวแบบของการศึกษาครั้งนี้

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM ครั้งนี้แสดงในตารางที่ 6 และรูปที่ 2 ซึ่งผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามของตัวแบบ พบว่า ตัวแปรสำคัญ 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ได้แก่ การโฆษณาและการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ส่วนตัวแปรการตลาดทางตรงนั้นมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย ส่วนตัวแปรที่เหลือ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทยในการศึกษาครั้งนี้

ตารางที่ 7 ผลวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจของตัวแบบ

ตัวแปรตาม	สัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจของตัวแบบ(R^2)	Adjusted R^2
decision	0.437	0.427

เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของตัวแบบการศึกษาที่แสดงในตารางที่ 7 พบว่า ตัวแปรต้นในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้ในระดับปานกลาง โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 43.7

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในประเทศไทย โดยศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการใน 6 ด้าน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการตลาดออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่าการโฆษณาและการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย และพบว่า การตลาดทางตรงมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เช่นกัน แต่เป็นอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย ผลการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้หลายงาน ได้แก่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Konwar & Chakrabarty (2020) ที่ระบุว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในรูปแบบการโฆษณา การตลาดทางตรง และการตลาดทางอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว และสอดคล้องกับการศึกษาของ กฤตย์ภัทร ธรรมรฐี (2564) ที่สรุปว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านการโฆษณาและการตลาดผ่านสื่อออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พิมุกต์ สมชอบ (2560) ที่พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดด้านการโฆษณาและการตลาดทางตรงมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญตา วัฒนวานิชย์กุล (2557) ที่ระบุว่า การสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และการศึกษาของ Liu, et al., (2020) ที่พบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ในกรณีที่พบอิทธิพลเชิงลบของการตลาดทางตรงที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว นั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การตลาดทางตรงสามารถส่งผลเชิงลบต่อนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน หากการตลาดทางตรงมีลักษณะที่กดดันหรือถูกนำไปดำเนินการที่มากเกินไป เช่น การส่งจดหมาย อีเมล หรือโทรศัพท์ไปยังนักท่องเที่ยวมากเกินไป เป็นต้น ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ วรณภา แดกปัญญา (2559) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวผ่านทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารในช่องทางผ่านการตลาดทางตรงน้อยที่สุด ถือเป็นประเด็นที่นักการตลาดควรให้ความระมัดระวังในการดำเนินการกลยุทธ์ทางการตลาดด้านนี้

โดยสรุปจากงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบอิทธิพลของปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ การโฆษณาการตลาดออนไลน์ และการตลาดทางตรง ส่วนปัจจัยอีก 3 ด้านของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขายไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวดังกล่าว ในด้านการโฆษณาและการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทยนั้น แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นการโฆษณาและการทำการตลาดทางออนไลน์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จะสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากขึ้นในขณะทำการตลาดทาง



ตรงที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์นั้นอาจเกิดจากการตลาดทางตรงนั้นส่งผลต่อความรู้สึกด้านลบในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้ หากเป็นการดำเนินการที่รบกวนผู้บริโภคกลุ่มท่องเที่ยวนี้มากเกินไป เช่น การส่งข้อความหรืออีเมลด้านการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวบ่อยเกินไป การโทรศัพท์ไปหานักท่องเที่ยวบ่อยครั้งจนเกินไป เป็นต้น ส่วนการประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขายที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทยนั้น ผู้วิจัยยังมองว่า ปัจจัยการตลาดทั้งสามด้านมีความจำเป็นในการดำเนินการทางการตลาด เพื่อให้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความครบถ้วน เนื่องจากการดำเนินการทั้งสามด้านนี้ถือเป็นส่วนประกอบที่อาจส่งผลทางอ้อมต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวดังกล่าวเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในเชิงการบริหารจัดการผู้วิจัยเสนอแนะว่า ผู้บริหารหรือนักการตลาดที่ต้องดำเนินกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านการโฆษณาและการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย ส่วนการตลาดทางตรงนั้น ควรระมัดระวังในการนำมาเป็นเครื่องมือทางการตลาดท่องเที่ยว เนื่องจากการดำเนินการที่มากเกินไปจะส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารทางการตลาดที่ได้ผลดีจำเป็นที่จะต้องดำเนินการในหลายลักษณะประกอบกันเพื่อให้เกิดพลังทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคล จึงยังมีความจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติควบคู่กันไปเช่นกัน

2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยอนาคตสำหรับการวิจัยในอนาคตนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรศึกษาเจาะลึกว่า ทำไมการตลาดทางตรงจึงส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย หรือศึกษาว่าการตลาดทางตรงในลักษณะใดที่จะส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจดังกล่าว นักวิจัยท่านอื่นอาจศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ก็ได้ เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการระบาดโควิด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤตยภัทร ธรรมรุจี. (2564). การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด. (ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี: จันทบุรี.
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด, อังสุมาลิน จ่านงชอบ และ ญัฏฐพัชร มณีโรจน์. (2562). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์โดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ตำบลศรีนาวา จังหวัดนครนายก. *วารสารสหศาสตร์ ศรีปทุม ชลบุรี*, 5(1), 1-18.
- ดวงศิริ ภูมิวิษุเวช. (2559). การสื่อสารทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรูปแบบการท่องเที่ยวสีเขียวในจังหวัดเชียงราย. *วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 3(1), 44-65.
- ธัญวลัย หงส์ทอง. (2561). กลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. (ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ: กรุงเทพฯ.
- บุญตา วัฒนวานิชย์กุล. (2557). การพัฒนาศาสตร์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางสายไหมกลุ่มจังหวัดชัยบุรีรินทร์. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/Download/439699/a3f87cbb8fcca1e07294dcfcef8baea1?Resolve_DOI=10.14457/STOU.the.2014.202.
- พิมพ์ดี สมชอบ. (2560). โมเดลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิจัยและประเมินผลอุบลราชธานี*, 6(1), 29-38.
- ภัสชา วงศ์ทิมารัตน์. (2558). ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจสปา. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 9(1), 106-124.
- วรรณภา แดกปัญญา. (2559). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. (ปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- อดิเทพ กำแพงเสรี, ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ และ สมศักดิ์ เขาว์ธาดางค์. (2564). การสร้างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวงานนิทรรศการศิลปะในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 417-430.
- Chen, X., Cheng, Z. F., & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intention of Chinese outbound tourists. *Sustainability*, 12, 1-24.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). John Wiley and Sons.
- Cong, X. (2021). Research on the tourism decision-making mechanism: A case study of American outbound tourism. *Informing Science: The International journal of an Emerging Transdiscipline*, 24, 129-147.



- Gelhard, C. & Delft, S. (2015). *The role of strategic and value chain flexibility in achieving sustainability performance: An empirical analysis using conventional and consistent PLS*. http://proceedings.utwente.nl/350/1/UsePLS_2015_submission_97.pdf
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). Pearson Education.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling*. (2nd ed.). Sage.
- Henche, B. G. (2018). Urban experiential tourism marketing: Use of social media as communication tools by the food markets of Madrid. *Journal of Tourism Analysis*, 25(1), 2-22.
- Henseler, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135.
- Konwar, J. & Chakrabarty, N. (2020). Integrated marketing communication as an element of visitors' selection of heritage destination: A theoretical framework. *International journal of Research in Engineering Application and Management*, 5(10), 39-46.
- Liu, X., Mehraliyev, F., Liu, C., & Schuckert, M. (2020). The roles of social media on tourists' choices of travel components. *Tourist Studies*, 20(1), 27-48.
- Nootayasakul, C. & Pasunon, P. (2016). Factors of decision making of Thai tourists' traveling to Lampraya market, Nakhonpathom. *Dusit Thani College Journal*, 10(1), 132-150.
- Saeed, R., Naeem, B., Bilal, M., & Naz, U. (2013). Integrated marketing communication: A review paper. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(5), 124-133.
- Yiannakou, A., Apostolou, A., Birou-Athanasiou, V., Papagiannakis, A., & Vitopoulou, A. (2022). Branding places through experiential tourism: A survey on the features of the experiential product and enterprises in Geek regions. *Tourism and Hospitality*, 3, 435-450.



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting



ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี Causal Factors of Learning Behavior via Internet of Undergraduate Students

อนุชาธพายอม¹ และบงกช ตั้งจิระศิลป์²
Anucha Thapayom¹ and Bongkoch Tungjirasil²
e-mail : anucha.t@fba.kmutnb.ac.th

(Received: 2022-09-25 ; Revised: 2022-11-04; Accepted: 2023-01-23)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของนิสิตระดับปริญญาตรี ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลกับนิสิตระดับปริญญาตรี จำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อคำถามครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรม นโยบายของมหาวิทยาลัย พฤติกรรมการสอนของอาจารย์ พื้นฐานของครอบครัว การคบเพื่อน ลักษณะนิสัยส่วนตัว และความสามารถ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์หือทธิพลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า นิสิตมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเรียนรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม ทั้งภาพรวม และกลุ่มย่อย ส่วนโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความเที่ยงตรงอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยที่ตัวแปรสาเหตุทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรผลพฤติกรรมได้ร้อยละ 71.60 ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรสาเหตุ 2 ตัวแปร (พื้นฐานครอบครัว และลักษณะนิสัย) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิต เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเชิงบวกและสร้างสรรค์ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาดำเนินชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ : โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ; พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต; นิสิตระดับปริญญาตรี

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

²อาจารย์ผู้สอนคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

¹Assistant Professor Dr., Bachelor of Business Administration Program in Accounting, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

²Lecturer of Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok



ABSTRACT

This research aims to study behaviors and develop a causal relationship model of using the Internet for learning of undergraduate students. Using a stratified sampling method, 400 undergraduate students were selected. A questionnaire was used to collect data. The questions cover 7 areas: behaviors, university policies, teachers' teaching behaviors, family background, friendship, personality traits and ability. Data were analyzed using mean, standard deviation, and structural equation model.

The results showed that the undergraduate students' behaviors of using the Internet for learning were at a high level in all groups, both overall and subgroups, while the causal relationship model was valid at a moderate level. All the causal variables were able to account for 71.60 percent of the variance of the behavioral variables. Two causal variables (family background, and personality traits) had a statistically significant influence on the undergraduate students' internet learning behavior. The results of this research indicate that students' internet usage behavior can be used as a guideline for the promotion of positive and constructive Internet behavior for life and study.

Keywords : Causal Relationship Model, Internet Learning Behavior, Undergraduate Students



บทนำ

ความสำคัญของการศึกษามีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการพัฒนาศักยภาพของคน ซึ่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ได้ให้ความหมายของการศึกษา และกำหนดความมุ่งหมายของการจัดการศึกษา ตลอดจนแนวการศึกษา และสิทธิของผู้เรียนไว้ว่า “การศึกษา” หมายถึง กระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์ จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตการที่ผู้เรียนจะประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตเต็มตามศักยภาพและสอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียนได้มากน้อยเพียงใดนั้นย่อมต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนหลายประการทั้งปัจจัยทางด้านตัวผู้เรียนเองและการจัดประสบการณ์การเรียนรู้จากทางมหาวิทยาลัย ตลอดจนการส่งเสริมจากครอบครัวและสังคมรวมถึงการมีสื่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและเนื่องจากในยุคปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงบุคคลเข้าด้วยกันได้ทั่วโลกจึงทำให้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญมากในฐานะสื่อการเรียนรู้ที่จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าสู่โลกกว้างแห่งการเรียนรู้ได้อย่างสะดวกรวดเร็วดังนั้นการเรียนรู้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (learning via internet) จึงเป็นการเรียนรู้แนวทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองได้ตลอดเวลาทุกสถานที่อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (นิตยา มณีวงศ์, 2564)

นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570 ที่สอดคล้องกับทิศทางของยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และนโยบายของรัฐ โดยมีวิสัยทัศน์ เพื่อเตรียมคนไทยแห่งศตวรรษที่ 21 พัฒนาเศรษฐกิจที่กระจายโอกาสอย่างทั่วถึง สังคมที่มั่นคง และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนโดยสร้างความเข้มแข็งทางนวัตกรรมระดับแนวหน้าสากล นำพาประเทศไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว อีกทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วจนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงได้ง่าย ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ทั้งผู้สอนและผู้เรียนเป็นสำคัญ จนเกิดเป็นการพัฒนาการเรียนการสอนจากการสอนในชั้นเรียนที่ประกอบด้วยอาจารย์และนักศึกษามาอยู่รวมกันในช่วงเวลา 2-3 ชั่วโมงขึ้นอยู่กับการเป็นวิทยากรบรรยายหรือวิพากษ์ปฏิบัติ มาเป็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์

อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่และมีผู้ใช้งานอยู่ทั่วทุกมุมโลก ทำให้การติดต่อสื่อสารในปัจจุบันมีความสะดวก รวดเร็ว และไร้พรมแดน ทั้งยังเป็นเสมือนคลังความรู้รวบรวมข้อมูลต่างๆ ไว้มากมายมหาศาล และยังเป็นจุดเชื่อมต่อไปยังแหล่งความบันเทิงต่าง ๆ ในโลกอินเทอร์เน็ตอีกด้วย ดังนั้นจึงมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากอดีตจนถึงปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีระยะเวลาในการใช้งานสูงขึ้นด้วยเช่นกัน (จอมพล เล้ารุ่งเรือง, 2561) สอดคล้องกับรายงานการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยประจำปี 2564 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA พบว่า ปีนี้เป็นปีแรกที่กลุ่ม Gen Z (อายุน้อยกว่า 21 ปี) ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เฉลี่ยวันละ 12

ชั่วโมง 5 นาที ขณะที่กลุ่ม Gen Y (อายุ 21-40 ปี) ที่ใช้อินเทอร์เน็ต เฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 52 นาที ส่วน Gen X (อายุ 41-56 ปี) ใช้เฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง 12 นาที และ Baby Boomer (อายุ 57-75 ปี) ใช้น้อยที่สุด เฉลี่ยวันละ 6 ชั่วโมง 21 นาที ตามลำดับ สำหรับกิจกรรมออนไลน์ที่กลุ่ม Gen Z ใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ เรียนออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมง 23 นาที รองลงมาคือดูรายการโทรทัศน์ ดูคลิป ดูหนัง ฟังเพลงออนไลน์เฉลี่ยวันละ 4 ชั่วโมง 11 นาที และติดต่อสื่อสารออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 3 ชั่วโมง 39 นาที ตามลำดับขณะที่ ในภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 36 นาที โดยวันทำการที่ต้องเรียนหรือทำงาน จะใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 55 นาที มากกว่าวันหยุดที่ใช้ 9 ชั่วโมง 49 นาที โดยกิจกรรมออนไลน์ที่นิยมทำมากที่สุด 10 อันดับแรก คือการติดต่อสื่อสารสูงถึง 77.0% อาจเพราะช่วงที่ผ่านมาหลายองค์กรต่างมีมาตรการให้พนักงานทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเรียนออนไลน์เกือบ 100% จึงทำให้การสื่อสารอยู่ในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น และรองลงมาคือ กิจกรรมดูรายการโทรทัศน์ ดูคลิป ดูหนัง ฟังเพลงออนไลน์ 62.4% และเพื่อค้นหาข้อมูลออนไลน์ 60.1% ในขณะที่ลำดับถัดไป จะมีในส่วนของการอ่านข่าว บทความ หรือหนังสือ 54.2% ซื้อสินค้าบริการ 47.7% รับ-ส่งอีเมล 45.0% และทำธุรกรรมทางการเงิน 41.7% ตามลำดับ

จากสถิติดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นและเยาวชน และสะท้อนให้เห็นว่าวัยรุ่นและเยาวชนเหล่านี้ได้ใช้เวลาอย่างยาวนานในโลกอินเทอร์เน็ต ผลกระทบที่ตามมาหากขาดการควบคุมดูแลจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง และบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอาจารย์หรือบุคลากรทางการศึกษาในมหาวิทยาลัย ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่ที่มหาวิทยาลัย ผลกระทบกับการศึกษาซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสังคมและครอบครัว ยิ่งในปัจจุบันการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่ได้ถูกจำกัดแค่เพียงเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะกับอินเทอร์เน็ตผ่านสายเท่านั้น แต่ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารในด้านต่าง ๆ ทำให้อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในชีวิตประจำวันสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต บวกกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายของผู้ให้บริการต่าง ๆ ส่งผลให้การเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่ง่ายและสะดวกเพราะสามารถเข้าอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ ทุกเวลา (พิพัฒน์พงศ์ เข็มปัญญา, 2561)

จากความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารดังกล่าว ทำให้สถาบันการศึกษาโดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาได้พัฒนารูปแบบการเรียนการสอนโดยนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารมาใช้สนับสนุนการเรียนการสอน และการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียนในหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายระบบสารสนเทศที่เรียกว่า การเรียนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) โดยมีระบบการบริหารจัดการการเรียนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน และผู้เรียนกับผู้เรียน เป็นการเรียนที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ในการใช้งาน โดยนำเสนอผ่านอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายได้ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต เป็นต้น ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ผ่านระบบเครือข่ายในการช่วยสนับสนุนการเรียนการสอนจากการเรียนปกติ โดยใช้ประโยชน์จากการเรียนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เต็มช่องว่างการเรียนการสอนในห้องเรียนและกระตุ้นการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาความรู้อย่างรวดเร็วด้วยตนเอง แต่ในขณะเดียวกันยังมีอุปสรรคที่สำคัญ คือ



ค่านิยมและความมีวินัยของผู้เรียน ซึ่งความรู้สึกรู้สึกของผู้เรียนยังต้องการให้มีอาจารย์เป็นผู้สอน เพราะไม่คุ้นเคยกับการเรียนด้วยตนเอง ผู้เรียนส่วนใหญ่ยังคงติดกับการเรียนการสอนที่ต้องมีอาจารย์เป็นผู้หยิบยื่นข้อมูลให้ นอกจากนี้ ปัญหาที่พบบ่อยจากการเรียนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ ขาดแรงจูงใจในการเรียน การจัดการระบบการเรียนที่ดี ผู้เรียนขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบ รวมทั้งไม่เห็นความสำคัญของการเรียนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และยังขาดการวางแผนการเรียน จึงทำให้ผู้เรียนไม่ประสบความสำเร็จในการเรียน (ปิยะ บุษบา และคณะ, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี โดยให้ความสำคัญกับตัวแปรสาเหตุของพฤติกรรมทั้งตัวแปรภายในและตัวแปรภายนอกไปพร้อมกัน และเลือกใช้โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุชนิดโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการวิจัยที่ได้รับจะเป็นสารสนเทศที่แสดงถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิต สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณาวางแผนพัฒนาพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตให้มีความเหมาะสม เพื่อจะได้ก่อให้เกิดผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์และเป็นเครื่องมือสำหรับการนำไปใช้ในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี
2. เพื่อศึกษาสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี

ทบทวนวรรณกรรม

1. ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ดังนั้นการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตจึงมีลักษณะเป็นการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างหนึ่งซึ่งผู้เรียนจำเป็นต้องมีความพร้อมทางสมรรถนะที่ต้องใช้เพื่อการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ครอบคลุมทั้งด้านความสามารถ และลักษณะนิสัยซึ่งเป็นปัจจัยภายในตัวผู้เรียนและยังต้องมีปัจจัยภายนอกสนับสนุนอีกหลายประการทั้งปัจจัยทางมหาวิทยาลัย อาจารย์ผู้สอนเพื่อนและครอบครัว

พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างหนึ่ง ซึ่งผู้เรียนจำเป็นต้องมีความพร้อมทางสมรรถนะที่ต้องใช้เพื่อการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ความสามารถ และลักษณะนิสัย ซึ่งเป็นปัจจัยภายในตัวผู้เรียน และยังต้องมีปัจจัยภายนอกสนับสนุนอีกหลายประการ ทั้งปัจจัยทางมหาวิทยาลัย อาจารย์ผู้สอน เพื่อน และผู้ปกครอง เป็นต้น ปัจจัยด้านบุคคลอีกประการคือการรับรู้ความสามารถตนเองในการใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งส่งผลต่อระดับความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาด้วยการรับรู้ความสามารถตนเองในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นความเชื่อในความสามารถของตนเองว่าสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตในด้านต่างๆได้หรือไม่จะส่งผลต่อพฤติกรรมทางเลือกที่จะใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อไปกล่าวคือหากบุคคลคิดว่าตนมีความสามารถเพียงพอที่จะใช้อินเทอร์เน็ตได้ก็มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ต่อไป (Bandura, 1986)

นอกจากนี้ยังมีแรงจูงใจและเจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกล่าวคือแรงจูงใจเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดพลังที่จะแสดงพฤติกรรมต่างๆซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเป็นอย่างมากเพราะการที่บุคคลจะกระทำการกิจกรรมได้เต็มความสามารถหรือไม่ก็นั้นมักจะขึ้นอยู่กับว่าเขาเต็มใจจะทำแค่ไหนถ้ามีสิ่งจูงใจที่ตรงกับความต้องการของเขาสิ่งจูงใจนั้นก็จะเป็แรงกระตุ้นให้เขาเอาใจใส่ในสิ่งที่ทำมากขึ้นซึ่งคือการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ (พนารัตน์ พรหมมา, 2555) ส่วนปัจจัยด้านเจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นตามสภาพความเป็นจริงของนักศึกษาที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งอาจถูกกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวเช่นกลุ่มเพื่อนอาจารย์ผู้สอนนโยบายของมหาวิทยาลัยสังคมปัจจุบันหรืออาจเกิดจาประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักศึกษาและความชอบโดยส่วนตัวโดยสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้นักศึกษาแสดงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดีทั้งพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อตัวนักศึกษาเองสำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2551) ได้กล่าวถึงความหมายโดยสรุปของ e-Learning คือ 1.เป็นการเรียนในลักษณะใดก็ได้ ซึ่งใช้ถ่ายทอดเนื้อหาผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ 2. การเรียนผ่านทางอินเทอร์เน็ต ที่ผู้เรียนเรียนด้วยตนเอง ในเวลาและสถานที่ใดก็ได้ ซึ่งอาจมีอาจารย์ หรือผู้แนะนำ มาช่วยเหลือในบางกรณี และ 3. เป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองการเรียนในลักษณะทางไกล คือ เป็นรูปแบบการเรียนรู้ ซึ่งผู้เรียนไม่จำเป็นต้องเดินทางมาเรียนในสถานที่เดียวกันหรือในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ใช้อาจไม่จำเป็นต้องเข้าถึงเนื้อหาตามลำดับที่ตายตัว โดยมีการออกแบบกิจกรรมซึ่งผู้เรียนสามารถโต้ตอบกับเนื้อหา รวมทั้งมีแบบฝึกหัดและแบบทดสอบให้ผู้เรียนสามารถตรวจสอบทำความเข้าใจได้

Gagné (1985) ได้เสนอแนวความคิดการเรียนรู้ คือ ทฤษฎีเงื่อนไขการเรียนรู้ (Conditions of Learning) โดยทฤษฎีการเรียนรู้ของ Gagné จัดอยู่ในกลุ่มผสมผสาน (Gagne's eclecticism) ซึ่งเชื่อว่าความรู้มีหลายประเภท บางประเภทสามารถเข้าใจได้อย่างรวดเร็วไม่ต้องใช้ความคิดที่ลึกซึ้ง บางประเภทมีความซับซ้อนจำเป็นต้องใช้ความสามารถในขั้นสูงซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ประกอบด้วยผู้เรียน (Learner) คือ มีระบบสัมผัสและระบบประสาทในการรับรู้สิ่งเร้า (Stimulus) คือ สถานการณ์ต่างๆ ที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และการตอบสนอง (Response) คือ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้

2. พฤติกรรมการเรียนรู้

พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตหมายถึง การกระทำ การประพฤติ ปฏิบัติตนของนิสิตในส่วนที่เป็นไปเพื่อการเรียนรู้ทุกรูปแบบ ทั้งที่เป็นการเรียนรายวิชาต่าง ๆ ตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัยและการเรียนเองตามอัธยาศัย แต่จำกัดขอบเขตเฉพาะที่ต้องอาศัยอินเทอร์เน็ตและสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ทุกชนิดที่เกี่ยวข้องอยู่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตในที่นี้ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ การเรียนรู้จากการทำงานที่อาจารย์กำหนดให้ใช้อินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้รายวิชาต่าง ๆ และการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ตามอัธยาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศจะ



เข้ามาช่วยให้การเรียนการสอนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่จะไม่สามารถเข้ามาแทนที่การมีโรงเรียนและมหาวิทยาลัยได้โรงเรียนและมหาวิทยาลัยจะยังคงมีอยู่ในระบบการศึกษาแต่ก็ยอมรับกันว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากจากเดิมที่เป็นห้องเรียนมีผนังล้อมรอบก็จะ เป็น school without wall และเปลี่ยนจากการเรียนการสอนแบบบรรยายในชั้นเรียนมาเป็นแนวการเรียนการสอนแบบกระตุ้นให้เรียนและค้นคว้าเป็นทีม

Blank (2000) กล่าวถึงการจัดการเรียนการสอนในแบบออนไลน์ไว้ว่าจะต้องมีการเตรียมการเป็นอย่างดีทั้งในเรื่องความพร้อมของการเตรียมการสอนความพร้อมในด้านเทคโนโลยีและความพร้อมของผู้เรียนในแบบออนไลน์โดยผู้เรียนจะต้องมีพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีที่เพียงพอที่จะเรียนรู้เนื้อหาในแบบออนไลน์ถ้าหากขาดทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์แล้วผู้เรียนอาจจะประสบกับความยากลำบากกับสภาพแวดล้อมในการเรียนผ่านเว็บ

Guglielmino & Guglielmino (2003) ได้แบ่งปัจจัยความพร้อมของผู้เรียนสำหรับการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 2 ด้านด้วยกันคือความพร้อมทางด้านเทคนิคและความพร้อมทางด้านการเรียนรู้แบบนำตนเอง

3. ปัจจัยต่อความสำเร็จการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือบทเรียนออนไลน์ ปัจจัยต่อความสำเร็จผ่านการเรียนรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่สำคัญมี 4 ปัจจัย ได้แก่

3.1 ปัจจัยด้านผู้สอน คือ ผู้ที่กำหนดการสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พัฒนาบทเรียนด้วยตนเองโดยทำการสอน สนับสนุนการเรียนรู้ ให้คำปรึกษา ตรวจสอบความก้าวหน้าต่อผู้เรียน ดูแลให้อยู่ในขอบข่ายที่เหมาะสม ส่งเสริมให้มีปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียน กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง

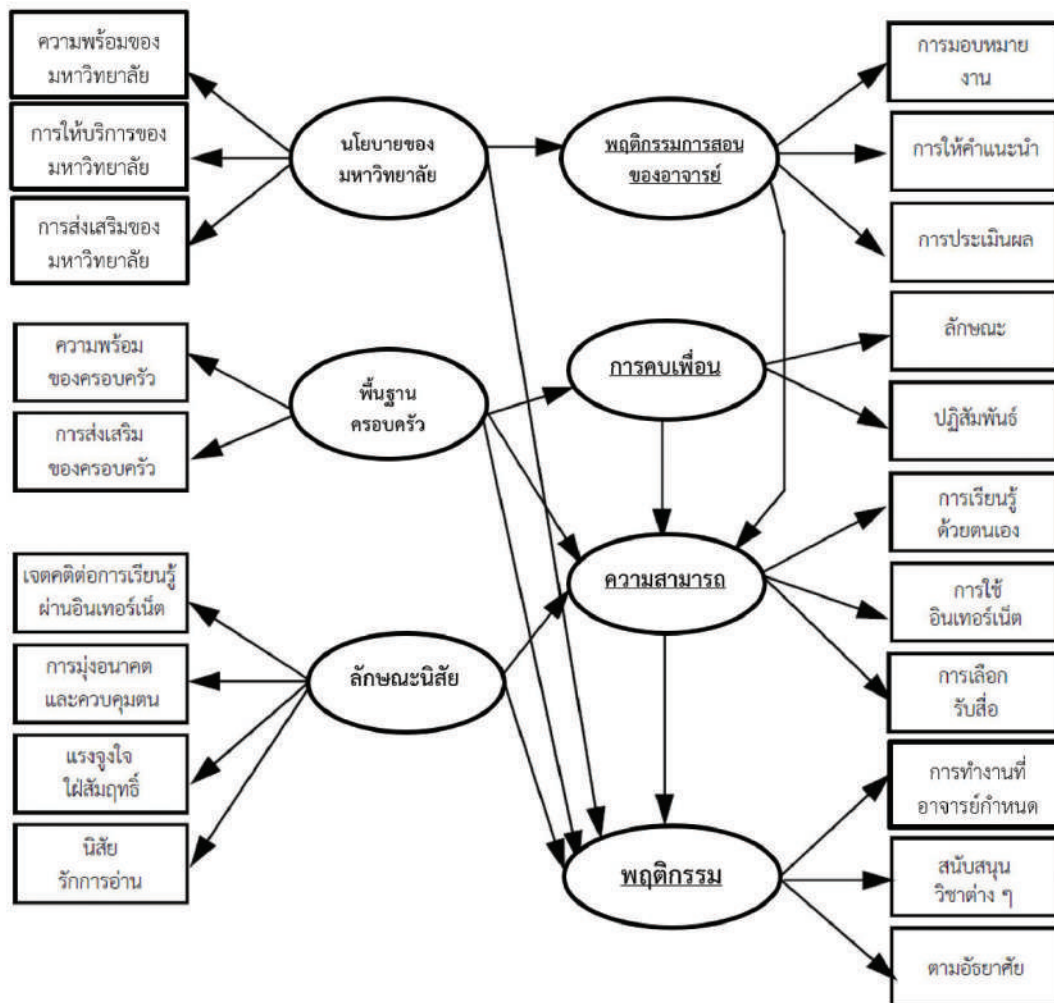
3.2 ปัจจัยด้านผู้เรียน คือ ผู้เรียนมีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ คือ สามารถเข้าใจและติดต่อสื่อสารกับผู้สอน เพื่อนร่วมชั้นเรียนได้ทันที มีความเข้าใจและปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีมากขึ้น ใช้เวลามากขึ้นในการพูดคุย ซักถามกันในกลุ่มผู้เรียน และทีมงาน ทั้งยังมีความรับผิดชอบ กระตือรือร้น มีแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้น

3.3 ปัจจัยด้านบทเรียน คือ การเรียนการสอนมิใช่เป็นข้อความตัวหนังสือ แต่สามารถปรับเป็นรูปภาพ เสียง เพื่อให้บทเรียนดูน่าสนใจมากขึ้น ประกอบด้วย สื่อบทเรียนต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาบทเรียนและจุดมุ่งหมายที่สอน เลือกสื่อที่มีเนื้อหาถูกต้องทันสมัย น่าสนใจ เหมาะสมกับวัย ระดับชั้นความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียน วิธีการไม่ยุ่งยากซับซ้อน

3.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ประกอบด้วย คอมพิวเตอร์ และเครือข่ายโทรคมนาคมที่ต่อเชื่อมกัน ความสะดวกในการใช้งานที่จุดใช้งาน (access point) เพื่อส่งและรับข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ที่สะดวก รวดเร็ว เรียนรู้และพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง (พชร ลิ้มรัตนมงคล และ จิรัชฌา วิเชียรปัญญา, 2556)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี ซึ่งมีตัวแปรพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตเป็นตัวแปรผล และตัวแปรที่ส่งผลต่อตัวแปรพฤติกรรมการ

เรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตเป็นตัวแปรสาเหตุในการวิจัยครั้งนี้ให้มีความสำคัญกับสาเหตุของพฤติกรรมทั้งสาเหตุภายในตัวบุคคล และสาเหตุภายนอกตัวบุคคลไปพร้อมๆ กัน ดังนั้นกรอบแนวคิดปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรีในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 7 ตัวแปรแฝง และ 20 ตัวแปรสังเกตได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิต
ที่มา : Leekitchwatana (2010)



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งตามเทคนิคการใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model: SEM) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 5 เท่าถึง 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al., 2010) ซึ่งในที่นี้มีตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 20 ตัวแปร จึงได้จำนวนตัวอย่างเป็นไม่น้อยกว่า 20 ตัวอย่าง X 20 ตัวแปร ดังนั้นการศึกษานี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้มากที่สุดรูปแบบของข้อมูลที่นักศึกษาสืบค้นมากที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามที่ครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรม นโยบายของมหาวิทยาลัย พฤติกรรมการสอนของอาจารย์ พื้นฐานของครอบครัว การคบเพื่อน ลักษณะนิสัยส่วนตัว และความสามารถ โดยใช้ข้อคำถามแบบเลือกตอบแบบ Likert Scale จากมาตราวัด 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด สำหรับใช้วัดตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 20 ตัว ข้อคำถามมีจำนวนรวมทั้งหมด 84 ข้อ

การหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยเริ่มจากการทดสอบหาความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of item-objective congruence) มีค่าเท่ากับ 0.925 ส่วนค่าความเชื่อมั่นได้จากการไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.789 ถึง 0.921

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมจากตัวอย่างขนาด 400 คน เลือกตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

ขั้นที่ 1 ใช้การสุ่มแบบกลุ่ม โดยจำแนกตามสาขาวิชา สุ่มได้สาขาการบัญชี สาขาการจัดการ และสาขาการตลาด

ขั้นที่ 2 ใช้การสุ่มแบบกลุ่มโดยจำแนกตามชั้นปี

ขั้นที่ 3 ใช้การสุ่มอย่างง่าย โดยใช้จำนวนประชากรทั้งหมดเป็นฐานในการคิดสัดส่วนให้ได้ตัวอย่าง จำนวน 400 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้โปรแกรม SPSS

4.2 วิเคราะห์ความเที่ยงตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรม การเรียนรู้ผ่าน อินเทอร์เน็ตที่พัฒนาขึ้น และค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรในโมเดล ด้วยวิธีการ วิเคราะห์อิทธิพล (Path analysis) แบบมีตัวแปรแฝง (Latent variable) โดยใช้โปรแกรม ลิสเรล

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนิสิตระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 1 ความถี่ ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างนิสิตระดับปริญญาตรี

N = 400 คน

	รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	59	14.75
	หญิง	341	85.25
สาขาวิชา	การบัญชี	191	47.75
	การจัดการ	131	32.75
	การตลาด	78	19.50
ชั้นปี	ปีที่ 1	127	31.75
	ปีที่ 2	221	55.25
	ปีที่ 3	27	6.75
	ปีที่ 4	25	6.25
สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการเรียนรู้	บ้าน/ที่พักปัจจุบัน	320	80.00
	มหาวิทยาลัย	59	14.75
	อื่น ๆ	21	5.25



จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิสิตระดับปริญญาตรี ประกอบด้วยนิสิตจากสาขาการบัญชี (ร้อยละ 47.75) สาขาการจัดการ (ร้อยละ 32.75) และสาขาการตลาด (ร้อยละ 19.50) อยู่ชั้นปีที่ 2 มากที่สุด (ร้อยละ 55.25) เป็นนิสิตหญิงมากกว่า (ร้อยละ 85.25) และส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้มากที่สุดที่บ้าน/ที่พัก (ร้อยละ 80.00)

2. พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม	ลำดับที่
1. พฤติกรรมการเรียนรู้จากการทำงานที่อาจารย์กำหนดให้ใช้อินเทอร์เน็ต	3.99	0.49	เหมาะสมมาก	2
2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้วิชาต่างๆ	3.70	0.56	เหมาะสมมาก	3
3. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ตามอัธยาศัย	4.06	0.59	เหมาะสมมาก	1
รวม	3.91	0.55	เหมาะสมมาก	

ตารางที่ 2 พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตโดยภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาพฤติกรรมเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับเหมาะสมมากทั้ง 3 ด้านพฤติกรรมด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรกคือด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ตามอัธยาศัย ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือด้านการเรียนรู้จากการทำงานที่อาจารย์กำหนดให้ใช้อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.99$) และด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้วิชาต่างๆ ($\bar{X} = 3.70$)

3. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี

3.1 ผลการศึกษาโมเดลการวัด (Measurement model results) การวัดความน่าเชื่อถือและความถูกต้อง ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวถูกแปลงค่าให้เป็นค่ามาตรฐาน ผลจากตารางที่ 3 พบว่า ค่า Standardized factor loading ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าตั้งแต่ 0.566-0.821 ซึ่งมากกว่า 0.50 แสดงให้เห็นถึงการวัดมีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ค่า R² พบว่า มีค่าตั้งแต่ 0.320 – 0.675 ค่าที่ออกมาอยู่ในระดับปานกลาง ถ้าค่าที่สูงแสดงถึงความเชื่อมั่นที่มากของตัวบ่งชี้ค่าความเที่ยงตรง (Reliability) ที่วัดจาก Cronbach's alpha มีค่าอยู่ในช่วง 0.678 – 0.822 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.60 (Hair et al., 2010) ความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (Construct Reliability: PC) ของตัวแปรแฝง 7 ตัว ที่สร้างขึ้นจากตัวแปรสังเกตได้ 20 ตัว พบว่า ตัวแปรแฝงส่วนใหญ่มีค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้างอยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่า PC อยู่ระหว่าง 0.536–0.831 สุดท้ายค่า Average



Variance Extracted (PV) เป็นค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้มีค่าระหว่าง 0.367-0.584

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต

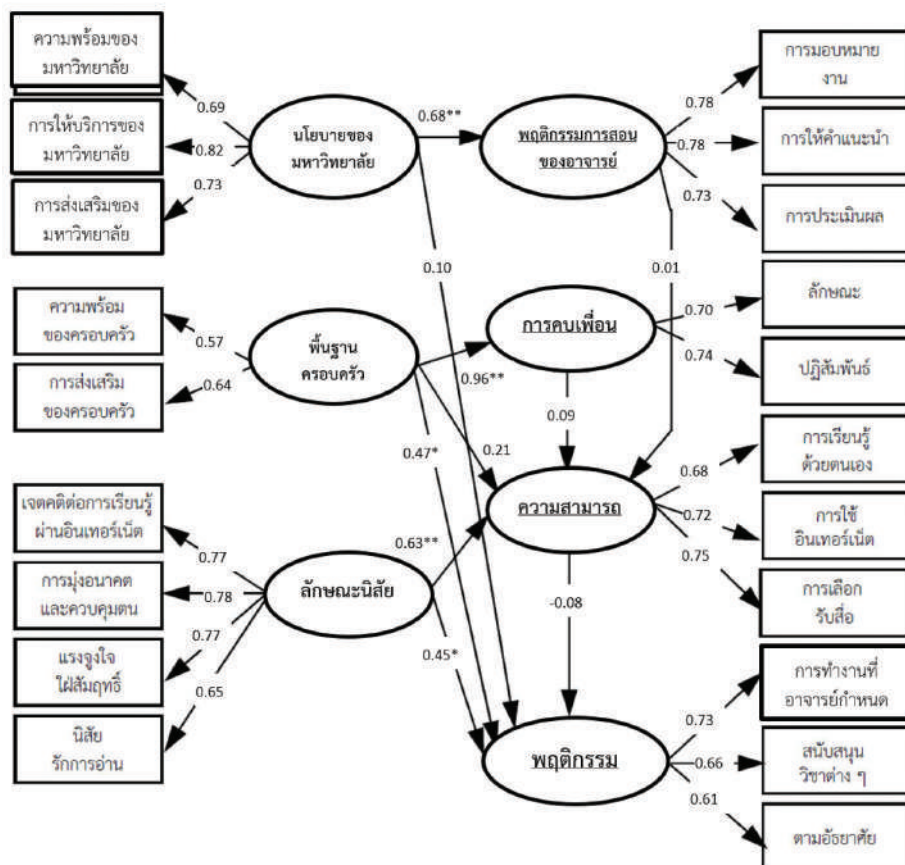
Factor and Item	Factor Loading	R ²	Cronbach's Alpha	Construct Reliability (PC)	Average Variance Extracted
พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต			0.704	0.705	0.445
• เรียนรู้จากการทำงานที่กำหนดให้ใช้อินเทอร์เน็ต	0.727	0.529			
• การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้วิชาต่าง ๆ	0.659	0.434			
• การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ตามอัธยาศัย	0.609	0.371			
นโยบายของมหาวิทยาลัย			0.798	0.792	0.560
• ความพร้อมด้านอินเทอร์เน็ต	0.687	0.471			
• การให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต	0.821	0.675			
• การสนับสนุนด้านอินเทอร์เน็ต	0.731	0.534			
พฤติกรรมการสอนของอาจารย์			0.806	0.808	0.584
• การมอบหมายงานของอาจารย์	0.776	0.651			
• การให้คำแนะนำของอาจารย์	0.782	0.611			
• การประเมินผลของอาจารย์	0.733	0.538			
พื้นฐานของครอบครัว			0.729	0.536	0.367
• ความพร้อมด้านอินเทอร์เน็ต	0.566	0.320			
• การสนับสนุนด้านอินเทอร์เน็ต	0.644	0.414			
การคบเพื่อน			0.678	0.682	0.517
• ลักษณะของเพื่อน	0.701	0.491			
ปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน	0.737	0.544			
ลักษณะนิสัยของตัวนักศึกษา			0.822	0.831	0.552
• เจตคติการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต	0.768	0.591			
• การมุ่งอนาคตควบคุมตน	0.780	0.609			
• แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	0.765	0.585			
• นิสัยรักการอ่าน	0.651	0.424			
ความสามารถ			0.752	0.756	0.509
• การเรียนรู้ด้วยตนเอง	0.677	0.459			
• การใช้อินเทอร์เน็ต	0.716	0.513			
• การเลือกรับสื่อ	0.745	0.556			



3.2 ผลการศึกษาโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model results)

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผ่านเกณฑ์
χ^2	ไม่ควรมีนัยสำคัญทางสถิติ	199.27 (P = 0.00)	ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	ต้องมีค่าน้อยกว่า 2	199.27/157 = 1.27	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ต้องน้อยกว่า 0.05	0.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	มากกว่า 0.90	0.933	ผ่านเกณฑ์
CFI	มากกว่า 0.90	0.951	ผ่านเกณฑ์
IFI	มากกว่า 0.90	0.951	ผ่านเกณฑ์
RFI	มากกว่า 0.90	0.925	ผ่านเกณฑ์
NFI	มากกว่า 0.90	0.938	ผ่านเกณฑ์
Model CAIC	มีค่าน้อยกว่า Saturated CAIC	1,169.827 < 1,468.208	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4 พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี ที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรงเนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของนิสิตระดับปริญญาตรี โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์ได้แก่ ค่าไคว์สแควร์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า χ^2/df มีค่า 1.27 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.000 ค่า CFI = 0.951 ค่า GFI = 0.933 ค่า IFI = 0.951 ค่า RFI = 0.925 ค่า NFI = 0.938 และสุดท้ายค่า Model CAIC น้อยกว่า Saturated CAIC



$\chi^2/df = 1.27$ ($P = 0.00$), CFI = 0.951, IFI = 0.951, RFI = 0.925, NFI = 0.938, RMSEA=0.000, GFI=0.933

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

ภาพที่ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิต



จากภาพที่ 2 และตารางที่ 5 พบว่าตัวแปรสาเหตุทั้งหมดในโมเดลมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรผลพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี ยกเว้นตัวแปรความสามารถโดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเรียนรู้ได้ร้อยละ 71.60

ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อม ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี มีจำนวน 3 ตัว คือ ตัวแปรพื้นฐานครอบครัว ตัวแปรลักษณะนิสัย และตัวแปรนโยบายมหาวิทยาลัย โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.444, 0.393 และ 0.094 ตามลำดับ

ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลเฉพาะทางตรง ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี คือ ตัวแปรความสามารถ โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.082 ส่วนตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลเฉพาะทางอ้อมมีจำนวน 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรการคบเพื่อน และตัวแปรการสอนของอาจารย์ โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.007 และ -0.001 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของอิทธิพลในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี

			ตัวแปรสาเหตุ					
ตัวแปรผล	R ²	อิทธิพล	นโยบาย	พื้นฐาน	ลักษณะ	การสอน	การ	ความ
			มหาวิทยาลัย	ครอบครัว	นิสัย	อาจารย์	คบเพื่อน	สามารถ
การสอนของอาจารย์	0.468	ทางตรง	0.684**	-	-	-	-	-
		ทางอ้อม	-	-	-	-	-	-
		รวม	0.684**	-	-	-	-	-
การคบเพื่อน	0.914	ทางตรง	-	0.956**	-	-	-	-
		ทางอ้อม	-	-	-	-	-	-
		รวม	-	0.956**	-	-	-	-
ความสามารถ	0.856	ทางตรง	-	0.205	0.683**	0.018	0.086	-
		ทางอ้อม	0.012	0.082	-	-	-	-
		รวม	0.012	0.287**	0.683**	0.018	0.086	-
พฤติกรรมการเรียนรู้	0.716	ทางตรง	0.095	0.468*	0.449*	-	-	-0.082
		ทางอ้อม	-0.001	-0.024	-0.056	-0.001	-0.007	-
		รวม	0.094	0.444*	0.393**	-0.001	-0.007	-0.082
ลำดับความสำคัญของอิทธิพล			3	1	2	6	5	4

$\chi^2/df = 1.27 (P = 0.00)$, CFI = 0.951, IFI = 0.951, RFI = 0.925, NFI = 0.938, RMSEA=0.000, GFI=0.933

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

เมื่อพิจารณาลำดับความสำคัญของตัวแปรสาเหตุจากค่าอิทธิพลรวมของตัวแปรสาเหตุแต่ละตัวพบว่า ตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนิสิตระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือพื้นฐานครอบครัว (0.444) รองลงมา คือ ลักษณะนิสัย (0.393) นโยบายมหาวิทยาลัย (0.094) ความสามารถ (-0.082) การคบเพื่อน (-0.007) และการสอนของอาจารย์ (-0.001) ตามลำดับโดยตัวแปรสาเหตุแต่ละตัวมีรูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และค่าอิทธิพลต่อตัวแปรผลพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เนตของนิสิตระดับปริญญาตรี เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. ตัวแปรพื้นฐานครอบครัว เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้มากที่สุดเป็นลำดับแรกมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านการคบเพื่อน และความสามารถของนิสิต โดยมีค่าของอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.468 ทางอ้อมเท่ากับ -0.024 รวมเป็น 0.444 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวม
2. ตัวแปรลักษณะนิสัย เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นลำดับที่ 2 มีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมผ่านความสามารถของนิสิต โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.449 ทางอ้อมเท่ากับ -0.056 รวมเป็น 0.393 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
3. ตัวแปรนโยบายมหาวิทยาลัย เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นลำดับที่ 3 มีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมผ่านการสอนของอาจารย์ และความสามารถของนิสิต โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.095 ทางอ้อมเท่ากับ -0.001 รวมเป็น 0.094 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ตัวแปรความสามารถของนิสิต เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้มากที่สุดเป็นลำดับที่ 4 เป็นอิทธิพลทางตรง โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.082 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม
5. ตัวแปรการคบเพื่อน เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นลำดับที่ 5 เป็นอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสามารถของนิสิต โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.007 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่มีอิทธิพลทางตรง
6. ตัวแปรการสอนของอาจารย์ เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นลำดับที่ 6 เป็นอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสามารถของนิสิต โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.001 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่มีอิทธิพลทางตรง

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เนตของนิสิตระดับปริญญาตรีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เนตและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เนตของนิสิตระดับปริญญาตรี วิธีดำเนินการวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงบรรยาย และใช้โมเดลการวิจัยแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุชนิดโมเดลสมการโครงสร้าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบขั้นภูมิทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนิสิตระดับปริญญาตรี ภาคปกติจำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน



คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามที่ครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรม นโยบายของมหาวิทยาลัย พฤติกรรมการสอนของอาจารย์ พื้นฐานของครอบครัว การคบเพื่อน ลักษณะนิสัยส่วนตัว และความสามารถ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนิตินิเทศระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตโดยภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นโมเดลที่มีความเที่ยงตรงปานกลาง โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ ในโมเดลประกอบด้วยตัวแปรสาเหตุมีอิทธิพลทางบวกและทางลบต่อตัวแปรผลพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิตินิเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 ตัว และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 4 ตัว ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้มากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ พื้นฐานครอบครัว โดยมีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมผ่านการคบเพื่อน และความสามารถของนิตินิเทศ ตัวแปรที่มีอิทธิพล รองลงมาลำดับที่ 2 คือ ลักษณะนิสัย โดยมีอิทธิพลทั้งทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสามารถของนิตินิเทศ ตัวแปรที่มีอิทธิพลเป็นลำดับที่ 3 คือ นโยบายของมหาวิทยาลัย โดยมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านพฤติกรรมการสอนของอาจารย์ และความสามารถของนิตินิเทศ ตัวแปรที่มีอิทธิพลเป็นลำดับที่ 4 คือ ความสามารถ โดยเป็นอิทธิพลทางตรง ตัวแปรที่มีอิทธิพลเป็นลำดับที่ 5 คือ การคบเพื่อน โดยมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสามารถของนิตินิเทศ และตัวแปรที่มีอิทธิพลเป็นลำดับที่ 6 คือ พฤติกรรมการสอนของอาจารย์ โดยมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสามารถของนิตินิเทศ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรพื้นฐานครอบครัวมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ดังนั้น ถ้าสังคมไทยสามารถพัฒนาสถาบันครอบครัว/ผู้ปกครองนิตินิเทศให้มีความรู้ความเข้าใจตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต และมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้ของนิตินิเทศได้อย่างเหมาะสมและทั่วถึงมากขึ้นแล้ว ก็เป็นที่คาดหวังได้ว่านิตินิเทศจะมีพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมยิ่งขึ้น เป็นการให้ทรัพยากรสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดประโยชน์ในทางการศึกษา และมีความคุ้มค่าในการลงทุนทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น และยิ่งกว่านั้นจะเกิดทักษะในการเรียนรู้และผลการเรียนรู้ในนิตินิเทศได้มากขึ้นเป็นการยกระดับคุณภาพของนิตินิเทศได้ทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของนิตินิเทศขึ้นอยู่กับตัวแปรสาเหตุหลายตัว ทั้งตัวแปรด้านจิตลักษณะซึ่งเป็นตัวแปรภายใน และตัวแปรด้านสถานการณ์แวดล้อมซึ่งเป็นตัวแปรภายนอกตัวนิตินิเทศ ดังนั้นการออกแบบการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต ควรมุ่งเน้นการพัฒนาลักษณะนิสัยของนิตินิเทศที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เจตคติต่อการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ นิสัยรักการอ่าน เป็นต้น นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับสถานการณ์ทางครอบครัวของนิตินิเทศที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น ความพร้อมของครอบครัว การสนับสนุนของครอบครัว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้

เรียนในระดับชั้นอื่นๆ และจำแนกกลุ่มย่อยตามตัวแปรอื่น ๆ ที่เหมาะสม เช่น ขนาดของมหาวิทยาลัย สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยในเมืองกับในชนบท ฯลฯ อันจะช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และอาจช่วยให้ค้นพบกลุ่มเสี่ยงที่ยังมีพฤติกรรมการเรียนรู้ในทิศทางที่ไม่เหมาะสม จะได้หาแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมของกลุ่มต่าง ๆ ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และควรศึกษาตัวแปรสาเหตุอื่น ๆ เพิ่มเติมเข้ามาในโมเดล เพื่อให้สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้มากขึ้นอีก ตัวอย่างตัวแปรที่อาจนำมาเพิ่มเติม ได้แก่ ตัวแปรเกี่ยวกับภูมิหลังของนิสิต เช่น อายุ เกรดเฉลี่ยสะสม เกรดวิชาคอมพิวเตอร์/เทคโนโลยีสารสนเทศ ฯลฯ รวมถึงตัวแปรภูมิหลังทางมหาวิทยาลัย ชุมชน และครอบครัว

เอกสารอ้างอิง

- จอมพล เล้ารุ่งเรือง. (2561). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกรณีศึกษา : นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. (ปริญญาวิทยาสาสตรมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- นิตยา มณีวงศ์. (2564). ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยความสำเร็จการเรียนรู้ออนไลน์แอปพลิเคชันไลน์ในช่วงวิกฤต COVID 19. *ครุศาสตร์สาร*, 15(11), 161-173.
- ปิยะ บุษบา, อังศินันท์ อินทรกำแหง และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยทางจิตสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 24 (1), 83-102.
- ประสาธ เนืองเฉลิม. (2557). *อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้*. โอเดียนสโตร์.
- พชร ลิมรัตนมงคลและ จิรัชมา วิเชียรปัญญา. (2556). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการเรียนออนไลน์ของผู้เรียนโครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย. *รังสิตสารสนเทศ*, 19 (2), 54-63.
- พนารัตน์พรมมา.(2555).การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต คณะศึกษาศาสตร์ *วารสารวิจัย มสส*, 8(3), 147-162.
- พิพัฒน์พงศ์ เข้มปัญญา.(2561). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลเมืองนครพนม. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม (ฉบับพิเศษ), การประชุมพยาบาลครั้งที่ 25*. 120-124.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2551). *แนวทางการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ e-Learning*.<http://thungkaow.ac.th/clientupload/thungkaow/download/3.%20แนวทางการจัดการเรียนรู้.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *รายงานการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยประจำปี 2564*. https://www.etda.or.th/th/UsefulResource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021_Slides.aspx.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. Freeman.



- Blank, D. (2000). Blending: Experts weigh in on incorporating e-learning into training. *The New Corporate University Review*, 8, 6.
- Gagné, R. M. (1985). *The conditions of learning* (4th ed.). Holt, Rinehart & Winston.
- Guglielmino, P.J., & Guglielmino, L.M. (2003). *Are Your Learners Ready for E-learning*. AMACOM.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin B. J., Anderson R. E., & Tatham R. L. (2010). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Prentice Hall International.
- Leekitchwatana, P. (2010). Development of Causal Relationship Model for e-Learning Behavior of High School Students in Thailand. *E-Learn 2010 Proceedings*, 4, 1944-1952.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3th ed.). Harper and Row Publication.



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting



การศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน คุณภาพชีวิตและความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุ
ที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
The Study of Cost, Return, Quality of Life , And Satisfaction of
Elderly Producers of Pineapple Paste in Don Khun Huai
Subdistrict, Cha Am District, Phetchaburi Province

อิติรัตน์ รัตนสนธิ¹, วรรณกานต์ภูเต็ง², กนกภรณ์ กรประสาท³, พิมพ์วิมล มะณีวงศ์⁴
Titirat Ratanason¹, Wannakan Puteng², Kanokporn Kornprasat³,
Pimpavee Maneewong⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน คุณภาพชีวิตและความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน โดยการเลือกวิธีแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของร้านสมมุติโดยใช้สูตรการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลิตภัณฑ์สับปรดกวนมียอดขายทั้งหมด 640,000 บาทต่อเดือนต้นทุนในการทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวนอยู่ที่ 137,937 บาทต่อเดือนผลตอบแทนอยู่ที่ 502,063 บาทต่อเดือนและจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 137,936.80 บาทต่อเดือน 2) คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุดีขึ้นเป็นอย่างมากหลังจากได้เข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ทั้งด้านรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ความสะดวกในการเดินทาง และมีความสุขในการใช้ชีวิต และ 3) ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสิ่งแวดล้อม และมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ด้านชีวิตความเป็นอยู่ ด้านความมั่นคงในอาชีพ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม

คำสำคัญ : ต้นทุนและผลตอบแทน; คุณภาพชีวิต; ความพึงพอใจของผู้สูงอายุ

¹⁻³ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

⁴ อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

¹⁻³ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.

⁴ Bachelor of Accountancy Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.

ABSTRACT

research study was intended to study the cost, return, quality of life and satisfaction of elderly producers of pineapple Paste in Don Khun Huai Subdistrict, Cha-Am District, Phetchaburi Province. Data were collected from a sample of 10 people from Somruthai shopselected through a purposive sampling method, using a questionnaire and an interview. The data were analyzed by percentage, mean and standard deviation.

The results showed that 1) the pineapple paste had a total sales of 640,000 baht per month, the production cost was 137,937 baht per month, the return was 502,063 baht per month and the break-even point was 137,936.80 baht per month; 2) the quality of life of the elderly was greatly improved after becoming producers of pineapple paste. in terms of increased income, convenience in travel and well-being; 3) quality of life was rated at a high level, overall and in all aspects including physical, mental and environmental aspects, and the respondents were satisfied at a high level, overall and in all aspects, including living, job security and social relationship.

Keywords : Cost and Return; Quality of Life; Elderly's Satisfaction

บทนำ

สับปะรดเป็นพืชเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้ประเทศประมาณปี ละ 23,000 - 25,000 ล้านบาท โดยมีผลิตภัณฑ์ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด คิดเป็นร้อยละ 45 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป โดยไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องเป็นอันดับ 1 ของโลก มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 50 ซึ่งตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และตะวันออกกลาง นอกจากนี้อุตสาหกรรมสับปะรดยังมีความสำคัญ ต่อเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาคและระดับไร่นากว่าคือในระดับมหภาคเป็นอุตสาหกรรมเกษตร ที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้วัตถุดิบภายในประเทศมาแปรรูป จึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศทำให้เศรษฐกิจในประเทศก้าวหน้า เนื่องจากการจ้างแรงงานเกิดขึ้นจำนวนมากเพราะในบางขั้นตอนไม่สามารถใช้เครื่องจักรแทนแรงงานได้ (พัชรีย์ ภูมาลี, 2560) การเพิ่มมูลค่าสับปะรด คือการแปรรูปสับปะรดซึ่งทำได้หลายประเภท เช่น กวน อบ บรรจุกระป๋อง แยม ไวน์ และผลิตภัณฑ์แทรกเกอร์ใส่สับปะรด เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่นโครงการที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มีพระราชดำริให้จัดหาที่ดินเพื่อช่วยเหลือราษฎรที่ยากจนขาดแคลนที่ดินทำกินโดยพัฒนาให้มีการรวมกลุ่มประกอบอาชีพในรูปแบบหมู่บ้านสหกรณ์ มีการจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรดอนขุนห้วยจำกัด และร้านสมถุทัย ก็เป็นร้านในโครงการดอนขุนห้วยที่นำสับปะรดมากวนเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสับปะรด เนื่องจากการเพิ่มมูลค่าที่มีการผลิตจึงต้องมีการคิดต้นทุนว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น



จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีค่าวัตถุดิบ และค่าใช้จ่ายเท่าใดเพื่อเป็นข้อกำหนดในการตั้งราคาสินค้า(สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2565) ต้นทุนการผลิต เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดสินค้าว่ามีราคาถูกหรือราคาแพง เพราะต้นทุนการผลิตมีส่วนประกอบหลายอย่างที่เป็นปัจจัยหลักในการผลิตมีทั้งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ค่าแรงงาน ค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ของผู้ผลิตทุกคน คือ ต้องการที่จะดำเนินการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตมากที่สุดหรือดำเนินการผลิตสินค้าโดยเสียต้นทุนต่ำที่สุด การใช้ปัจจัยที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจจะมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและเพื่อเสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด การลดต้นทุนการผลิต จึงสำคัญเป็นอย่างมาก อาจใช้แรงงานคนแทนเครื่องจักรในการผลิตที่ไม่มากนักเพื่อลดต้นทุนการผลิตลงเช่น การจ้างแรงงานคนเพื่อมาทำในส่วนที่ขาดไป และการจ้างแรงงานยังทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น(ธนาฯ พร้อมมูล, 2559)

คุณภาพชีวิตนั้น มักตั้งอยู่บนรากฐานของความเชื่อ หรือแนวคิดเกี่ยวกับชีวิตของคน ซึ่งจะประกอบด้วย กาย จิตใจ อารมณ์ เช่น มีสุขภาพดีมีอิสระในด้านความคิดและการกระทำ โดยประเทศไทยมีการสร้างเกณฑ์มาตรฐานของคุณภาพชีวิตไว้มากมาย แต่โดยภาพรวมแล้วต่างมีจุดประสงค์ที่เหมือนกัน คือเพื่อให้บุคคลในสังคมมีชีวิตที่มีคุณภาพ มีความสุขความสมบูรณ์และ มีการกินอยู่ดีสามารถพึ่งพาตัวเองได้ เป็นชีวิตที่มีความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งล้วนมุ่งเน้นไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของมนุษย์ในสังคมนั้นเอง การที่บุคคลจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีนั้น ต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบมากมาย ซึ่งแต่ละองค์ประกอบจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไป ตามแต่ละทัศนะของแต่ละบุคคลหรือสังคม การนำหลักพุทธจิตวิทยาพัฒนาตนเพื่อเน้นการรู้จักตน (ขวัญใจ ทองศรี, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน คุณภาพชีวิตและความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาและสำรวจต้นทุน ผลตอบแทน และคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุที่ทำงานในร้านสมถุทัยว่าก่อนเข้ามาทำสับปรดกวนเป็นอย่างไร หลังจากเข้ามาทำ ที่ร้านสมถุทัยแล้วเป็นอย่างไร และความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อการทำสับปรดกวน ซึ่งจะเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนการทำสับปรดกวน และสำรวจคุณภาพชีวิตและความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่รวมตัวกันจัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวนของร้านสมถุทัย โดยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจะเป็นแนวทางในการทำต้นทุนสับปรดกวนสำหรับผู้ที่ยากสร้างรายได้และมีคุณภาพชีวิตดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการทำสับปรดกวนของกลุ่มผู้สูงอายุ
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อการทำสับปรดกวน
3. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุก่อนและหลังที่เข้ามาทำสับปรดกวน

ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด

1. แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทน

1.1 ความหมายของต้นทุนการผลิต

ต้นทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินการผลิตสินค้า หรือบริการ จำนวน

เงินที่ได้จ่ายไปในการซื้อ สินค้า ข้าวของ วัตถุดิบ ต่าง ๆ เพื่อนำมาผลิตหรือขายสินค้าเพื่อให้ก่อให้เกิดรายได้ โดยเริ่มตั้งแต่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การจัดเก็บ และการขนส่ง ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์ (2560) ได้ให้ความหมายของ ต้นทุนการผลิต ไว้ว่า ต้นทุนการผลิต หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่องค์กรใช้ประโยชน์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้กำหนดไว้ เช่น ต้นทุนของวัตถุดิบและแรงงานที่เกิดขึ้นเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ และเมื่อต้นทุนได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจแล้ว ต้นทุนส่วนนั้นจะเปลี่ยนสภาพไปเป็นค่าใช้จ่าย (Expense) ซึ่งจะนำไปหักจากรายได้ในแต่ละงวดบัญชี ต้นทุนการผลิต คือ ต้นทุนที่ทำให้ได้สินค้าสำเร็จรูปใด ๆ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ที่เบิกใช้ในการผลิต แรงงานทางตรงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการผลิต เมื่อทั้ง 3 ส่วนประกอบ ได้เข้าสู่ขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิตก็จะถูกแปรสภาพเป็นสินค้าสำเร็จรูปต่อไป

ต้นทุนการผลิต = ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง + ค่าแรงงานทางตรง + ค่าใช้จ่ายการผลิต
จำนวนสินค้าที่ผลิตในงวดนั้น

1.2 ความหมายของผลตอบแทน

ผลตอบแทนหมายถึง กำไรหรือผลตอบแทนที่ได้รับจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ

คิดโดยการนำรายได้หักกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดก็จะได้เป็นกำไร หรือส่วนต่างที่ได้รับจากการลงทุนที่จะก่อให้เกิดรายได้คุ้มกับเงินลงทุนนั้น SET (ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของผลตอบแทน ไว้ว่า ผลตอบแทน หมายถึง จำนวนเงินที่เราได้รับเป็นการตอบแทนในระยะเวลาที่เราถือครองสินทรัพย์ คือรายได้ระหว่างการถือครอง และ กำไร (ขาดทุน) จากการซื้อและขาย

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

2.1 ความหมายของคุณภาพชีวิต

คุณภาพชีวิตหมายถึงชีวิตที่มีคุณภาพสามารถดำรงอยู่ได้ในสังคมอย่างปกติสุข และชีวิตที่มีคุณภาพนั้นจะรู้ได้โดยการที่คนหรือในชุมชนนั้นได้บรรลุเกณฑ์ความจำเป็นพื้นฐาน หรือความต้องการพื้นฐานที่คนหรือชุมชนจะมีหรือจำเป็น เพื่อให้ชีวิตอยู่ได้อย่างปกติพอสมควรในช่วงเวลาหนึ่ง นิธิภัทร ชิตานนท์ (2563) ได้ให้ความหมายของคุณภาพชีวิต ไว้ว่า คุณภาพชีวิต (Quality of Life) หมายถึง ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสิ่งแวดล้อม

2.1.1 ด้านร่างกาย (Physical domain) คือ การรับรู้สภาพทางด้านร่างกายของบุคคลซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน เช่น การรับรู้สภาพความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย การรับรู้ถึงความรู้สึกสุขสบายไม่มีความเจ็บปวด การรับรู้ถึงพลังกำลังในการดำเนินชีวิตประจำวัน การรับรู้ถึงความเป็นอิสระที่ไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น การรับรู้ถึงความสามารถในการทำงาน การรับรู้ว่าตนเองไม่ต้องพึ่งยาต่าง ๆ หรือการรักษาทางการแพทย์อื่น ๆ เป็นต้น

2.1.2 ด้านจิตใจ (Psychological domain) คือ การรับรู้สภาพทางจิตใจ ของตนเอง เช่น การรับรู้ความรู้สึกทางบวกที่บุคคลในชุมชนมีต่อตนเอง การรับรู้ภาพลักษณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง การรับรู้ถึงความมั่นใจในตนเอง การรับรู้ถึงความคิดความจำ สมาธิการตัดสินใจ และความสามารถในการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของตน การรับรู้ถึงความรู้สึก



สามารถในการจัดการกับความเครียดหรือกังวล การรับรู้เกี่ยวกับความเชื่อต่าง ๆ ของตนที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต

2.1.3 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) คือการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในชุมชน เช่น การรับรู้ว่ามีชีวิตอยู่อย่างอิสระไม่ถูกกักขังมีความปลอดภัยและความมั่นคงของชีวิต การรับรู้ว่าได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีปราศจากมลพิษต่าง ๆ การคมนาคมสะดวก สถานบริการทางสุขภาพและสังคมสงเคราะห์ การรับรู้ว่ามีโอกาสที่จะได้รับข่าวสารหรือฝึกฝนทักษะต่าง ๆ

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

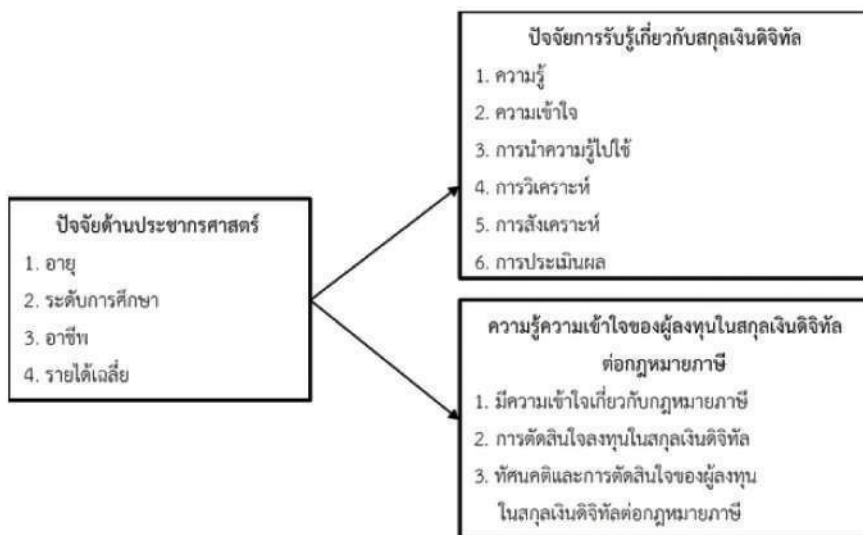
3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความรู้สึกหรือทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ที่บุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งอาจเป็นผลบวกหากตรงกับความต้องการ หรือเป็นผลลบหากไม่ตรงกับความต้องการของบุคคล นิธิภัทร ชิดานนท์ (2563) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความพึงพอใจประกอบด้วยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการบูรณาการทางด้านสังคมหรือการทำงานร่วมกัน

3.1.1 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจของบุคลากรต่อสถานที่ทำงานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย มีอากาศถ่ายเทสะดวก มีแสงสว่างเพียงพอไม่มีกลิ่นไม่มีเสียงรบกวนขณะปฏิบัติงาน มีเครื่องใช้สำนักงานอุปกรณ์และวัสดุใช้งานต่าง ๆ ที่เพียงพออยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและทันสมัย

3.1.2 ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจของบุคลากรต่อการได้รับมอบหมายงานที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถและทักษะในการทำงานเพิ่มมากขึ้นได้รับปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่การงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถและงานที่รับผิดชอบอยู่มีโอกาสพัฒนาความรู้ความสามารถมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

3.1.3 ด้านการบูรณาการทางด้านสังคมหรือการทำงานร่วมกัน หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจของบุคลากรต่อการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานบุคลากรทุกฝ่าย มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดีมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นการทำงานร่วมกัน มีการจัดกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้บุคลากรได้พบปะสังสรรค์และทำงานร่วมกันในโอกาสต่าง ๆ และการได้รับความช่วยเหลือจากผู้ร่วมงานในการทำงานเป็นอย่างดี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนของร้าน สมฤทัย ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 10 คน โดยวิธีเฉพาะเจาะจง คือ มีอายุ 50-65 ปี ประกอบด้วย เพศหญิง 6 คน เพศชาย 4 คน



2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการวิจัยครั้งนี้ข้อมูลครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ การวิจัยเชิงผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณในการสำรวจ อายุ รายได้ และค่าใช้จ่าย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยกระบวนการสังเกตสถานการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ควบคู่กับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์ที่ถามถึงข้อมูลเชิงลึก โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบตรวจสอบรายการ(Check List) จำนวน 8ข้อประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน ภูมิสำเนา ฝายงาน รายได้ต่อเดือนค่าใช้จ่ายต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ทั้ง 3ด้าน จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ด้านร่างกาย จำนวน 3 ข้อ ด้านจิตใจ จำนวน 3 ข้อ ด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน จำนวน 9 ข้อ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านชีวิตความเป็นอยู่ จำนวน 3 ข้อ ด้านความมั่นคงในอาชีพ จำนวน 3 ข้อ และด้านความสัมพันธ์ทางสังคม จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการจัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ลักษณะของแบบสัมภาษณ์เป็นแบบตารางแสดงข้อมูล โดยครอบคลุมเกี่ยวกับต้นทุนของการจัดทำสับปรดกวน ได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนค่าแรงงานค่าใช้จ่ายในการผลิต อัตราผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์สับปรดกวน

ตอนที่ 5 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตก่อนเข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน และหลังเข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน รายได้ก่อนเข้ามาทำและหลังเข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน

2.2 คุณภาพของเครื่องมือ

ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Item Objective Congruence Index : IOC) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านทำการตรวจสอบและวิเคราะห์เพื่อหาค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา เพื่อนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา โดยค่าที่ยอมรับได้จะต้องมากกว่า 0.5 ในแต่ละข้อคำถามจากการใช้สูตร เกณฑ์ในการพิจารณาข้อคำถามดังนี้(มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2551)

ให้คะแนน	+1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	0	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	-1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

สูตร
$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IO แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์

R แทน คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

แทนค่า IOC
$$= \frac{\sum R}{N}$$
$$= \frac{18+16+18}{3}$$
$$= \frac{52}{3}$$
$$= 17.33$$

นำจำนวนผลรวมเฉลี่ยหารจำนวนข้อคำถาม จำนวน 18 ข้อ

$$IOC = \frac{17.33}{18}$$
$$IOC = 0.96$$

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยการลงพื้นที่เกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวน ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอยะยา จังหวัดเพชรบุรีโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การสัมภาษณ์ จะเป็นกระบวนการเริ่มแรกของการรวบรวมข้อมูล โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการประสานงานกับผู้ประกอบธุรกิจสับปรดกวน สมฤทธิ์ โดยคณะผู้วิจัยจะสัมภาษณ์กลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปรดกวนจำนวน 10 ท่าน

3.2 การแจกแบบสอบถาม หลังจากสัมภาษณ์เสร็จแล้ว คณะผู้วิจัยจะให้กลุ่มผู้สูง



อายุตอบแบบสอบถาม ซึ่งหากกรณีที่มีปัญหาในเรื่องของการอ่านหรือการเขียนคณะผู้วิจัยจะดำเนินการแก้ไขปัญหให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ หลังจากนั้นจะมีการตรวจสอบความถูกต้องของคำตอบว่าเป็นไปตามที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบหรือไม่ หากมีข้อขัดแย้งก็สามารถแก้ไขได้ทันที

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 และ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต และความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

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

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบคุณภาพก่อนและหลังเข้ามาทำร้านสมุนไพรและความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนของร้านสมุนไพร โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน รายได้ และค่าใช้จ่ายโดยใช้การสำรวจจากแบบสอบถามโดยวิธีเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน คุณภาพชีวิตและความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1.1 ต้นทุนการทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ในหนึ่งเดือนสามารถผลิตสับปะรดได้



8,000 กิโลกรัม โดยมีต้นทุนรวมเท่ากับ 137,937 บาทต่อเดือน แบ่งเป็นวัตถุดิบทางตรงคิดเป็น 45,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ สับปะรด 40,000 บาท น้ำตาลทราย 5,000 บาท ค่าแรงงานทางตรง 92,000 บาทต่อเดือนประกอบด้วย คนทำสับปะรดกวน 46,000 บาท และค่าแรงงานคนใส่บรรจุภัณฑ์ 46,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตสับปะรดกวนทั้งหมด 937 บาทต่อเดือน ประกอบด้วย ถูมือยาง 28 บาท เครื่องเย็บแม็กซ์ 80 บาท ไม้กวนสับปะรด 645 บาท ถูบรรจุภัณฑ์ 184 บาท

1.2 อัตราผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ขายสับปะรดกวนได้ 8,000 กิโลกรัม ราคาขายกิโลกรัมละ 80 บาท เท่ากับ 640,000 บาท ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่ากับ 137,937 บาท จะได้ผลตอบแทนเท่ากับ 502,063 บาทและมีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 137,936.80 บาท โดยสามารถแสดงเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงต้นทุนค่าวัตถุดิบทางตรงที่ประกอบด้วยสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียและน้ำตาลทราย

รายการ	จำนวนเงิน (หน่วย:บาท)
1. ค่าวัตถุดิบทางตรง	
1.1 สับปะรด	40,000
1.2 น้ำตาลทราย	5,000
รวมวัตถุดิบทางตรง	45,000



ตารางที่ 2 แสดงต้นทุนค่าแรงงานทางตรงประกอบด้วยค่าแรงงานคนกวสับปรดและคนบรรจุภัณฑ์

รายการ	ชั่วโมง / วัน	ชั่วโมง/ บาท	รวมจำนวน ชั่วโมง	จำนวน คน	วันที่ทำ/ เดือน	รวม
2. ค่าแรงงานทางตรง						
2.1 ค่าแรงงานคนทำ						
สับปรดกว	8	50	8	10	23	92,000
รวมค่าแรงงานทางตรง						92,000

ตารางที่ 3 แสดงต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตสับปรดกวที่ประกอบด้วยถุงมือยาง เครื่องเย็บแม็กช์ ไม้กวสับปรด และถุงบรรจุภัณฑ์

รายการ	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	รวมจำนวนหน่วย	บาท
3. ค่าใช้จ่ายในการผลิต				
3.1 ถุงมือยาง	1 แพ็ค	28	1 แพ็ค	28
3.2 เครื่องเย็บแม็กช์	1 อัน	80	1 อัน	80
3.3 ไม้กวสับปรด	1 อัน	129	5 อัน	645
3.4 ถุงบรรจุภัณฑ์ (7×11 นิ้ว)	1 แพ็ค	46	4 แพ็ค	184
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต				937

วิเคราะห์จุดคุ้มทุน

$$\begin{aligned}
 \text{ยอดขาย} &= \text{ต้นทุนคงที่} + \text{ต้นทุนผันแปร} + \text{กำไรสุทธิ} \\
 80X &= 137,000 + 937 + 0 \\
 80X &= 137,937 \\
 X &= 137,937/80 \\
 &= 1,724.21 \text{ กิโลกรัม}
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จุดคุ้มทุน (ต่อหน่วย) เท่ากับ 1,724.21 กิโลกรัม

$$\begin{aligned}
 \text{จุดคุ้มทุน (บาท)} &= 1,724.21 \times 80 \\
 &= 137,936.80 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จุดคุ้มทุน (บาท) เท่ากับ 137,936.80 บาท

1.3 คุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุก่อนและหลังเข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน สามารถสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเป็นอย่างมากหลังจากได้เข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

ทั้งด้านรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ความสะดวกในการเดินทาง และมีความสุขในการใช้ชีวิตและการทำงานโดยสามารถแยกเป็นรายคนดังนี้

1. นางปราณี รุ่นกลุ่ม

ก่อนเข้ามาทำ

มีอาชีพขายสับปะรดบางวันก็ขายได้ บางวันก็ขายไม่ได้ วันที่ขายไม่ได้ก็นำสับปะรดมากวนขายเพื่อให้มีรายได้เสริม แต่ก็ยังมีรายได้ไม่พอค่าใช้จ่าย

หลังเข้ามาทำ

มีรายได้ที่มั่นคงมากขึ้น ขายในที่ประจำไม่ต้องเดินทางไปไกลประหยัดค่าใช้จ่ายขึ้น

2. นางขวัญใจ บัวรุ่งหิรัญย์

ก่อนเข้ามาทำ

ทำงานรับจ้างทั่วไปแต่ลำบากในเรื่องของการเดินทาง เพราะที่ทำงานอยู่ไกล ประกอบกับรายได้ต่อเดือน เดือนละ 5,750 บาท ซึ่งไม่พอกับค่าใช้จ่ายในแต่ละวัน

หลังเข้ามาทำ

ได้ทำงานใกล้บ้านสามารถเดินทางโดนรถจักรยานได้ สามารถกลับไปกินข้าวที่บ้านได้ซึ่งประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้นไปอีก และรายได้ตอนเดือนก็เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายอีกด้วย

3. นางสุดารัตน์ เกตุเมือง

ก่อนเข้ามาทำ

ทำงานประจำแต่ลำบากเรื่องการเดินทาง เนื่องจากไกลจากบ้านทำให้ต้องตื่นแต่เช้า และกลับเวลาเย็น รายได้ก็มีเท่า ๆ รายจ่ายจึงมีเงินเก็บสำรองไม่มากนัก

หลังเข้ามาทำ

ได้ทำงานใกล้บ้าน มีรายได้ที่มากกว่าค่าใช้จ่าย ทำให้มีเงินเก็บเพียงพอไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน

4. นางอรรรณ พรมนา

ก่อนเข้ามาทำ

เก็บผักที่ปลูกไว้拿去ขายได้วันละ 200-300 บาท บางวันก็ขายได้ 50-100 บาท ซึ่งมีรายจ่ายมากกว่ารายได้

หลังเข้ามาทำ

มีรายได้ที่มั่นคงมากขึ้นเพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน การเดินทางก็ใกล้บ้าน และรู้สึกมีความสุขมากขึ้นที่ได้มีเพื่อนร่วมงาน

5. นางสาวกร รอดจากทุกข์

ก่อนเข้ามาทำ

เปิดร้านเย็บผ้าบางอาทิตย์ก็ไม่มีลูกค้าเลย แต่ยังมีลูกที่ช่วยส่งเงินมาในแต่ละเดือนทำให้ยังมีรายได้อยู่บ้าง

หลังเข้ามาทำ

มีรายได้ที่มั่นคงได้ทำงานใกล้บ้าน และยังเย็บผ้าเป็นอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้อีกด้วย



6. นางสาวภาพ พุ่มพวง

ก่อนเข้ามาทำ

มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้เดือนละ 6,900 บาท ซึ่งมีรายจ่ายมากกว่ารายได้ รายจ่ายที่มากที่สุดจะเป็นค่าน้ำมันในการเติมน้ำมันรถ รองลงมาคือค่ากิน และอื่น ๆ

หลังเข้ามาทำ

มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ประหยัดค่าน้ำมันในการเดินทางเพราะไม่ต้องเดินทางไกล เหมือนแต่ก่อน และรู้สึกมีความสุขมากขึ้นเพราะทุกคนที่ทำสับปะรดกวนเป็นคนที่อภัยภัยดีทุกคน

7. นายวิษณุ เกตุเมือง

ก่อนเข้ามาทำ

ทำอาชีพขนส่งน้ำในตำบลขายตนเอง แต่เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 (โควิด-19) ทำให้กิจการขนส่งน้ำต้องปิดตัวลง ตนจึงเป็นคนว่างงาน

หลังเข้ามาทำ

มีรายได้ที่มากขึ้น ทำให้มีเงินเก็บไว้สำรองจ่ายมากขึ้น

8. นายวิรัตน์ สัตย์เชื้อ

ก่อนเข้ามาทำ

มีอาชีพรับจ้างทั่วไป แต่ยังมีรายได้ไม่มากพอต้องกู้ยืมมาใช้จ่ายในแต่ละเดือน ความสุขในแต่ละวัน เพราะต้องคอยคิดว่าเอาเงินที่ไหนไปส่งให้กับเงินที่กู้มา

หลังเข้ามาทำ

มีรายได้ที่เพียงพอสามารถนำไปจ่ายหนี้สินที่กู้มามีเงินเก็บเล็กน้อยไว้ใช้จ่ายฉุกเฉิน

9. นายสุวิชัย วงแหวน

ก่อนเข้ามาทำ

ทำอาชีพขับรถส่งของของบริษัทหนึ่งมีรายได้เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายแต่เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 (โควิด-19) ทำให้บริษัทต้องปิดคนออกตนจึงเป็นคนว่างงาน

หลังเข้ามาทำ

ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำงาน มีรายได้ที่มากกว่าค่าใช้จ่ายมีเงินเก็บที่มากขึ้น

10. นายสามารถ นวมพรม

ก่อนเข้ามาทำ

รับสับปะรดมากวนขาย แต่ได้กำไรไม่มากนัก เมื่อนำมาเทียบกับต้นทุนที่ซื้อเพราะไม่ได้ซื้อเยอะมากนักผู้ส่งสับปะรดจึงไม่ได้คิดราคาส่งให้ และไม่พอกับค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน

หลังเข้ามาทำ

มีรายได้ที่มั่นคงมากขึ้น ขยายในที่ประจำไม่ต้องเดินทางไปไกลประหยัดค่าใช้จ่ายขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดสรุปคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับประรดกว่น

1.4 ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตทางด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสิ่งแวดล้อมโดยอยู่ในระดับมากทุกข้อ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจทางด้านชีวิตความเป็นอยู่ ด้านความมั่นคงในอาชีพ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม โดยอยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับประรดกว่น



ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	4	40.00
1.2 หญิง	6	60.00
รวม	10	100.00
2. อายุ		
2.1 40 ปี ขึ้นไป	10	100.00
รวม	10	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ปวช.	2	20.00
3.2 ปวส./อนุปริญญา	8	80.00
รวม	10	100.00
4. ระยะเวลาการทำงาน		
4.1 0-5 ปี	1	10.00
4.2 6-10 ปี	6	60.00
4.3 11-15 ปี	2	20.00
4.4 15 ปี ขึ้นไป	1	10.00
รวม	10	100.00
5. ภูมิลำเนาอำเภอเมืองเพชรบุรี		
5.1 ชะอำ	10	100.00
รวม	10	100.00
6. ฝายงาน		
6.1 สมาชิกที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน	10	100.00
รวม	10	100.00
7. รายได้ต่อเดือน		
7.1 5,000-10,000 บาท	10	100.00
รวม	10	100.00
8. ค่าใช้จ่ายต่อเดือน		
8.1 5,000-10,000 บาท	10	100.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 40 ปี ขึ้นไป ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. รองลงมาเป็นระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ/ปวช. ระยะเวลาการทำงานส่วนใหญ่เป็นช่วง 6-10 ปี รองลงมาเป็นช่วง 11-15 ปี ช่วง 0-5 ปี และ 15 ปี ขึ้นไป ภูมิลำเนาอำเภอเมืองเพชรบุรี ด้านฝายงานสมาชิกที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน รายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายต่อเดือน 5,000-10,000

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต เป็นรายด้านของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านร่างกาย	4.93	0.14	มาก
2. ด้านจิตใจ	4.97	0.10	มาก
3. ด้านสิ่งแวดล้อม	5.00	0.00	มาก
โดยรวม	4.24	0.39	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน มีความเห็นเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต เป็นรายด้านของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย

จากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจิตใจ และด้านร่างกาย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อการทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อการทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนเป็นรายด้าน

ความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำ ผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านชีวิตความเป็นอยู่	5.00	0.00	มาก
2. ด้านความมั่นคงในอาชีพ	5.00	0.00	มาก
3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม	5.00	0.00	มาก
โดยรวม	5.00	0.00	มาก



จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อการทำผลิตภัณฑ์สับประรดกวนเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกข้อดังนี้

ด้านชีวิตความเป็นอยู่ ด้านความมั่นคงในอาชีพ และด้านความสัมพันธ์ทางสังคม

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน คุณภาพชีวิตและความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับประรดกวน ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ต้นทุนและผลตอบแทนการทำผลิตภัณฑ์สับประรดกวน มีต้นทุนรวมเท่ากับ 137,930 บาทต่อเดือน ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรงคิดเป็น 45,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ สับประรด 40,000 บาท น้ำตาลทราย 5,000 บาท ค่าแรงงานทางตรง 92,000 บาทต่อเดือน ประกอบด้วย

คนทำสับประรดกวน 46,000 บาท และค่าแรงงานคนใส่บรรจุภัณฑ์ 46,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่าย

ในการผลิตสับประรดกวนทั้งหมด 937 บาทต่อเดือนประกอบด้วย ถู่มือยาง 28 บาท เครื่องเย็บแม็กซ์ 80 บาท ไม้กวนสับประรด 645 บาท ถูบรรจุภัณฑ์ 184 บาท อัตราผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์สับประรดกวน ขายสับประรดกวนได้ 8,000 กิโลกรัมต่อเดือน ราคาขายกิโลละ 80 บาท เท่ากับ 640,000 บาท ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่ากับ 137,937 บาท จะได้ผลตอบแทนเท่ากับ 502,063 บาท

ต่อเดือน และสอดคล้องกับงานวิจัยของธนยา พร้อมมูล (2559, น.7) ได้ศึกษา งานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกสับประรดกรณีศึกษาเกษตรกร รายย่อย ตำบลห้วยทรายเหนือ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบุรี พบว่า 1. การลงทุนปลูกสับประรด ของเกษตรกรรายย่อยให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับการลงทุนในทุกขนาดของการเพาะปลูก 2. ปัญหาหลักในการปลูกสับประรดโดยส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปุ๋ยเคมีราคาสูง และน้ำ 3. การผลิตของไร่ขนาดใหญ่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะมีระยะเวลาคืนทุนเร็ว และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการสูงเป็นไปตามหลักของการประหยัดขนาดและ 4. ผลจากวิเคราะห์ความอ่อนไหวสะท้อนว่าในกรณีที่มีรายได้ลดลง 10% หรือต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% การลงทุนก็ยังคงมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนในทุกขนาดของการเพาะปลูกในขณะที่ไร่ ขนาดใหญ่ยังคงมีผลตอบแทนภายในโครงการสูงที่สุดผลดังกล่าวตีความได้ว่าเกษตรกรควร พิจารณาลงทุนในไร่ที่มีขนาดใหญ่หรือรวมตัวกันทำไร่ให้มีขนาดใหญ่ขึ้น

2. คุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุก่อนและหลังเข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับประรดกวน ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากหลังจากได้เข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับประรด กวน ทำให้ผู้สูงอายุมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ความสะดวกในการเดินทาง และมีความสุขในการ ใช้ชีวิตและการทำงานและสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทราภรณ์ ดวงเรือง (2563) พบว่า การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุของเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า 1. ด้าน การสนับสนุนทางสังคม

มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุของเทศบาลนครนนทบุรีในระดับสูง การที่เทศบาลจัดสวัสดิการ การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ 2. ด้านการจัดการสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุของเทศบาลนครนนทบุรีในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงมีการขยายตัวของเมืองเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เทศบาลมีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการสภาพแวดล้อมในชุมชนให้มีความปลอดภัยและมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ 3. ด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุของเทศบาลนครนนทบุรีในระดับปานกลาง เนื่องจากเทศบาลได้ให้ความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมที่ผู้สูงอายุ ได้พบปะพูดคุยและสามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและแสดงความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

3. กลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลคุณภาพชีวิตโดยรวม ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ท่านมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง มีแรงที่สามารถทำงานหาเงินได้หรือทำกิจกรรมประจำวันได้ด้วยตัวเอง ไม่ต้องพึ่งพาใคร การทำงานได้ด้วยตนเองทำให้ผู้สูงอายุภาคภูมิใจ สามารถไปไหนมาไหนได้ด้วยตนเอง ทำกิจกรรมต่าง ๆ มีเงินเพียงพอที่จะซื้ออาหารหรือข้าวของเครื่องใช้ประจำวันในยามที่ต้องการ ด้านจิตใจ ผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนมีความสุข เป็นหนึ่งในมิติของการมีคุณภาพที่ดีของผู้สูงอายุ ความสุขของผู้สูงอายุที่การได้ทำงานหาเงิน การพบปะกับผู้ร่วมงาน แลกเปลี่ยนพูดคุยกัน การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี และการที่ได้กิจกรรมร่วมกันกับผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ทำให้มีความสุขด้านจิตใจ และด้านสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตในการทำงานของกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ผู้สูงอายุมีความเป็นอิสระและปลอดภัยสามารถทำอะไรได้ตามที่ตนเองต้องการ และมีความมั่นคงในชีวิต และยังมีสิ่งคมนาถมที่สะดวกต่อผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิธิภัทร ชิดานนท์ (2563) พบว่า คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในสังคม หมายถึง ความพึงพอใจในการดำรงชีวิต การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของบุคคล ประกอบด้วยทั้งหมด 4 ด้านคือร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และ ด้านสิ่งแวดล้อมด้านร่างกาย (Physical domain) คือ การรับรู้สภาพทางด้านร่างกายของบุคคล ซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน การรับรู้สภาพความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย การรับรู้ถึงความรู้สึกสุขสบายไม่มีความเจ็บปวดการรับรู้ถึงพลังกำลังในการดำเนินชีวิตประจำวันด้านจิตใจ (Psychological domain) คือ การรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเอง เช่น การรับรู้ความรู้สึกทางบวกที่บุคคลในชุมชนมีต่อตนเอง การรับรู้ภาพลักษณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองด้านสังคม (Social relationships) คือ การรับรู้เรื่องความสัมพันธ์ของตนกับบุคคลอื่น การรับรู้ถึงการที่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นการรับรู้เกี่ยวกับการทำสิ่งที่มีประโยชน์และการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) คือการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในชุมชน เช่น การรับรู้ว่าตนมีชีวิตรอยู่อย่างอิสระไม่ถูกกักขังมีความปลอดภัยและความมั่นคงของชีวิต การรับรู้ว่าได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีปราศจากมลพิษต่าง ๆ การคมนาถมสะดวก

4. ความพึงพอใจของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อการทำสับปะรดกวน ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากที่ได้เข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน เพราะทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพ



ชีวิตที่ดีขึ้นเป็นอย่างมากหลังจากได้เข้ามาทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ทั้งด้านรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ความสะดวกในการเดินทาง และมีความสุขในการใช้ชีวิตและการทำงานและสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิพัฒน์ มีเถื่อน (2562) พบว่าพนักงานบริษัท ฮันนี่ เวลล์ อีเล็คทรอนิค แมธิเรียลส์ (ประเทศไทย) จำกัดมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าพนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือด้านความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าในอาชีพ รองลงมาคือด้านนโยบายและการบริหาร ด้านบังคับบัญชา ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ด้านรายได้และสวัสดิการและอันดับสุดท้ายคือ ด้านการยอมรับนับถือและความรู้สึกในผลสำเร็จอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุงาน และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพนักงานที่มีระดับการศึกษาและสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 กลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเป็นอย่างมากภายหลังเข้ามาทำที่ร้านสมถทัยเช่นความสะดวกในการเดินทางความสุขในการทำงาน

1.2 ร้านสมถทัยได้รับการคิดต้นทุน และผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ว่ามีกำไร-ขาดทุนเพิ่มขึ้นหรือลดลง

1.3 พ่อค้าคนกลางที่ขายส่งสับปะรด มีรายได้จากร้านสมถทัยเป็นประจำทุก ๆ เดือน เพราะร้านสมถทัยไม่ได้ผลิตสับปะรดกวนเดือนเว้นเดือน แต่ผลิตทุกเดือน

1.4 คณะผู้วิจัย ได้ประโยชน์ในการรับรู้ส่วนประกอบและวิธีการทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน และคณะผู้วิจัยยังได้รับความรู้ในการคิดต้นทุนและผลตอบแทนเบื้องต้นให้กับร้านสมถทัย

1.5 ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนจะได้สินค้าที่อร่อยและสินค้ามีคุณภาพ ราคาสมเหตุสมผล

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของร้านสมถทัย ในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น กล้วยกวน พุทรา กวน พุทราแห้ง และกล้วยอบแห้ง สามารถคิดต้นทุนเปรียบเทียบของแต่ละผลิตภัณฑ์ของร้านสมถทัยกับร้านอื่น ๆ เป็นต้น

2.2 การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยคิดต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนได้เพียง 1 เดือนเท่านั้น สามารถต่อยอดได้โดยการคิดต้นทุนและในตอบแทนในระยะเวลาที่มากกว่า 1 เดือนขึ้นไป

2.3 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีต่อกลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน เช่น ขวัญกำลังใจในการทำงานหรือโบนัสรายปี เพื่อให้กลุ่มผู้สูงอายุที่จัดทำผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนมีแรงกระตุ้นในการทำงานมากยิ่งขึ้น หรือให้สามารถ

ประสบความสำเร็จจากผลการทำงานต่อไป

2.4 ควรเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมเป็นการสอบถามแบบเชิงลึกอย่างละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่ครบถ้วน ละเอียด และชัดเจนมากขึ้น

2.5 ควรให้ความรู้และแนวทางการศึกษาในการลดต้นทุนของวัตถุดิบ และแนวทางการขยายของกลุ่มลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์ของสับปะรดกวนให้มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยโครงการวิจัยมูลฐานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญใจ ทองศรี. (2564). คุณภาพชีวิตที่ดีตามแนวพุทธจิตวิทยา. <https://so03.tcithaijo.org/index.php/human/article/download/254326/171887/942874>.
- ขวัญใจ บัรุ่มหิรัญย์เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, อติรัตน์ รัตนสนธิ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์. (2560). ทฤษฎีต้นทุนและต้นทุนการผลิต. <http://mim12bibilham.blogspot.com>
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 10. ไทยเนรมิตกิจอินเตอร์ โปรเกรสซิฟ.
- ชนยา พร้อมมูล. (2559). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกสับปะรด กรณีศึกษาเกษตรกรรายย่อย ตำบลห้วยทรายเหนือ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. https://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/950/fulltext_thesis_20.pdf.
- นิธิภัทร ชิดานนท์. (2563). คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลเสม็ด อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/60920286.pdf.
- นภาพร นิลาภรณ์กุล. (2562). ต้นทุนและผลตอบแทนในการเพาะเลี้ยงจิ้งหรีดเชิงพาณิชย์. <file://kenshinbkh.pdf>
- ปราณี รุ่งกลุ่ม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, อติรัตน์ รัตนสนธิ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- พัชรี ภูมาลี. (2560). สภาพการผลิตและการการตลาดสับปะรดของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร. https://kukr.lib.ku.ac.th/kukr_es/index.php/kukr/search_detail/result.
- พิพัฒน์ มีเถื่อน. (2562). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท ฮันนี่ เวิลด์ อีเล็คทรอนิกส์ แมธิเรียลส์(ประเทศไทย) จำกัด. https://mis.krirk.ac.th/library_text/MBA/2562/F_Pipat_Meetaun.pdf.



- ภัทรารักษ์ ดั่งเรื่อง. (2563). การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุของเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/2124>.
- มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2551). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม. <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>.
- วิรัตน์ สัตย์เชื้อเป็นผู้ให้สัมภาษณ์, จิตรัตน์ รัตนสนธิ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- วิชณู เกตุเมืองเป็นผู้ให้สัมภาษณ์, จิตรัตน์ รัตนสนธิ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- สาคร รอดจากทุกข์เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุรรัตน์ หอมกลิ่น เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- สามารถ นวมพรมเป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธัญญวิทย์ มุธุสิทธิ์ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- สุดารัตน์ เกตุเมืองเป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธัญญวิทย์ มุธุสิทธิ์ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- สุภาพ พุ่มพวงเป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุรรัตน์ หอมกลิ่น เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- สุวิชัย วงแหวนเป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุรรัตน์ หอมกลิ่น เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. (2565). โครงการตอนขุนห้วย. <http://km.rdpb.go.th/Knowledge/View/114>.
- อรรวรรณ พรหมนาคาเป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ธัญญวิทย์ มุธุสิทธิ์ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2565.
- SET. (2552). ความหมายผลตอบแทน. <https://www2.set.or.th/set/education/knowledgedetail.do?contentId=544&type=article>.



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting



การศึกษาความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและกฎหมายภาษีของ ประชากรในเขตภาคกลางตอนล่าง 2

The Study of Literacy on Cryptocurrency Investment and Taxation Laws in the Lower Central Region 2

คุณากร คงแก้ว¹, วรณันท์ แขวงเมฆ², นิภาภรณ์ พูลทรัพย์³, พิมพ์ปวีณ์ มะณีวงศ์⁴
Kunakorn Khongkaew¹, Woratan Kwangmek², Nipaporn Phuntrap³, Pimpavee
Maneewong⁴

E-mail: Pimpavee.man@rmutr.ac.th

(Received: 2022-10-04; Revised: 2023-02-22; Accepted: 2023-03-24)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความรู้ความเข้าใจในการจัดเก็บภาษีเรื่องสกุลเงินดิจิทัลของผู้ที่สนใจลงทุน 2) สำรวจผู้ลงทุนในภาคกลางตอนล่าง 2 มีความรู้ความเข้าใจและทัศนคติต่อกฎหมายภาษีของประเทศไทย 3) เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายภาษีของประเทศไทยกับสกุลเงินดิจิทัล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คนจากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกลุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกนในการสุ่มตัวอย่าง และได้รับแบบสอบถามกลับมา จำนวน 285 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ F-test (ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า 1) ข้อมูลเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความเข้าใจ ด้านการนำความรู้ไปใช้ ด้านการวิเคราะห์ ด้านการสังเคราะห์ และด้านการประเมินผล 2) มีข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษี การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและทัศนคติและการตัดสินใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษี และ 3) เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีมียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : สกุลเงินดิจิทัล; ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล; กฎหมายภาษี; ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2

¹⁻³คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

⁴อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

¹⁻³Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.

⁴Bachelor of Accountancy Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.

ABSTRACT

The research study was intended to 1)investigate literacy of cryptocurrency taxation among investors in the Lower Central region 2, 2) explorethe investors' understanding and attitudes towards Thailand's tax laws, and 3) studystudy the relationship between Thailand's tax laws and cryptocurrencies.

The researchers collected data using a questionnaire with cryptocurrency investors in the Lower Central Region 2. A total of 384 investors were drawnas the study sample using the Crazy and Morgan sampling formula, with 285 copies of the questionnaire returned. The data were analyzed by mean, standard deviation, and F-test (ANOVA).

The study found that 1) the investors' literacy on cryptocurrency was at a high level, overall and in each aspect, including knowledge, understanding, knowledge application, analysis, synthesis, and evaluation; 2) in the investors had a high level of understanding of tax laws, both overall and in all aspects including understanding of tax laws, decision in cryptocurrency investment, and the attitudes and decisions of cryptocurrency investors towards tax laws; 3) literacy on tax laws was significant at a statistical level of0.05.

Keywords : Cryptocurrency; Cryptocurrency Investors; Tax Laws; Lower Central Region 2

บทนำ

ในปัจจุบันตลาดการลงทุนได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการคิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน จนส่งผลให้เกิดเป็นนวัตกรรมการเงินรูปแบบใหม่ คือ การใช้สกุลเงินดิจิทัล หรือ คริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) ซึ่งเป็นสกุลเงินใหม่ที่สร้างขึ้นจากกลไกคณิตศาสตร์ที่มีการกำหนดจำนวนไว้อย่างจำกัด เป็นสื่อกลางในการทำธุรกรรมซึ่งใช้วิทยาการเข้ารหัสลับสำหรับรับประกันความถูกต้องของธุรกรรมนั้น เพื่อควบคุมการสร้างหน่วยเงินดิจิทัลเพิ่มและเพื่อยืนยันความถูกต้องของการโอนสินทรัพย์ เป็นเงินดิจิทัลรูปแบบหนึ่ง สกุลเงินใหม่นี้จึงลดการรวมศูนย์ของระบบการชำระเงินผ่านสถาบันการเงิน ทำให้สามารถกระจายไปยังผู้ใช้ในเครือข่ายสกุลเงินนั้น ๆ ได้โดยไม่มีตัวกลาง โดยมีการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) (สำนักราชบัณฑิตยสภา, 2562) ติดตามการเคลื่อนไหวของเงิน ซึ่งการที่ไม่มีตัวกลางจะสามารถป้องกันการปลอมแปลงได้ เนื่องจากการชำระหรือโอนเงินอยู่แค่ภายในเครือข่ายซึ่งมีข้อดีที่รวดเร็ว ต้นทุนต่ำ



และมีความปลอดภัย ซึ่งทำให้นักลงทุนมีความสนใจและมีการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลกันมากขึ้น

นักลงทุนในสกุลดิจิทัลเป็นบุคคลที่ได้มีการนำเงินที่เก็บสะสมไว้ไปซื้อสกุลเงินดิจิทัล เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้นจากการเติบโตของมูลค่าสกุลเงินดิจิทัล โดยบริษัทวิจัยตลาดและสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคระดับโลก อีปซอสส์ ได้เปิดเผยผลสำรวจ ร้อยละ 68 ของประชากรทั้งประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มออนไลน์มีความสนใจในสกุลเงินดิจิทัล โดยเป็นเพราะผลตอบแทนในการลงทุนมีความน่าดึงดูดใจ จากราคาที่เพิ่มขึ้นและการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงของมูลค่า (High volatility) ทำให้การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลให้ผลตอบแทนสูง (Brandbuffet, 2564) ผู้ลงทุนที่เข้ามาสร้างกำไรจากสกุลเงินดิจิทัลก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามอัตราค่าของสกุลเงินดิจิทัลนั้นผันผวนอยู่ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับความต้องการในตลาดซื้อขาย และความเชื่อมั่นถึงอนาคตของสกุลเงินดิจิทัล การใช้สกุลเงินดิจิทัล หรือ คริปโตเคอเรนซี (Cryptocurrency) เพื่อการลงทุนในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก การจัดเก็บภาษีของรัฐบาลให้ถูกต้องและเหมาะสมจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

ประเทศไทยจึงได้มีการออกกฎหมายรองรับ ได้แก่ พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 เพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัลและโทเคนดิจิทัลตามพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 มาตรา 3 และยังมีการออกพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 19) พ.ศ. 2561 แก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากรที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัลและโทเคนดิจิทัลตามมาตรา 40 (4) (ซ), (ฅ) และมาตรา 50 (2) (ฉ) โดยการได้กำไรจากการจำหน่ายจ่าย โอน และแลกเปลี่ยน การได้รับผลตอบแทนจากการถือครองโทเคนดิจิทัล และการขูดเหรียญในสกุลเงินดิจิทัลนั้นต้องเสียภาษีตามประกาศของกรมสรรพากร (พระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร ฉบับที่ 19, 2561) แต่ด้วยอย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดในเรื่องความรู้ความเข้าใจ เนื่องจากกรมสรรพากรยังไม่ได้มีแนวทางปฏิบัติหรือการจัดทำสื่อต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล มีความเข้าใจถูกต้องได้อย่างชัดเจน จึงต้องหาวิธีที่จะทราบถึงความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล โดยการสำรวจและศึกษาจากกลุ่มผู้ลงทุนที่เป็นประชากรภาคกลางตอนล่าง 2

เนื่องจากคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบการปรับปรุงการจัดกลุ่มจังหวัดจำนวน 18 กลุ่มจังหวัด และตามประกาศคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ เรื่อง การจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน 2560 กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จึงประกอบด้วย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีจังหวัดเพชรบุรีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด โดยกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 นั้น มีจุดแข็งเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง อีกทั้งมีพื้นที่ตั้งใกล้กรุงเทพมหานครทำให้สะดวกต่อการเดินทางและระบบคมนาคม และเป็นพื้นที่ในการลงทุนด้วยสกุลเงินดิจิทัลอย่างแพร่หลาย(กลุ่มยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคกลาง, 2561) ซึ่งมีความเหมาะสมในการสำรวจและศึกษา ที่จะทำให้ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการใช้สกุลเงินดิจิทัล

จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษางานวิจัยเรื่องการศึกษาคือ ความรู้ความเข้าใจในการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและกฎหมายภาษีของประชากรในเขตภาคกลางตอนล่าง 2 เพื่อศึกษาและสำรวจว่าผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมีความรู้ความเข้าใจมากน้อยเพียงใดเกี่ยวกับภาษี และภาษีมีผลกระทบอย่างไรต่อการตัดสินใจลงทุน ในสกุลเงินดิจิทัลของประชากรในภาคกลางตอนล่าง 2 ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล เช่น ประโยชน์ ความเสี่ยง ความรู้สึก ความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรมโดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและสำรวจจะเป็นโอกาสให้กับผู้ลงทุนนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ในการวางแผนการลงทุนให้เกิดประโยชน์ตรงกับเป้าหมาย และลดข้อผิดพลาดด้านต่าง ๆ ให้น้อยลง เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับผู้ลงทุนมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 การให้ความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมในประเด็น กฎหมายภาษีคริปโตเคอร์เรนซี ทำให้ผู้เสียภาษีสามารถยื่นแบบแสดงรายการและเสียภาษีได้อย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในการจัดเก็บภาษีเรื่องสกุลเงินดิจิทัลของผู้ที่สนใจลงทุน
2. สำรวจผู้ลงทุนในภาคกลางตอนล่าง 2 มีความรู้ความเข้าใจและทัศนคติต่อกฎหมายภาษีของประเทศไทย
3. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายภาษีของประเทศไทยกับสกุลเงินดิจิทัล

บททวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล

ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล หมายถึง บุคคลที่ได้มีการนำเงินที่เก็บสะสมไปซื้อสกุลเงินดิจิทัลเพื่อหวังผลตอบแทนที่สูงขึ้นจากการเติบโตของมูลค่าสกุลเงินดิจิทัล รวมถึงผู้ลงทุนด้วยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการชุดเหรียญสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งได้รับผลตอบแทนเป็นรางวัลจากการชุดเหรียญสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมีด้วยกัน 2 ประเภท คือ 1) ลงทุนโดยการซื้อจากตลาด ขายเหรียญดิจิทัล 2) ลงทุนโดยการทำฟาร์มชุดเหรียญดิจิทัล หรือเรียกว่าการชุดเหมือง (กรุงศรีเฟลนเฟลน, 2564) ซึ่งเมื่อผู้ลงทุนมีรายได้จากการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล จึงต้องเสียภาษีตามกฎหมายแต่ถ้าผู้ลงทุนไม่ทราบว่าต้องเสียภาษีอย่างไรจะก่อให้เกิดความเสี่ยงที่จะทำผิดกฎหมายโดยไม่ตั้งใจได้จึงควรศึกษาเรื่องกฎหมายภาษีที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัลประกอบด้วยเช่นกัน

แนวคิดเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล

เงินตราเข้ารหัสลับเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางในการทางธุรกรรม ซึ่งใช้วิทยาการเข้ารหัสลับสำหรับรับประกันความถูกต้องของธุรกรรมนั้น เพื่อควบคุมการสร้าง



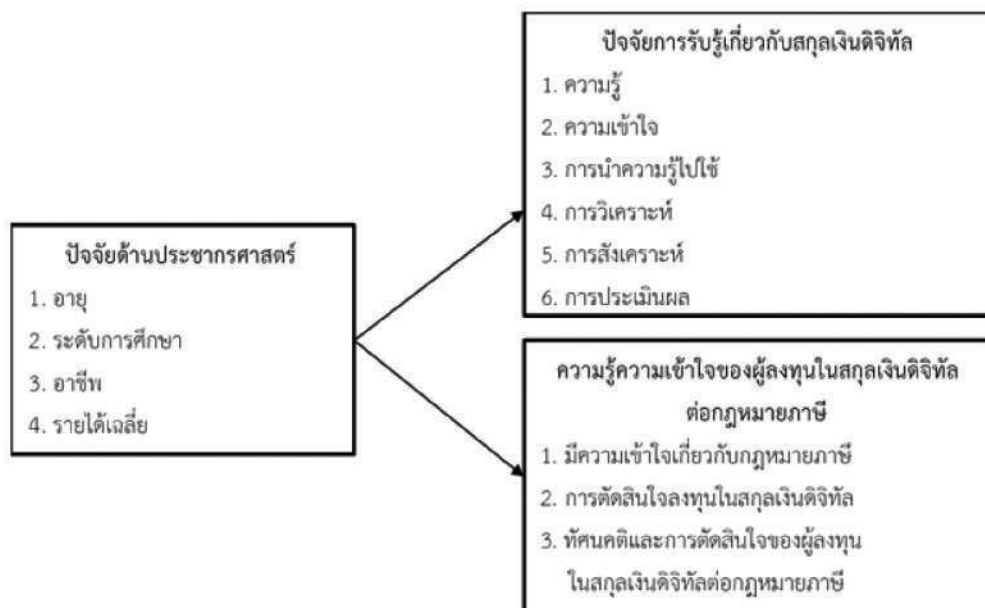
หน่วยเงินดิจิทัลเพิ่ม และเพื่อยืนยันความถูกต้องของการโอนสินทรัพย์ เป็นเงินดิจิทัลรูปแบบหนึ่งที่ควบคุมโดยกระจายศูนย์กลางผ่านบล็อกเชน ซึ่งประเภทของสกุลเงินดิจิทัลที่ใช้ลงทุนในประเทศไทยมีดังต่อไปนี้ (อธิการ ธีรวิริยพล, 2565 : ออนไลน์) 1) สกุลเงินดิจิทัล Bitcoin 2) สกุลเงินดิจิทัล Bitcoin Cash 3) สกุลเงินดิจิทัล Ethereum 4) สกุลเงินดิจิทัล Ethereum Classic 5) สกุลเงินดิจิทัล Litecoin 6) สกุลเงินดิจิทัล Ripple 7) สกุลเงินดิจิทัล Stellar XLM โดยสกุลเงินดิจิทัลเหล่านี้เป็นสินทรัพย์ที่ผู้ลงทุนได้ทำการซื้อและถือไว้เพื่อขายออก ในช่วงเวลาที่ราคาเหมาะสมซึ่งได้กำไรจากการขาย

แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายภาษี

กฎหมายภาษี หมายถึง กฎเกณฑ์ คำสั่งหรือข้อบังคับที่ถูกตั้งขึ้นโดยรัฐหรือผู้มีอำนาจสูงสุด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือดำเนินการในการนำเงินตราหรือทรัพย์สินที่ต้องนำส่งให้กับรัฐหรือสถาบันที่มีหน้าที่เทียบเท่ากับรัฐทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล เพื่อนำเงินตราหรือทรัพย์สินที่เก็บได้มาใช้ในการบำรุงผลักดันและสร้างเศรษฐกิจในประเทศ(สุเมธ ศิริคุณโชติ, 2563; กรมสรรพากร, 2565; ยุทธนา ศรีสวัสดิ์, 2560) ซึ่งภาษีที่เกี่ยวข้องกับผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 2) ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย โดยการลงทุนแต่ละแบบจะต้องตรวจสอบว่าเงินได้ของผู้ลงทุนเข้าหลักเกณฑ์เสียภาษีประเภทใดและทำการปฏิบัติเมื่อรู้ว่าเงินได้จากการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเข้าหลักเกณฑ์ใดเพื่อการชำระภาษีที่ถูกต้องตามกฎหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับประชากรภาคกลางตอนล่าง 2

ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดที่จัดตั้งกลุ่มตามประกาศคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ เรื่อง การจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (ฉบับที่ 3) โดยกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดสมุทรสาคร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 25 อำเภอ 217 ตำบล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 4 แห่ง เทศบาล 47 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 168 แห่ง (กลุ่มยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคกลาง, 2561) จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 1,813,677 คน (ประกาศสำนักทะเบียนกลาง, 2564)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 384 คน โดยเปิดตารางของเครชีและมอร์แกนในการสุ่มตัวอย่าง (TSIS Team, 2563) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1.2.1 จำแนกประชากรภาคกลางตอนล่าง 2

1.2.2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ตามอัตราส่วนของประชากรในแต่ละจังหวัด



ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 จำแนกตามอัตราส่วนของประชากรในแต่ละจังหวัด

จังหวัด	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)	ผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)
1. ประจวบคีรีขันธ์	553,171	117	95
2. เพชรบุรี	482,875	102	77
3. สมุทรสงคราม	190,842	40	29
4. สมุทรสาคร	586,789	125	84
รวม	1,813,677	384	285

ที่มา: กลุ่มยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคกลาง, 2561

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (CheckList) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมถึงสกุลเงินดิจิทัลทั้ง 6 ด้าน จำนวน 18 ข้อ ได้แก่ ด้านความรู้ จำนวน 3 ข้อด้านความเข้าใจจำนวน 3 ข้อด้านการนำความรู้ไปใช้ จำนวน 3 ข้อ ด้านการวิเคราะห์ จำนวน 3 ข้อด้านการสังเคราะห์จำนวน 3 ข้อ และด้านการประเมินผลจำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษี ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมถึงความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษี ทั้ง 3 ด้าน จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ มีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษีจำนวน 3 ข้อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลจำนวน 3 ข้อและทัศนคติและการตัดสินใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีจำนวน 3 ข้อ

2.2 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Item Objective Congruence Index : IOC) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านทำการตรวจสอบและวิเคราะห์ เพื่อหาค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา เพื่อนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา ได้เท่ากับ 0.94 โดยค่าที่ยอมรับได้จะต้องมากกว่า 0.5 โดยใช้สูตร (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2551)

ให้คะแนน + 1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน- 1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้นำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

$$\text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์
R แทน คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญ
N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

แทนค่า

$$\text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$
$$= \frac{26+23+27}{3}$$
$$= \frac{76}{3}$$
$$= 25.33$$

นำจำนวนผลรวมเฉลี่ยหารจำนวนข้อคำถาม จำนวน 27 ข้อ

$$\text{IOC} = \frac{25.33}{27}$$
$$\text{IOC} = 0.94$$

เกณฑ์

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความ สื่อสารสนเทศ เอกสารอื่น ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณผ่านการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลกับกฎหมายภาษีของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2



3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน และทำการส่งแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Forms ซึ่งระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ในระหว่างเดือนกันยายน - ตุลาคม 2565 โดยได้รับแบบสอบถามกลับมา จำนวน 285 คนคิดเป็นร้อยละ 74.22 จากจำนวนตัวอย่างที่คัดเลือกทั้งหมด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทีรวบรวมาได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 และ ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล ความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล ความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษี จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยโดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2

ข้อมูลทั่วไปของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	209	73.3
1.2 หญิง	76	26.7
รวม	285	100.0
2. อายุ		
2.1 18-25 ปี	35	12.3
2.2 26-33 ปี	90	31.6
2.3 34-40 ปี	142	49.8
2.4 40 ปีขึ้นไป	18	6.3
รวม	285	100.0
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	171	60.0
3.2 สมรส	92	32.3
3.3 หม้าย/หย่าร้าง	22	7.7
รวม	285	100.0
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ปวช.	3	1.1
4.2 ปวส./อนุปริญญา	16	5.6
4.3 ปริญญาตรี	241	84.6
4.4 ปริญญาโทหรือสูงกว่า	25	8.7
รวม	285	100.0
5. อาชีพ		
5.1 นักเรียน	3	1.1
5.2 นิสิต/นักศึกษา	24	8.4
5.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	89	31.2
5.4 พนักงานบริษัทเอกชน	89	31.2
5.5 ธุรกิจส่วนตัว	68	23.8
5.6 รับจ้างทั่วไป	9	3.2
5.7 แม่บ้าน	3	1.1
รวม	285	100.0
6. รายได้เฉลี่ย		
6.1 น้อยกว่า 5,000 บาท	11	3.9
6.2 5,000-10,000 บาท	22	7.7
6.3 10,001-20,000 บาท	184	64.6
6.4 20,001-30,000 บาท	42	14.7
6.5 มากกว่า 30,000 บาท	26	9.1
รวม	285	100.0



จากตารางที่ 2 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 34-40 ปี รองลงมา 26-33 ปี สถานภาพ โสด รองลงมา สมรส ระดับการศึกษา ปริญญาตรี รองลงมา ปริญญาโทหรือสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท รองลงมา 20,001-30,000 บาท

2. ข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล และความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2

ตารางที่ 3 ข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมและเป็นรายด้านของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2

สกุลเงินดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความรู้	4.00	0.575	มาก
2. ด้านความเข้าใจ	4.00	0.571	มาก
3. ด้านการนำความรู้ไปใช้	4.07	0.539	มาก
4. ด้านการวิเคราะห์	3.92	0.581	มาก
5. ด้านการสังเคราะห์	4.09	0.558	มาก
6. ด้านการประเมินผล	3.94	0.625	มาก
โดยรวม	4.00	0.470	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 มีข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสังเคราะห์ ด้านการนำความรู้ไปใช้ และด้านความรู้

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวม และเป็นรายด้านของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2

ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. มีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษี	4.03	0.642	มาก
2. การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล	4.09	0.498	มาก
3. ทศณคติและการตัดสินใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษี	4.12	0.552	มาก
โดยรวม	4.08	0.458	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 มีข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ทศณคติและการตัดสินใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษี การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล และมีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษี

3. การเปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล และความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอายุแตกต่างกัน (ANOVA)

สกุลเงินดิจิทัล	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p- value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	10.594	3.531	19.051	0.000*
	ภายในกลุ่ม	281	52.087	0.185		
	รวม	284	62.682			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอายุแตกต่างกัน มีข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน (ANOVA)

สกุลเงินดิจิทัล	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p- value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	9.368	3.123	16.459	0.000*
	ภายในกลุ่ม	281	53.313	0.190		
	รวม	284	62.682			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอาชีพแตกต่างกัน (ANOVA)

สกุลเงินดิจิทัล	แหล่งของ	df	SS	MS	F	p-value
	ความแปรปรวน					
	ระหว่างกลุ่ม	6	13.299	2.216	12.478	0.000*
โดยรวม	ภายในกลุ่ม	278	49.383	0.178		
	รวม	284	62.682			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน (ANOVA)

สกุลเงินดิจิทัล	แหล่งของ	df	SS	MS	F	p-value
	ความแปรปรวน					
	ระหว่างกลุ่ม	4	6.046	1.512	7.473	0.000*
โดยรวม	ภายในกลุ่ม	280	56.635	0.202		
	รวม	284	62.682			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีข้อมูลปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอายุแตกต่างกัน (ANOVA)

สกุลเงินดิจิทัล	แหล่งของ	df	SS	MS	F	p-value
	ความแปรปรวน					
	ระหว่างกลุ่ม	3	7.952	2.651	14.424	0.000*
โดยรวม	ภายในกลุ่ม	281	51.642	0.184		
	รวม	284	59.594			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอายุแตกต่างกัน มีข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน (ANOVA)

สกุลเงินดิจิทัล	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p- value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	5.455	1.818	9.437	0.000*
	ภายในกลุ่ม	281	54.139	0.193		
	รวม	284	59.594			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอาชีพแตกต่างกัน (ANOVA)

สกุลเงินดิจิทัล	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p- value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	6	8.013	1.336	7.198	0.000*
	ภายในกลุ่ม	278	51.581	0.186		
	รวม	284	59.594			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน (ANOVA)

สกุลเงินดิจิทัล	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p- value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	4.930	1.232	6.313	0.000*
	ภายในกลุ่ม	280	54.664	0.195		
	รวม	284	59.594			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 12 พบว่า ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 มีข้อมูลเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล และความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก เนื่องจากในช่วงเวลาที่มีการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเริ่มมีกระแสเข้ามาจากข่าวจากสื่อโซเชียลมีเดียหรือสื่ออื่นๆ ทำให้เป็นที่น่าสนใจของประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 และได้ทำการศึกษาสกุลเงินดิจิทัลเหล่านั้นไว้ เมื่อมีความรู้ในสกุลเงินดิจิทัลมากขึ้น และเข้าใจถึงกระบวนการทำงานการเพิ่มมูลค่าของสกุลเงินดิจิทัลเหล่านั้นแล้ว ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 จึงได้นำความรู้ไปใช้ในการวางแผนการลงทุน ใช้ข้อมูลเรื่องประเภทรวมถึงข้อดีและข้อเสียของสกุลเงินดิจิทัลแต่ละชนิดในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับเงินลงทุนที่ได้ลงทุนไป กระแสการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลจึงเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก จากเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาการซื้อขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่เป็นรูปแบบดิจิทัล รวมถึงโอกาสทำกำไรจากการเพิ่มมูลค่าที่สูงในระยะเวลาไม่นาน สอดคล้องกับแนวคิดของ ศุภวารุณกุล และคณะ (2564) กล่าวว่า ด้วยพัฒนาการทางเทคโนโลยีทำให้สินค้าและบริการในตลาดมีรูปแบบเป็นดิจิทัลมากขึ้น กระแสการลงทุนใน “สินทรัพย์ดิจิทัล” (Digital Assets) ได้รับความนิยมและผู้สนใจเข้าไปลงทุนเป็นอย่างมาก เพราะมีความเชื่อว่าจะสามารถสร้างผลตอบแทนได้สูงในเวลาอันรวดเร็ว โดยสินทรัพย์ดิจิทัลที่เป็นที่รู้จักในประเทศไทยมี 2 ประเภท ได้แก่ คริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) และโทเคนดิจิทัล (Digital Token) และเนื่องจากข่าวสารที่ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลได้รับสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจากเพจ Facebook เว็บไซต์และ Youtube จากการสร้างขึ้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือนักลงทุนผู้เชี่ยวชาญที่มากประสบการณ์ที่ยากแบ่งปันความรู้ เพื่อให้ผู้ลงทุนหน้าใหม่ได้เข้ามาศึกษาในเรื่องภาษีที่ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลอาจจะไม่รู้หรือไม่ได้สนใจ และเมื่อสื่อต่าง ๆ ได้เผยแพร่ไปรวมถึงข่าวการเสียภาษี ทำให้ทัศนคติและการตัดสินใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีนั้นเปลี่ยนไปเป็นอย่างมาก รวมถึงมูลค่าสกุลเงินดิจิทัลบางชนิดนั้นลดลงไปจากเดิมจากการที่ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมีความกังวลเมื่อมีการเก็บภาษีจากการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล สอดคล้องกับแนวคิดของ นิตยา ศิลาเลิศ (2562) พบว่าปัจจัยในการลงทุน ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ส่วนปัจจัยแวดล้อมในการลงทุน ด้านสังคมและการเมือง ด้านความเสี่ยง ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล

2. ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอายุแตกต่างกัน มีข้อมูลเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลและความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากในแต่ละช่วงอายุจะมีพัฒนาการทางอารมณ์และพฤติกรรมส่วนบุคคลที่ต่างกัน ตามประสบการณ์การใช้ชีวิต สภาพแวดล้อม การศึกษา และสังคมเช่น ในช่วงอายุ 18-25 ปี เป็นช่วงอายุที่มีความคิดสร้างสรรค์และค้นหาสิ่งใหม่ ซึ่งเป็นช่วงอายุที่เริ่มคิดว่าจะประกอบ

อาชีพอะไรในอนาคต แต่อาจจะไม่ได้เห็นว่าการลงทุนจำเป็นมากนักในบางคน แต่ช่วงอายุ 26-33 ปี 34-40 ปี และ 40 ปีขึ้นไป เป็นช่วงอายุที่ทำงานแล้วซึ่งในบางคนจะมีการวางแผนเกษียณด้วยการออมเงินหรือมีการลงทุน เพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายในอนาคต ทำให้สนใจการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลและไม่ได้สนใจการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล เพราะอยากที่จะเลือกทำสิ่งอื่นที่ไม่มีความเสี่ยงมากนัก เพราะด้วยเรื่องความเสี่ยงของการลงทุนรวมถึงระดับความเสี่ยงที่ประชากรยังไม่สามารถรับได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ อังศุธร ศรีกาญจน์สอน (2562) กล่าวว่า จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการลงทุนของผู้ลงทุนนั้นย่อมมีความแตกต่างออกไปตามแต่ละบุคคลตามความต้องการและภาวะแวดล้อมของตัวเองและเนื่องจากแต่ละช่วงอายุของประชากรจะมีวิธีค้นคว้าข้อมูล กระบวนการคิดวิเคราะห์ และความเข้าใจไม่เหมือนกันตามประสบการณ์การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของผู้ลงทุนแต่ละคนและวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งประชากรในช่วงอายุ 26-33 ปี 34-40 ปี และ 40 ปีขึ้นไปบางส่วน จะทำการลงทุนเพื่อออมเงินไว้เพื่อใช้ในเวลาเกษียณอายุ ส่วนประชากรช่วงอายุ 18-25 ปี ในบางส่วนทำการลงทุนเพื่อเป็นการศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดของนิธยา ศิลาเลิศ (2562) กล่าวว่า การตัดสินใจลงทุน คือ การเลือกลงทุนในสินทรัพย์ที่ดีที่สุดในความต้องการและวัตถุประสงค์ของการลงทุนที่ตั้งเป้าหมายไว้

3. ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีข้อมูลเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล และความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละช่วงระดับการศึกษาจะมีความคิดและความสนใจที่ต่างกัน ตามระดับความรู้ที่ได้รับการสอนจากการศึกษา โดยสถานศึกษาแต่ละที่ไม่เหมือนกัน รวมถึงประสบการณ์ในการเรียนและศึกษาของประชากรที่มีไม่เท่ากัน ทำให้ความสนใจในสกุลดิจิทัลไม่ได้ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งประชากรบางส่วนนั้นได้ศึกษาจบและประกอบอาชีพแล้ว หรือบางส่วนที่กำลังศึกษา จากการที่ยังไม่มีรายได้หลัก ทำให้แหล่งเงินทุนมีความแตกต่างกันมากและคิดว่าการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลยังไม่จำเป็นมากนัก สอดคล้องกับแนวคิดของ ภิญญาพัชญ์ นาแหลม (2564) กล่าวว่า ความจำเป็นของผู้ลงทุนอาจแตกต่างกัน เช่น ความจำเป็นด้านการเงิน ความรู้สึกและจิตใจ เน้นอนสิ่งสำคัญที่สุดที่กระตุ้นหรือขับเคลื่อนให้เกิดการลงทุนคือกำไร อาจเก็บเงินไว้ใช้ในภายภาคหน้า หรือเพื่อการศึกษา และเนื่องจากประชากรในแต่ละระดับการศึกษามีระดับการรับรู้และเรียนรู้ที่ไม่เท่ากัน รวมถึงสาขาที่ได้ศึกษา อีกทั้งปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารที่ประชากรบางกลุ่ม อาจจะไม่ได้รับรู้เรื่องกฎหมายภาษีเพราะเป็นเรื่องใหม่ และการประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพากรยังไม่ทั่วถึง หรือประชากรบางส่วนที่ได้รับรู้ข่าวสารแล้วได้เกิดความวิตกกังวลว่าจะมีผลกระทบต่อการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลจนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน สอดคล้องกับแนวคิดของศุภรา วรรณกุล, นริศรา ชมชื่น, ภาณุพงษ์ ฉลาดดี (2564) พบว่า ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการลงทุนและลักษณะความเสี่ยงในการลงทุนที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการเสียภาษีสินทรัพย์ดิจิทัลที่ต่างกัน

4. ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีข้อมูลเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลและความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากรายได้ของอาชีพต่าง ๆ นั้นไม่เท่ากันโดยเฉพาะประชากรที่เป็นนักเรียน นิสิต/นักศึกษาบางส่วนที่ไม่มีรายได้หลัก ไม่มีแหล่งเงินทุนมากพอที่จะลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล



จึงไม่ได้สนใจที่จะทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อการลงทุนแต่อย่างใด เพราะไม่ได้มีความจำเป็นมากนัก แต่สำหรับผู้ประกอบอาชีพและมีรายได้หลักบางส่วนมีเงินทุนสำหรับการลงทุนเพื่อเป็นการวางแผนเกษียณในอนาคตจึงได้ทำการค้นหาข้อมูลประกอบการลงทุน สอดคล้องกับแนวคิดของ พรารณาวารี มุฮัมหมัดอัลคอลเลซ (2563) พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพนิต/นักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างน้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ ทำให้ความสามารถในการตัดสินใจค่อนข้างจำกัด เพราะมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ และเนื่องจากจำนวนชั่วโมงในการทำงานแต่ละอาชีพมีจำนวนไม่เท่ากัน โดยประชากรบางส่วนประกอบอาชีพที่มีจำนวนชั่วโมงในการทำงานต่อวันไม่มากนัก จะมีเวลาในการค้นหาข้อมูลข่าวสารเรื่องภาษี และใช้เวลาทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีได้มากกว่าประชากรที่ประกอบอาชีพใช้เวลาเยอะกว่า นอกจากปัจจัยด้านเวลาแล้วนั้นยังมีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการประกอบอาชีพที่บางอาชีพทำงานเกี่ยวข้องกับภาษีทำให้รับรู้เรื่องกฎหมายภาษีในขณะที่ทำงานได้ หรือนักศึกษาที่มีเวลาในการค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตหรือแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากกว่าอาชีพอื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ อังศุธร ศรีกาญจนสอน (2562) เหตุผลในการซื้อขายหลักทรัพย์มาจากข้อมูลอินเทอร์เน็ต และให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยพื้นฐาน ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะการเมือง และความเสถียร

5. ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีข้อมูลเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลและความรู้ความเข้าใจของผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลต่อกฎหมายภาษีโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากความสามารถและความพร้อมต่อการลงทุนไม่เท่ากัน ถ้ามีรายได้เฉลี่ยมากความสามารถและโอกาสในการลงทุนจะมากกว่าประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยน้อย ตามข้อจำกัดเรื่องมูลค่าสินทรัพย์ของประชากรแต่ละคน รวมถึงความจำเป็นในการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลที่มีความเสี่ยงสูงมากกว่าการลงทุนอื่น ทำให้ประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยจึงไม่ได้ตัดสินใจลงทุนและหาข้อมูลความรู้ในเรื่องสกุลเงินดิจิทัล สอดคล้องกับแนวคิดของ ภิญญาพัชญ์ นาแหลม (2564) กล่าวว่า ความจำเป็นของผู้ลงทุนอาจแตกต่างกัน เช่น ความจำเป็นด้านการเงิน ความรู้สึกและจิตใจ แน่ใจในสิ่งสำคัญที่สุดที่กระตุ้นหรือขับเคลื่อนให้เกิดการลงทุนคือกำไร อาจเก็บเงินไว้ใช้ในภายภาคหน้า หรือเพื่อการศึกษา และเนื่องจากรายได้เฉลี่ยที่ไม่เท่ากันส่งผลให้อุปสงค์และเงินลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของประชากรไม่เหมือนกัน ซึ่งผู้ที่มีรายได้น้อยและไม่ถึงเกณฑ์การชำระภาษีไม่ได้เห็นว่าการชำระภาษีมีความจำเป็นมากนัก จึงไม่มีการยื่นแบบแสดงรายการการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายภาษีในสกุลเงินดิจิทัลอย่างจริงจังเท่ากับผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ที่รายได้เฉลี่ยสูง ซึ่งมีความจำเป็นในการคำนวณและชำระภาษีเพราะมีความกังวลเรื่องของการทำผิดกฎหมายและการเก็บภาษีย้อนหลังในกรณีที่ละเลยหน้าที่การชำระภาษี สอดคล้องกับแนวคิดของ ศุภรา วรณกุล และคณะ (2564) พบว่า ระดับการศึกษา รายได้สุทธิต่อปี และอาชีพที่แตกต่างกันมีความรู้และความเข้าใจด้านการคำนวณภาษีที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ คือ 1) ประชากรภาคกลางตอนล่าง 2 ควรจัดทำสื่อหรือทำการจัดอบรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเพื่อให้ปัจจัยการรับรู้ข้อมูลกับความรู้ความเข้าใจไม่แตกต่างกันและเป็นการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลและความรู้ความเข้าใจ 2) นักศึกษา ควรนำความรู้เรื่องและข้อควรระวังในการลงทุน มาปรับใช้เพื่อเริ่มทำการออมเงินด้วยการลงทุน โดยถึงจะมีความเสี่ยงแต่ถ้ามีการควบคุมและการจัดการที่ดีจะสามารถรับผลตอบแทนในระยะยาวได้ 3) ผู้ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล สามารถนำไปปรับปรุงแผนกลยุทธ์ในการลงทุนและทำการบันทึกจำนวนเงินที่ลงทุนไปรวมถึงผลตอบแทนที่ได้รับเพื่อจะได้ทราบผลกำไร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป คือ 1) ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร ซึ่งทำให้งานวิจัยมีประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น 2) ควรศึกษาสกุลเงินดิจิทัลที่นิยมลงทุน ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ลงทุนเลือกลงทุน และผลตอบแทนที่ได้จากสกุลเงินดิจิทัลเหล่านั้น เพื่อเป็นข้อมูลที่ทำให้ทราบว่าสกุลเงินชนิดใดเป็นที่นิยมและสร้างผลตอบแทนได้มากที่สุด ซึ่งเป็นแนวทางให้กับผู้ลงทุนหน้าใหม่ได้ตัดสินใจเลือกลงทุนและศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม 3) ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเสียภาษีสกุลเงินดิจิทัล เพื่อที่จะนำมาใช้ในการให้คำแนะนำในการเสียภาษีให้ถูกต้องครบถ้วนมากขึ้น หรือเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการชำระภาษีให้ดีขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยโครงการวิจัยมูลฐานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2565). คำแนะนำการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาคริปโทเคอร์เรนซี โทเคนดิจิทัล. https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/lorkhor/information/crypto.
- กรุงศรีเพลินเพลิน. (2564). มือใหม่อยากลงทุนใน Bitcoin ต้องเตรียมตัวยังไง. <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/bitcoin>.
- กลุ่มยุทธศาสตร์การพัฒนากาตกลาง. (2561). แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2. <http://www.osmcentral-s2.moi.go.th>.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 10). ไทยเนรมิตกิจอินเตอร์ โพรเกรสซิฟ.
- นิตยา ศิลาลีส. (2562). การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของประชากรกรุงเทพมหานคร. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin92/6214154741.pdf>.
- ประกาศสำนักทะเบียนกลาง. (2564). จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร. https://stat.bora.dopa.go.th/stat/pk/pk_64.pdf.
- ปรารถนาอารี มุฮัมหมัดอัลโคลเลซ. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/930/1/g61113031.pdf>.
- พระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร ฉบับที่ 19(2561). แก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากรที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัลและโทเคนดิจิทัล. <http://www.ratchakitcha.soc.go.th033/71.PDF>.
- ภิญญาพัชญ์ นาแหลม. (2564). แรงจูงใจและพฤติกรรมในการใช้สกุลเงินในรูปแบบดิจิทัลของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสกุลเงินบิทคอยน์. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/214070104.pdf>.
- มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (2551). การหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC). <https://www.mcu.ac.th/article/detail>.
- ยุทธนา ศรีสวัสดิ์. (2560). ภาษีคืออะไร. <https://www.itax.in.th/pedia>.
- ศร้าว รุณกุล, นริศราชมชื่น และกาญจน์ ฉลาดดี. (2564). การศึกษาความรู้ความเข้าใจและทัศนคติเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้สนใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล. <https://so05.tci-thaijo.org/index>.
- สำนักราชบัณฑิตยสภา. (2562). Cryptocurrency. <https://web.facebook.com/Ratchabandit Thai/photos>.
- สุเมธ ศิริคุณโชติ. (2563). ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร 2563. (พิมพ์ครั้งที่ 2). หจก. เรือนแก้วการพิมพ์.
- อธิการ ถิรวินัยพล. (2565). ประเภทของสกุลเงินดิจิทัลที่ใช้งานในประเทศไทยที่ต้องตามกฎหมาย. <https://www.fillgoods.co/online-biz/no-shop-what-is-digital-currency>.



- อังศุธร ศรีกาญจน์สอน. (2562). การจัดกลุ่มผู้ลงทุนไทยตามพฤติกรรมการลงทุนใน *Bitcoin*. <https://repository.nida.ac.th>.
- Brandbuffet. (2564). เปิดผลสำรวจ “อিপซอสส์” คนไทยทุกวัยสนใจ Bitcoin แม้เสี่ยงสูง แต่ทำกำไรเร็ว “รุ่นใหม่” ลงทุนสูงสุด. <https://www.brandbuffet.in.th>.
- TSIS Team. (2563). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูป. <https://www.thetsis.com/post/research>.



ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจ
ในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้
Causal Relationship of Attitude and Satisfaction Influencing
Willingness to Use Accounting System Innovation of Cooperatives
and Agricultural Groups in Three Southern Border Provinces.

ละออ มามะ¹

Laor Mamah¹

e-mail:laor.jmamamah@gmail.com

(Received: 2022-11-05 ; Revised: 2023-02-05; Accepted: 2023-02-13)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 210 คน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรภายในแฝง 2 ตัวแปร คือความพึงพอใจ และความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี ตัวแปรภายนอกแฝง 1 ตัว คือ ทัศนคติ วัดจากตัวแปรสังเกตได้ 10 ตัว แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตั้งแต่ 0.770 ถึง 0.861 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ คือ ทัศนคติ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า โมเดลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงถึงโมเดลมีความเหมาะสมพอดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ดังนั้นสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ในการเข้าถึงการใช้งานนวัตกรรมระบบบัญชีที่มีความสะดวก และง่ายในการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานมีทัศนคติที่ดีในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี

คำสำคัญ : ทัศนคติ; ความพึงพอใจ; ความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

¹Accounting Lecturer, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the causal relationship of attitude and satisfaction influencing willingness to use accounting system innovation, by using a questionnaire as an instrument for collecting data from 210 accounting executive officers of Cooperatives and Agricultural Groups in three Southern Border Provinces. The study variables consisted of two endogenous latent variables including satisfaction and willingness to use accounting system innovation, and one exogenous latent variable, namely attitude. These latent variables were measured by 10 observed variables. The questionnaire used showed composite reliability between 0.770 and 0.861. The data were analyzed by SEM.

The results showed that the variable having direct and indirect effects on the willingness to use accounting system innovation of Cooperatives and Agricultural Groups in three Southern Border Provinces was attitude. The results also showed that the model was in congruence with the empirical data. This model exhibits goodness of fit. Thus, Cooperatives and Agricultural Groups should place an emphasis on creating a convenient and easy-to-access accounting system innovation for so that users can have a good experience and positive attitude toward the system.

Keywords : Attitude; Satisfaction; Willingness to Use Accounting System Innovation

บทนำ

ปัจจุบันการรวมกลุ่มในลักษณะสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรได้รับความนิยมนำไปใช้เพื่อแก้ปัญหาความยากจนและสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน แต่การดำเนินงานของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของสมาชิกได้ จากการลงพื้นที่ในการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรในสามจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ทำให้ทราบถึงปัญหามาจากการจัดทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรไม่เป็นปัจจุบันและปิดงบการเงินไม่ทันเวลาทำให้ไม่สามารถทำการจ่ายผลตอบแทนให้กับสมาชิกเพื่อนำไปใช้จ่าย ชำระหนี้สิน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกในกลุ่มสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกรได้ เนื่องจากขาดระบบบัญชีที่ใช้เทคโนโลยีอย่างง่ายมาใช้เป็นแนวทางให้กับผู้จัดทำบัญชีนำไปใช้ในการจัดทางการเงินได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา คณะผู้วิจัยจึงได้มีการพัฒนาระบบบัญชีที่มีคุณสมบัติเป็นระบบบัญชีที่สามารถนำมาใช้ได้สะดวก ง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งระบบบัญชีจะช่วยเชื่อมโยงข้อมูลเมื่อมีการบันทึกรายการค้าเข้าระบบผ่านไปยังบัญชีแยกประเภทและเชื่อมโยงเพื่อออกรายงาน



ทางการเงินอัตโนมัติ และเป็นระบบที่สามารถช่วยให้ผู้จัดทำบัญชีสามารถจัดทำงบการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ และนวัตกรรมระบบบัญชีที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่ถือเป็นเครื่องมือในการช่วยให้กลุ่มสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรมีแนวทางและหลักการในการจัดทำบัญชีและจัดทำรายงานทางการเงินได้อย่างสะดวก ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลาได้ (ละออง งาม และนันทา จันทร์แก้ว, 2563, น.59-71) แต่การนำนวัตกรรมระบบบัญชีดังกล่าวมาใช้ในทุกกลุ่มสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกรในสามจังหวัดชายแดนใต้ยังไม่ได้นำมาใช้อย่างแพร่หลายทำให้การจัดทำรายงานทางการเงินของกลุ่มสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรยังไม่เกิดประสิทธิผลสูงสุด และทำให้การดำเนินงานขาดความยั่งยืนในระยะยาวได้ซึ่งจำเป็นต้องทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้เกิดความเต็มใจในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีไปใช้อย่างแพร่หลายจึงจะทำให้การจัดทำบัญชีและการรายงานทางการเงินบรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์การดำเนินงานของกลุ่มสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรได้ หากไม่ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีอาจทำให้เกิดการต่อต้านการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาใหม่และกลุ่มสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรมองข้ามประโยชน์ที่จะได้รับการใช้ระบบได้ การทราบถึงปัจจัยดังกล่าวจะทำให้หน่วยงานกำกับดูแลกลุ่มสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรนำไปใช้ในการส่งเสริมความเข้าใจ และสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีจึงจะทำให้เกิดการกระตุ้นและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีได้อย่างแพร่หลายได้ (Grant, et al., 2020, pp.69-75)

การสร้างความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีอย่างแพร่หลายควรคำนึงถึงการสร้างทัศนคติที่ดีในการใช้งานนวัตกรรมระบบบัญชี และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งาน รวมถึงสะท้อนให้เห็นถึงประโยชน์ในการใช้งานและคุณภาพของข้อมูลที่ได้จากนวัตกรรมระบบบัญชี (Jan, et al., 2020, pp.1-9) นอกจากนั้นความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชียังมาจากการใช้งานนวัตกรรมระบบบัญชีที่สามารถทำให้เกิดการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จในงานที่ได้ มีการยอมรับการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้ในการและเป็นนวัตกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะของงานที่ทำซึ่งสะท้อนถึงความพึงพอใจในการใช้งานนวัตกรรมระบบบัญชีในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การคำนึงถึงทัศนคติที่ดีและความพึงพอใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีอย่างเหมาะสมจะทำให้เกิดการยอมรับในการใช้เทคโนโลยีได้มากขึ้น และเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้ในการจัดทำรายงานทางการเงินมากขึ้น (Griffiths, et al., 2021, pp.2-10)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาเหตุปัจจัยที่สามารถสร้างความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีและเป็นข้อมูลสารสนเทศให้กับหน่วยงานกำกับดูแลในการนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้ในกลุ่มสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรให้บรรลุตามวัตถุประสงค์การดำเนินงานขององค์กรได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้

ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด

ทฤษฎีคำนวณความเป็นส่วนตัว (Privacy Calculus Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมในการยอมรับในการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ที่ต้องแลกด้วยการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล โดยการวิเคราะห์ถึงประโยชน์ ต้นทุนหรือความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ที่เกิดจากทัศนคติและความพึงพอใจที่จะแลกข้อมูลส่วนบุคคลกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ หากเปรียบเทียบการรับรู้ถึงประโยชน์ คุณค่า และความสอดคล้องกับความต้องการที่มากกว่าเมื่อเทียบกับความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม หรือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจะทำให้มีความเต็มใจในการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้น ๆ ได้มากขึ้นเมื่อมีความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นน้อยลง จะทำให้เกิดการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลมากขึ้น (Jiang, et al., 2022, pp. 1-5) ซึ่งการรับรู้ผลประโยชน์ของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและความเต็มใจในการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น (Koh, et al., 2020, pp. 12-22) ซึ่งงานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีคำนวณความเป็นส่วนตัวมาใช้อธิบายการรับรู้ประโยชน์และคุณค่าในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีจากการมีทัศนคติและความพึงพอใจในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินจนเกิดความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้ในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลดังนั้นเพื่อเป็นการยืนยันความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรตามทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัยนี้ จึงทดสอบตามสมมติฐานที่ 1 คือโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และคุณภาพของข้อมูลของนวัตกรรมระบบบัญชี จากประสบการณ์ทั้งในอดีตและปัจจุบันของปัจเจกบุคคลหรือองค์กร การมีทัศนคติเชิงบวกเป็นความคิดเห็นต่อการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีที่เห็นว่ามีคุณค่า สอดคล้องกับบริบทงานที่ทำ สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเองจะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีเพิ่มมากขึ้น และทำให้เกิดความเต็มใจในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้ในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินมากขึ้น (Jiang, et al., 2022, pp. 8-10) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 2 คือทัศนคติที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจนอกจากนั้น การมีทัศนคติที่ดีในการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีจะทำให้เกิดการยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการนำนวัตกรรมระบบบัญชี



มาใช้ และเกิดความเต็มใจที่จะนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการจัดทำรายงานทางการเงินให้ดียิ่งขึ้น(Jan,et al., 2020, pp. 1-9) ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 3คือทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี

ความพึงพอใจ (Satisfaction)

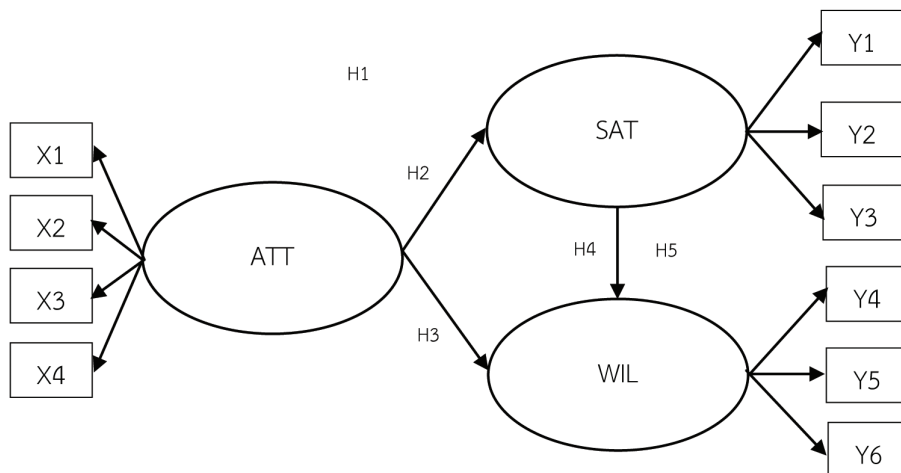
ความพึงพอใจ หมายถึงผลที่ได้จากการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี ซึ่งเกิดจากการมีทัศนคติเชิงบวกที่สะท้อนถึงการมีความพึงพอใจ และทัศนคติเชิงลบที่สะท้อนถึงการไม่มีความพึงพอใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีโดยความพึงพอใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีเป็นความคาดหวังที่ต้องการให้เกิดในเชิงบวกซึ่งจะสะท้อนถึงการนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์ เป็นไปตามลักษณะงานที่คาดหวัง และมีการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้งานได้เป็นอย่างดี(Koh, et al., 2020,pp. 12-22) และการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีเป็นแนวทางในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินได้อย่างง่าย สะดวก ถูกต้อง และทันเวลาจะทำให้ผู้ใช้มีความรู้สึกพอใจ เข้าใจในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานได้อย่างเต็มศักยภาพ ความพึงพอใจเชิงบวกที่กล่าวมานี้จะส่งผลทำให้เกิดความเต็มใจในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้น (Griffiths,et al., 2021, pp. 2-10) ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 4 คือความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี

ความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี (Willingness to use Accounting System Innovation)

ความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีหมายถึงพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีที่พิจารณาจากทัศนคติที่มีการเทียบเปรียบประโยชน์ กับต้นทุนหรือความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น หากยอมรับต้นทุนหรือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้จะทำให้เกิดความพึงพอใจและเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีมากขึ้น (Griffiths,et al., 2021, pp. 2-10) ความเต็มใจในการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ผู้ใช้จะพิจารณาถึงการรับรู้คุณค่าของนวัตกรรม การเข้าถึงนวัตกรรม ความเข้าใจในหน้าที่หลักของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม รวมถึงความพึงพอใจในการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์การนำมาใช้ในงานได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งลักษณะของความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี จะมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลหรือองค์กรได้มากขึ้น ยอมรับในการเรียนรู้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะแนะนำการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมให้กับบุคคลหรือองค์กรอื่น ๆ มากขึ้น (Jan, et al., 2020, pp. 1-9) ความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีจึงมีความสำคัญในการช่วยให้เกิดการยอมรับในการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ไปใช้ในงานให้แพร่หลายในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งการที่จะมีการใช้งานที่แพร่หลายมากขึ้นจำเป็นต้องสร้างทัศนคติที่ดีและสร้างความพึงพอใจในการเรียนรู้และใช้งานนวัตกรรมระบบบัญชีให้กับผู้ใช้งานให้มากขึ้น (Grant, et al., 2020, pp. 69-75) ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 5 คือทัศนคติมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความเต็มใจในการใช้

นวัตกรรมระบบบัญชีผ่านความพึงพอใจ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติและความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้แสดงให้เห็นถึงปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างทัศนคติ (ATT) ความพึงพอใจ (SAT) และความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี (WIL) ผู้วิจัยจึงได้พัฒนารอบแนวคิดงานวิจัยตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย
ที่มา : การทบทวนวรรณกรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 214 คน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2565) โดยได้นำประชากรทั้งหมดมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ และผู้วิจัยได้พิจารณาความเพียงพอของกลุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต 10 ตัวแปร (20x10) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งจะต้องมีจำนวน 200 คนขึ้นไป (Hair, et al.,2010) ในการเก็บกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกรในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ถึงแม้จะมีการดำเนินที่มีลักษณะเหมือนกัน เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริหารฝ่ายบัญชีทั้ง 2 กลุ่ม มีความเข้าใจในการตอบคำถามเหมือนกัน ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความลำเอียงจากการไม่ตอบแบบสอบถามกลับมา (Test of Non-Response Bias) โดยทดสอบความแตกต่างของ 2 กลุ่มจาก เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน และตำแหน่งงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามที่กลับมาด้วยสถิติ t-test ผลปรากฏว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ถึงแม้ผู้บริหารฝ่ายบัญชีจะมาจาก 2 กลุ่ม แต่ไม่มีปัญหาความเอนเอียงจากการไม่ตอบแบบสอบถาม(Armstrong & Oventon, 1977, pp. 396-402; Nwachukwu,et al., 1997, pp. 107-118)



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

งานวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย 2 คำถาม โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบกลุ่ม และระยะเวลาในการดำเนินงานของกลุ่ม ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเป็นตัวแปรแฝงภายนอก มีคำถามจำนวน 4 ข้อ วัดจาก ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ ประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีบัญชี (X1) การรับรู้ประโยชน์ของนวัตกรรมระบบบัญชี (X2) ความง่ายในการใช้งาน (X3) และคุณภาพของระบบสารสนเทศและการสื่อสาร (X4) ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจเป็นตัวแปรแฝงภายใน มีคำถามจำนวน 3 ข้อ วัดจาก การบรรลุวัตถุประสงค์ในงาน (Y1) การยอมรับนวัตกรรมระบบบัญชี (Y2) และความสอดคล้องกับลักษณะงาน (Y3) และส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีเป็นตัวแปรแฝงภายใน มีคำถามจำนวน 3 ข้อ วัดจาก การเปิดเผยข้อมูล (Y4) การยอมรับเรียนรู้เพื่อใช้งาน (Y5) และความเต็มใจในการแนะนำต่อบุคคลอื่น (Y6) โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 3-5 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ท (Likert Ratio Scales) เป็นมาตรวัดที่ใช้สำหรับให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายปิดที่มีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามระดับความเห็นด้วยจากน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด 5 ระดับ

คุณภาพของเครื่องมือในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยเทคนิค IOC ได้ค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 0.67-1.0 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) ใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งทัศนคติ ความพึงพอใจ และความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.854 - 0.906 ซึ่งมีความมากกว่าเกณฑ์การยอมรับการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 (Nunnally, 1978) และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.889-0.945 ซึ่งมีความมากกว่า 0.70 แสดงถึงแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Nunnally & Bernstein, 1994) คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการวัดและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงสอดคล้องและความเชื่อมั่น ดังนี้ ความตรงเชิงสอดคล้องผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ปัจจัยจากค่า Factor Loading โดยโครงสร้างทั้ง 3 ตัว มีค่าอยู่ระหว่าง 0.641-0.865 ซึ่งมีความมากกว่า 0.40 แสดงถึงมีความตรงในการวัดตามโครงสร้าง (Chow & Chan, 2008, pp. 458-462) จากนั้นผู้วิจัยจึงนำมาคำนวณหาค่า CR มีค่าอยู่ระหว่าง 0.770-0.861 ซึ่งมีความเกินกว่า 0.70 แสดงถึงการมีความตรงเชิงสอดคล้องและมีความเชื่อถือได้ของมาตรวัด (Fornell & Larcker, 1981, pp. 39-50; Hair, et al., 2010) และทำการคำนวณหาค่า AVE เพื่อเปรียบเทียบ

กรอบความแปรปรวนกับความคลาดเคลื่อนในการวัด มีค่าอยู่ระหว่าง 0.615-0.704 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 และเมื่อพิจารณาค่ารากที่สองของ AVE ในเส้นทแยงมุมมีค่ามากกว่าค่าความสัมพันธ์แต่ละตัวแปร แสดงถึงการวัดมีความตรงเชิงสอดคล้อง (Barclay, et al., 1995, pp. 285-309) รายละเอียดดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 สรุปผลโมเดลโครงสร้าง

ตัวแปรโครงสร้าง	ข้อ	ค่า	ค่า	ค่า	CR	AVE
	คำถาม	Standardized	T-Value	Loading		
		Estimates				
ทัศนคติ (ATT)	X1	0.659	9.770	0.659	0.770	0.615
	X2	0.641	9.442	0.641	-	-
	X3	0.651	9.609	0.651	-	-
	X4	0.688	10.312	0.688	-	-
ความพึงพอใจ (SAT)	Y1	0.855	N/A	0.855	0.861	0.704
	Y2	0.776	13.029	0.776	-	-
	Y3	0.865	15.166	0.865	-	-
ความเต็มใจในการใช้	Y4	0.706	N/A	0.706	0.794	0.689
นวัตกรรมระบบ	Y5	0.748	9.557	0.748	-	-
บัญชี(WIL)	Y6	0.677	8.749	0.677	-	-

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวแปรโครงสร้าง

ชื่อตัวแปร	WIL	SAT	ATT	VIF
ค่าเฉลี่ย	4.246	4.175	4.053	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.679	0.621	0.681	
WIL	0.830	-	-	
SAT	0.564*	0.839	-	1.346
ATT	0.462*	0.470*	0.784	1.073

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารฝ่ายบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 214 ชุด และได้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 90 วัน โดยส่งแบบสอบถามผ่าน Google Form เมื่อถึงกำหนดระยะเวลาการตอบกลับแบบสอบถามได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ตอบกลับมาทั้งสิ้น จำนวน 210 ชุด คิดเป็นอัตราผลตอบแทนร้อยละ 98.13 ซึ่งอัตราการตอบกลับมากกว่าร้อยละ 20 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Aaker, et al.,2001)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติและความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ใช้สถิติทดสอบโมเดลสมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 97.14 อายุ 30-40 ปี ร้อยละ 40.95 ระยะเวลาในการทำงาน 5-10 ปี ร้อยละ 60.00 ตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นผู้บริหารฝ่ายบัญชี ร้อยละ 38.00 รูปแบบกลุ่มเป็นสหกรณ์ ร้อยละ 97.00 และระยะเวลาในการดำเนินงานของกลุ่ม 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 42.00

การวัดความเหมาะสมโดยรวม

จากการวิเคราะห์พิจารณาความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่า X^2/df มีค่าน้อยกว่า 2 ค่า RMSEA น้อยกว่า 0.05 ค่า GFI, AGFI, NFI, NNFI, IFI และค่า CFI มีค่าสูงกว่า 0.95 และค่า CN มากกว่า 200 สะท้อนถึงโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนั้น ค่า RFI มีค่าสูงกว่า 0.95 และค่า SRMR มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงถึงความกลมกลืนโมเดลตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Schumacker & Lomax, 2010) เมื่อพิจารณาค่า R^2 ของความพึงพอใจ และความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี มีค่าเท่ากับ 0.783 และ 0.804 สามารถอธิบายได้ว่าสมการโครงสร้างความแปรปรวนของตัวแปรแฝงภายในถูกอธิบายได้ด้วยความแปรปรวนของตัวแปรอิสระได้ ร้อยละ 78.30 และ 80.40 แสดงให้เห็นว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติและความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 รายละเอียดตามปรากฏดังตารางที่ 3

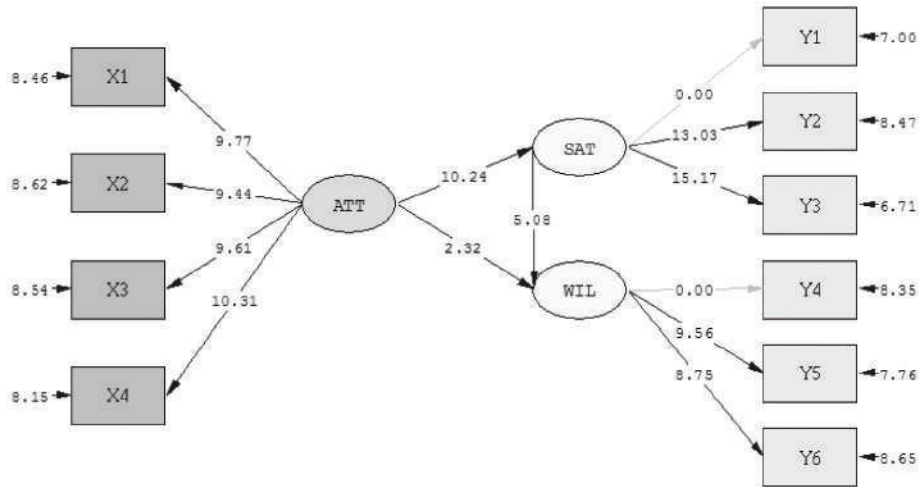
ตารางที่ 3 ค่าวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนี	เกณฑ์พิจารณา	ค่าที่ได้	การพิจารณา
χ^2	-	22.595	-
Df	-	32	-
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	0.706	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	RMSEA < 0.05	0.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	GFI > 0.95	0.979	ผ่านเกณฑ์
AGFI	AGFI > 0.95	0.964	ผ่านเกณฑ์
NFI	NFI > 0.95	0.988	ผ่านเกณฑ์
NNFI	NNFI > 0.95	1.006	ผ่านเกณฑ์
IFI	IFI > 0.95	1.004	ผ่านเกณฑ์
CFI	CFI > 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
RFI	RFI > 0.95	0.984	ผ่านเกณฑ์
SRMR	SRMR < 0.05	0.026	ผ่านเกณฑ์
CN	CN > 200	474.327	ผ่านเกณฑ์

การทดสอบปัจจัยเชิงสาเหตุ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

จากการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ ผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติ (ATT) มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจ (SAT) ($\beta = 0.783$, $t\text{-value} = 10.238$, $p < 0.05$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ทัศนคติ (ATT) มีอิทธิพลทางตรงต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี (WIL) ($\beta = 0.291$, $t\text{-value} = 2.325$, $p < 0.05$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจ (SAT) มีอิทธิพลทางตรงต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี (WIL) ($\beta = 0.655$, $t\text{-value} = 5.079$, $p < 0.05$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 และทัศนคติ (ATT) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี (WIL) ผ่านความพึงพอใจ (SAT) ($\beta = 0.513$, $t\text{-value} = 4.820$, $p < 0.05$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 สรุปจากการทดสอบอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ในการทดสอบสมมติฐานตามโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ สามารถยอมรับสมมติฐานได้ทั้งหมดรายละเอียดดังภาพที่ 2 และตารางที่ 4



Chi-Square=22.60, df=32, P-value=0.89066, RMSEA=0.000

ภาพที่ 2 ค่า T-values จากผลการวิเคราะห์เส้นทาง
ที่มา : วิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อิทธิพลทางตรง Direct Effect (DE) อิทธิพลทางอ้อม Indirect Effect (IE) และอิทธิพลโดยรวม Total Effect (TE) ของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี ของสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้

ตัวแปรผล	SAT			WIL		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
ตัวแปรเหตุ						
ATT	0.783* (0.076)	-	0.783* (0.076)	0.804* (0.093)	0.513* (0.106)	0.291* (0.125)
SAT	-	-	-	0.655* (0.129)	-	0.655* (0.129)
R ²		0.783				0.804

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติและความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติและความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เนื่องจาก ความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีไปใช้งานในบริบทต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการส่งเสริมการรับรู้คุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำนวัตกรรมระบบบัญชีเมื่อนำไปใช้ในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินจากหน่วยงานกำกับดูแลสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร การส่งเสริมการรับรู้เรื่องดังกล่าวอย่างเพียงพอจะทำให้เกิดประสบการณ์การใช้งานที่ดี และทำให้เกิดทัศนคติที่ดีในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีไปใช้ได้จนเกิดความพึงพอใจสูงสุด การส่งเสริมทัศนคติที่ดีให้กับผู้ใช้งานจากหน่วยงานกำกับดูแลอย่างเพียงพอจะทำให้ผู้ใช้งานยอมเปิดเผยข้อมูลและยอมรับในความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการใช้งานนวัตกรรมระบบบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jiang, et al., (2022, pp. 1-5) พบว่า ในบริบทของการนำนวัตกรรมใหม่มาใช้งานให้แพร่หลายจำเป็นต้องมีการสร้างการยอมรับนวัตกรรมใหม่เพื่อลดการต่อต้านการนำนวัตกรรมมาใช้งานในงาน โดยการสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ คุณค่า และประโยชน์ที่ความสอดคล้องกับลักษณะงานที่ทำหากมีการเปรียบเทียบผลประโยชน์ที่จะได้รับมีมากกว่าความเสี่ยงและต้นทุนที่จะเกิดขึ้นจะทำให้หน่วยงานมีความเต็มใจในการนำนวัตกรรมใหม่ไปใช้งานมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามหลักทฤษฎีคำนวณความเป็นส่วนตัว (Privacy Calculus Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมในการยอมรับในการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ที่ต้องแลกด้วยการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลหรือองค์กรในบริบทต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Koh, et al., (2020, pp. 12-22) พบว่า การสร้างความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมใหม่ในแต่ละบริบทจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ผลประโยชน์จนเพื่อใช้งานพอใจเพื่อให้เกิดการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลหรือองค์กรและยอมรับความเสี่ยงได้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนั้นผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความพึงพอใจและความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสามจังหวัดชายแดนใต้ เนื่องจาก การที่สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรได้รับการสร้างทัศนคติที่ดีในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีไปใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมีความสะดวก ใช้งานง่ายจากหน่วยงานกำกับดูแลจะทำให้สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรรับรู้ถึงคุณค่า และคุณภาพของระบบรวมถึงการรับรู้ความสามารถของนวัตกรรมระบบบัญชีที่จะทำให้เกิดการจัดทำบัญชีบรรลุเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลามากขึ้นจะเป็นตัวผลักดันให้สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรเกิดความพึงพอใจและยอมรับในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีไปใช้งานอย่างเต็มใจและเกิดการแนะนำให้สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ เห็นถึงประโยชน์และคุณค่าที่จะได้รับจากการนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้สร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในงานในวงกว้างและแพร่หลายมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jiang, Goh, & Liu (2022, pp. 8-10) พบว่า การส่งเสริมให้ทัศนคติเชิงบวกกับการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีชี้ให้เห็นถึงการมีคุณค่า มีความสอดคล้องกับบริบทงานที่สามารถ



เรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีเพิ่มมากขึ้น และทำให้เกิดความเต็มใจในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้ในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jan, et al., (2020, pp. 2-9) พบว่า การมีทัศนคติที่ดีในการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีจะทำให้เกิดการยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้และเกิดความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีอย่างแพร่หลายมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Koh, et al., (2020, pp. 12-22) พบว่า ความพึงพอใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้นานได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Griffiths, et al., (2021, pp. 2-10) พบว่า การใช้นวัตกรรมระบบบัญชีเป็นแนวทางในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินได้อย่างง่าย สะดวก ถูกต้อง และทันเวลาจะทำให้ผู้ใช้มีความรู้สึกพอใจส่งผลต่อความเต็มใจในการนำนวัตกรรมระบบบัญชีมาใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Grant, et al., (2020, pp. 69-75) พบว่าการสร้างความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีจำเป็นต้องมีการมุ่งส่งเสริมทัศนคติที่ดี และสร้างการรับรู้ประโยชน์ของนวัตกรรมระบบบัญชีจนผู้ใช้พอใจจึงจะทำให้มีการใช้งานที่แพร่หลายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัย พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรรสามจังหวัดชายแดนใต้ที่พัฒนามาจากทฤษฎีค่านิยมความเป็นส่วนตัวและการทบทวนแนวคิดวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีค่าพิจารณาความเหมาะสมของโมเดลสูงแสดงถึงข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างมีความเพียงพอและเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้น ในการนำผลการวิจัยไปใช้สามารถอ้างอิงไปยังกลุ่มตัวอย่างในบริบทอื่น ๆ ได้ ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการสร้างความเต็มใจในการนำเอนวัตกรรมระบบบัญชีไปใช้ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น

1.2 ผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี ดังนั้น หน่วยงานที่ต้องการเผยแพร่วัตกรรมระบบบัญชีให้เกิดการนำไปใช้งานอย่างแพร่หลายมากขึ้น ควรมุ่งเน้นในการสร้างประสบการณ์ในการเข้าถึงการใช้งานนวัตกรรมระบบบัญชีที่มุ่งให้เห็นถึงความสะดวก และง่ายในการใช้งาน และสร้างทัศนคติในการรับรู้ประโยชน์ของการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีมาช่วยในงาน รวมถึงสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพของข้อมูลที่จะได้รับจากการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีจนเกิดความเต็มใจในการยอมรับนำนวัตกรรมระบบบัญชีไปใช้ในการทำงานมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติสามารถอธิบายความพึงพอใจและความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชี ได้ร้อยละ ร้อยละ 78.30 และ 80.40แสดงถึงตัวแปรแฝงภายนอก ทัศนคติสามารถอธิบายตัวแปรแฝงภายใน ความพึงพอใจและความเต็มใจในการใช้นวัตกรรม

ระบบบัญชีได้ค่อนข้างสูง แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่สามารถอธิบายตัวแปรแฝงภายในทั้งสองตัวได้ด้วยเช่นกัน ดังนั้นในการศึกษาความพึงพอใจและความเต็มใจในการใช้นวัตกรรมระบบบัญชีในอนาคตควรมีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุอื่น ๆ เช่น ที่อาจส่งผลกระทบต่อตัวแปรแฝงภายในทั้งสองตัว และควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในบริบทอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกันของโมเดลที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2564). *สารสนเทศกรมส่งเสริมสหกรณ์*. <https://www.cpd.go.th/information-cpd/info-data-cpd.html>.
- ละออ มามะ และนันทา จันทรแก้ว.(2563). ปัญหาการบริหารความเสี่ยงผู้ตรวจสอบบัญชีสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรจังหวัดยะลา. *WMS Journal of Management Walailak University*, 9(2), 59-71.
- Aaker, D. A., Kumar, V., and Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. John Wiley and Son.
- Armstrong, J. S. and Overton, T. S. (1977). Estimating non-response bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Barclay, D., Higgins, C. and Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology studies*, 2(2), 285-309.
- Chow, W. S., and Chan, L. S. (2008). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information and Management*, 45(7), 458-462.
- Fornell, C., and Larcker, D. F.(1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Market Research*, 18(1), 39-50.
- Grant, D., Jha, P. P., Wanjiru, R. & Bhalla, A. (2020). Evolving willingness and ability interfaces: An innovation led transformation journey. *International Journal of Innovation Studies*, 4(2020), 69-75.
- Griffiths, A., Holderfield-Gaither, E., Funge, S. P., & Warfel, E. T. (2021). Satisfaction, willingness, and well-being: Examining the perceptions of a statewide sample of public and private foster parents. *Children and Youth Services Review*, 121(4), 2-10.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. (7th ed.). Pearson Education Inc.



- Jan, C. F., Lee, M. C., Chiu, C. M., Huang, C. K., Hwang, S. J., Chang, C. J., & Chiu, T. Y. (2020). Awareness of, attitude toward, and willingness to participate in pay for performance programs among family physicians: a cross-sectional study. *BMC Family Practice*, 21(1), 1-9.
- Jiang, X., Goh, T. T., & Liu, M. (2022). On Students' Willingness to Use Online Learning: A Privacy Calculus Theory Approach. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-11.
- Koh, B., Raghunathan, S., & Nault, B. R. (2020). An empirical examination of voluntary profiling: Privacy and quid pro quo. *Decision Support Systems*, 132(2020), 12-22.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Nwachukwu, S. L. S., Vitell, S. J., Gilbert, F. W. and Barnes, J. H. (1997). Ethics and social responsibility in marketing: An examination of the ethical evaluation of advertising strategies. *Journal of Business Research*, 39, 107-118.
- Schumacker, R.E. and Lomax, R.G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. (3rd ed). Lawrence Erlbaum Associates Lawrence Erlbaum Associates.



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting

คำแนะนำในการตีพิมพ์
บทความวิจัย และบทความวิชาการ

คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (Journal of Management Science and Accounting) ISSN 2821-9317 (Print) / ISSN 2821-9600 (Online) เว็บไซต์ https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSA_FMS_URU มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้สำคัญในศาสตร์สาขาวิชาด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ นำไปสู่การประยุกต์ใช้ ต่อยอดและพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น สังคม อีกทั้งเพื่อกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ประสบการณ์ในศาสตร์สาขาวิชาทางด้านวิทยาการจัดการ ก่อให้เกิดประโยชน์ คุณค่า สร้างการยอมรับในสังคม กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม-มิถุนายน และ กรกฎาคม-ธันวาคม)

เรื่องเสนอเพื่อตีพิมพ์

ผลงานทางวิชาการที่รับตีพิมพ์มี 2 ลักษณะคือ เป็นบทความวิชาการ (Article) หรือบทความวิจัย (Research Article) บทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น บทความที่นำเสนอเพื่อตีพิมพ์จะต้องผ่านการกลั่นกรองและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) แบบ Double blind จำนวน 3 ท่าน ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของบทความนั้น ๆ ซึ่งแต่งตั้งโดยกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ โดยกองบรรณาธิการสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขบทความตามความเหมาะสม

ลักษณะของบทความ

เป็นบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการค้นคว้า การวิจัย การวิเคราะห์วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่ด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

บทความวิชาการ หมายถึง งานเขียนที่นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ในสาขาบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ ที่มีการวิเคราะห์หรือวิจารณ์ประเด็นต่าง ๆ ตามหลักวิชาการ โดยผู้เขียนสามารถแสดงทัศนะทางวิชาการของตนเองอย่างชัดเจน

บทความวิจัย หมายถึง รายงานผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยด้านบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ที่ได้ทำการศึกษาโดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้องจนได้องค์ความรู้ใหม่



การจัดเตรียมต้นฉบับ

ขอแนะนำให้ผู้เขียนดาวน์โหลดต้นแบบบทความ (Template) บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เมนูดาวน์โหลดสำหรับผู้แต่ง

1. การส่งบทความเพื่อลงตีพิมพ์ สามารถเสนอให้พิจารณาได้ทั้งบทความภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษความยาวของบทความไม่เกิน 15-20 หน้ากระดาษ B5 (JIS) (รวมรายการอ้างอิง) พิมพ์หน้าเดียว พื้นที่กระดาษที่ใช้พิมพ์ ให้เว้นขอบบน 2.54 เซนติเมตร ขอบล่าง 2 เซนติเมตร ขอบซ้าย 2.54 เซนติเมตร และขอบขวา 2 เซนติเมตร

2. รูปแบบอักษร ให้จัดพิมพ์ด้วยแบบอักษร TH Sarabun New เท่านั้น

3. ชื่อเรื่องบทความต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวหนา)

4. ชื่อผู้แต่ง (Author Name) ต้องมีชื่อเต็ม-นามสกุลเต็มทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 pt. (ตัวปกติ) และ e-mail ที่สามารถติดต่อได้เพียงคนเดียวเท่านั้น

5. ที่อยู่หรือหน่วยงานสังกัดของผู้แต่ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 pt. (ตัวปกติ) จัดชิดซ้ายในเชิงอรรถหน้าแรกของบทความ โดยระบุ ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด

6. หัวข้อ ได้แก่ บทคัดย่อ Abstract บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัยอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 15pt. (ตัวหนา)

7. ชื่อภาพ ขนาดตัวอักษร 15pt. (ตัวปกติ) ให้ระบุไว้ใต้ภาพ จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษใต้ภาพ

8. บทคัดย่อ ความยาวไม่เกิน 250 คำ และคำสำคัญ (Keyword) 3-5 คำ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

การเขียนเอกสารอ้างอิง

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้แต่งเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด ในการเขียนอ้างอิงใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA 7th Edition)



ชื่อเรื่องภาษาไทย (TH SarabunNew ขนาด 16)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่ TH Sarabun New ขนาด 16)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ (ภาษาอังกฤษ TH SarabunNew ขนาด 14)

e-mail: ที่สามารถติดต่อได้เพียงคนเดียวเท่านั้น

(Received:; Revised:; Accepted:)

บทคัดย่อ

[คลิกพิมพ์รายละเอียดบทคัดย่อ_ไม่ควรเกิน_250 คำ].....

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

คำสำคัญ: [คำสำคัญที่_1] ;[คำสำคัญที่_2] ;[คำสำคัญที่_3] ;[คำสำคัญที่_4] ;[คำสำคัญที่_5]

(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 15)

ABSTRACT

[คลิกพิมพ์รายละเอียดบทคัดย่อ_ไม่ควรเกิน_250 คำ].....

.....(TH Sarabun Newขนาด 15).....

.....

.....

Keywords: [Keyword_1] ;[Keyword_2] ;[Keyword_3] ;[Keyword_4] ;[Keyword_5]

(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 15)

บทนำ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.(TH Sarabun New ขนาด 15).....

2.(TH SarabunNew ขนาด 15).....

3.(THSarabunNew ขนาด 15).....

4.(THSarabunNew ขนาด 15).....



บททวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด (2-3 ย่อหน้า)

.....(THSarabunNew ขนาด 15).....

.....

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

.....(THSarabunNew ขนาด 15).....

.....

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

ผลการวิจัย

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

รูปภาพ หรือรูปภาพลายเส้นควรใช้เส้นหมึกสีดำ ส่วนรูปถ่ายควรจะเป็นภาพขาวดำที่มีความคมชัดรายละเอียดชัดเจน และมีกรอบรอบรูปภาพ ตำแหน่งรูปภาพจัดไว้กึ่งกลางกระดาษทุกภาพจะต้องมีหมายเลข และคำบรรยายภาพกำกับอยู่ใต้ภาพจัดกึ่งกลางหน้ากระดาษเช่นกัน โดยต้องมีความยาวไม่เกิน 2 บรรทัด เว้นช่องว่างเหนือและใต้รูปไว้ จำนวน 1 บรรทัด



ภาพที่ 1 ชื่อภาพ (TH Sarabun New ขนาด 15 ตัวธรรมดา กึ่งกลาง)

ที่มา: เขียนอ้างอิงตามรูปแบบการอ้างอิง

ตารางให้เว้นช่องว่างเหนือและใต้ตารางไว้ จำนวน 1 บรรทัดก่อนขึ้นบรรทัดใหม่โดยใช้รูปแบบตารางตามตัวอย่างด้านล่าง ตำแหน่งของตารางให้จัดกึ่งกลางคอลัมน์ให้ระบุหมายเลขกำกับตารางและคำอธิบายไว้เหนือตาราง โดยให้วางตำแหน่งชิดซ้ายคอลัมน์

ตารางที่ 1 ชื่อตาราง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
A		
B		
C		

อภิปรายผล

.....(TH Sarabun New ขนาด 15)

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....



เอกสารอ้างอิง

- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่องหนังสือภาษาต้นฉบับ/ชื่อหนังสือภาษาไทย/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทหรือชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.), ชื่อหนังสือ/(น./x-xx)./สำนักพิมพ์.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ/(พิมพ์ครั้งที่)./URL
- ชื่อผู้แต่งในบท./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบท./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บรรณาธิการ)./ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่, หน้าแรก-หน้าสุดท้ายของบท)./URL
- ชื่อ นามสกุล./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ/(พิมพ์ครั้งที่)./https://doi.org/xxxxxxx
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์หรือวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์/ชื่อมหาวิทยาลัย.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต./ชื่อเว็บไซต์./URL
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/(หมายเลข UMI หรือ เลขลำดับอื่น ๆ)/วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ชื่อมหาวิทยาลัย/ชื่อฐานข้อมูล.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร, เลขปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า./http://doi.org/เลข doi.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปี)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.), ชื่อหัวข้อการประชุม/ชื่อการประชุม/(น./เลขหน้า)/ฐานข้อมูล.
- Author. (Year)./Title of the book/(Edition ed.)/Publisher.
- Author. / (Year)./Title of the chapter./In Editor/(Eds.)/Title of the book./(pp./x-xx)/Publisher.
- Author/(Year)./Title of the book/(Edition ed.)/URL
- Author/(Year)./Title of the chapter./In Editor/(Eds.)/Title of the book/(Edition ed.)/pp./xx-xxx)/URL
- Author, A. A. (Year)./Title of the book/(Edition ed.)/https://doi.org/xxxxxxx
- Author./Thesis title/[Unpublished doctoral dissertation or Unpublished master's thesis]/University.
- Author./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[Doctoral dissertation or Master's thesis]./ชื่อเว็บไซต์./URL
- Author./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/(หมายเลข UMI หรือ เลขลำดับอื่น ๆ)/[Doctoral dissertation or Master's thesis, ชื่อมหาวิทยาลัย]./ชื่อฐานข้อมูล.
- Author./ (Year)./Title./In/ Editor / (Ed. หรือ Eds.), Title of conference./Title of conference / (pp./xx-xxx)/database.



ชื่อเรื่องภาษาไทย (TH Sarabun New ขนาด 16)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่ TH Sarabun New ขนาด 16)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ 1 (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ 2 (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 14)

(Received:; Revised:; Accepted:)

บทคัดย่อ

.....[บทคัดย่อ ไม่ควรเกิน 250 คำ].....
.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
.....

คำสำคัญ : คำสำคัญที่_1; คำสำคัญที่_2; คำสำคัญที่_3; คำสำคัญที่_4; คำสำคัญที่_5
(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 15)

ABSTRACT

.....[บทคัดย่อ ไม่ควรเกิน 250 คำ].....
.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
.....

Keywords : Keyword_1; Keyword_2; Keyword_3; Keyword_4; Keyword_5
(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 15)

บทนำ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
.....

¹ชื่อหน่วยงานรอง ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

²ชื่อหน่วยงานรอง ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 14)



หัวข้อเนื้อหาในบทความ

1.(TH Sarabun New ขนาด 15).....
2.(TH Sarabun New ขนาด 15).....
3.(TH Sarabun New ขนาด 15).....
4.(TH Sarabun New ขนาด 15).....

บทสรุป

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
.....

เอกสารอ้างอิง

- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่องหนังสือภาษาต้นฉบับ/[ชื่อหนังสือภาษาไทย]/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทหรือชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.), ชื่อหนังสือ/(น./x-xx)/สำนักพิมพ์.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./URL
- ชื่อผู้แต่งในบท./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบท./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่, หน้าแรก-หน้าสุดท้ายของบท)./URL
- ชื่อ นามสกุล./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./https://doi.org/xxxxxxx
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]./ชื่อมหาวิทยาลัย.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต]./ชื่อเว็บไซต์./URL
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/(หมายเลข UMI หรือ เลขลำดับอื่น ๆ)/[วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, ชื่อมหาวิทยาลัย]/ชื่อฐานข้อมูล.
- ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.



ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ เลขปีที่ (ฉบับที่). / เลขหน้า./ <http://doi.org/เลข doi>.
ชื่อผู้แต่ง./ (ปี). / ชื่อบทความ./ ใน/ ชื่อบรรณาธิการ./ (บ.ก.). / ชื่อหัวข้อการประชุม./ ชื่อการประชุม./ (น./ เลขหน้า). / ฐานข้อมูล.

Author. (Year). / *Title of the book* / (Edition ed.) / Publisher.

Author. / (Year). / Title of the chapter. / In Editor / (Eds.), / *Title of the book*. / (pp./x-xx). / Publisher.

Author / (Year). / *Title of the book* / (Edition ed.) / URL

Author / (Year). / Title of the chapter. / In Editor / (Eds.), / *Title of the book* / (Edition ed.) / pp./xx-xxx). / URL

Author, A. A. (Year). / *Title of the book*. / (Edition ed.) / <https://doi.org/xxxxxxx>

Author. / *Thesis title* / [Unpublished doctoral dissertation or Unpublished master's thesis]. / University.

Author. / (ปีที่เผยแพร่). / ชื่อวิทยานิพนธ์ / [Doctoral dissertation or Master's thesis]. / ชื่อเว็บไซต์. / URL

Author / (ปีที่เผยแพร่). / ชื่อวิทยานิพนธ์ / (หมายเลข UMI หรือ เลขลำดับอื่น ๆ) / [Doctoral dissertation or Master's thesis, ชื่อมหาวิทยาลัย]. / ชื่อฐานข้อมูล.

Author. / (Year). / *Title*. / In / Editor / (Ed. หรือ Eds.), Title of conference. / Title of conference / (pp./xx-xxx). / database.



Title in English (Uppercase TH Sarabun NewFont size 16)

Name-Surname of Author1 (English TH Sarabun New Font size 14)

(Received:; Revised:; Accepted:)

ABSTRACT

[Type here : not exceed 250 words

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

.....

.....

.....

Keywords : Keyword_1; Keyword_2; Keyword_3; Keyword_4; Keyword_5

(Not exceed 5 words TH Sarabun New Font size 15)

Introduction

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

.....

.....

.....

Research Objectives

1.(TH Sarabun New Font size 15).....

2.(TH Sarabun New Font size 15).....

3.(TH Sarabun New Font size 15).....

4.(TH Sarabun New Font size 15).....

Literature Review/ Conceptual Framework (2-3 Paragraphs)

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

.....

Research Methods

1. Population and Sample

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

.....



2. Research instruments and their quality

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....
.....
.....

3. Data collection

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....
.....
.....

4. Data Analysis

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....
.....
.....

Findings

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....
.....
.....
.....

Figures or pictures should be in black color with high resolution and border, place figures in the middle of the paper and provide number and description under each figure, in the middle of the paper with not exceed 2 lines, put a single-space line in the upper and lower of picture (as shown below)



Picture 1 Title (TH Sarabun New Fontsize 15 :not bolt/not italic, middle of paper)

Source : Please use format prescribed in citation style guide

Tableput single-space linein the upper and lower of the table before starting a new line, use the format of table shown below, place the header of each column in the middle, provide number and description at the upper and alignleft edge

Table 1 title

Topics	Quantity	Percentage
A		
B		
C		

Discussion

.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....
.....
.....

Suggestions

1. For application/practical purposes

.....(TH Sarabun New Fontsize 15).....
.....
.....
.....



2. For future research

.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....
.....
.....
.....

Bibliography

Author's name. (Year). *Book title*. (Edition). Publication place : Publication name.

Author's name. (Year). Article title. *Journal* name. Volume No. (Issue No.), Page No. (put first-last page of the article).

Author's name. (Year, Month Date). Title of paper/news. *Newspaper* title, Page No. (put page no. paper/news shown)

Author's name. (Year). *Dissertation name*. (Level of Dissertation). Publication Place : Institution Name.

Host's name. (ปีที่พิมพ์). *Name of conference*. Publication Place (if any) : Printing name (if any).

Author's name. (Publishing Year). *Title shown on website*. accessspecify date, month, year, from <http://xxxxx>

.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....
.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....



Title in English (Uppercase TH Sarabun New Font size 16)

Name-Surname of Author (English TH Sarabun New Font size 14)

(Received:; Revised:; Accepted:)

ABSTRACT

[Type here : not exceed 250 words]

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....
.....
.....

Keywords : [Keyword_1] ;[Keyword_2] ;[Keyword_3] ;[Keyword_4] ;[Keyword_5]
(Not exceed 5 words TH Sarabun Font size 15)

Introduction

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....
.....
.....

Topics

1.(TH Sarabun New Font size 15).....

2.(TH Sarabun New Font size 15).....

3.(TH Sarabun New Font size 15).....

4.(TH Sarabun New Font size 15).....

Conclusion

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....
.....
.....
.....

Suggestions

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....
.....
.....
.....



Bibliography

Author's name. (Year). *Book title*. (Edition). Publication Place : Printing name.

Author's name. (Year). Article title. *Journal name*. Volume No. (Issue No.), Page No. (put first-last page of the article).

Author's name. (Year, Month Date). Title of paper/news. *Newspaper title*, Page No. (put page no. paper/news shown)

Author's name. (Year). *Dissertation name*. (Level of Dissertation). Publication Place : Institution Name.

Host's name. (Year). *Name of conference*. Publication Place (if any) : Printing name (if any).

Author's name. (Publishing Year). *Title shown on website*. accessspecify date, month, year, from <http://xxxxx>

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....



หนังสือรับรองการส่งบทความ

วันที่ เดือน พ.ศ..

เรื่อง ส่งบทความและลายมือชื่อยินยอมของผู้นิพนธ์

เรียน กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี

ข้าพเจ้า ขอรับรองว่า บทความเรื่อง

• ชื่อบทความ (ไทย) : .

ชื่อบทความ (อังกฤษ) : .

• ประเภทของบทความ

☐ บทความวิจัย

☐ บทความวิชาการ

• บทความอื่น ๆ (ระบุ)

(ให้ท่านใส่เครื่องหมาย ✓ ในกล่อง ☐ เพื่อรับรองบทความแต่ละหัวข้อ)

☐ บทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์ หรือกำลังตีพิมพ์ในวารสาร หนังสือ หรือสื่อสิ่งพิมพ์

อื่น ๆ

☐ บทความนี้มีข้อมูลถูกต้องและเป็นข้อเท็จจริงทุกประการ

☐ บทความนี้ไม่มีการลอกเลียนงานวิชาการ (plagiarism)

☐ บทความนี้ไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยวิเคราะห์

ข้อมูลในงานวิจัย

ผู้แต่งที่เป็นตัวแทนในการติดต่อกับกองบรรณาธิการ (ชื่อ)

สังกัด

ที่อยู่ติดต่อ :

เบอร์โทรศัพท์สำนักงาน : เบอร์โทรศัพท์มือถือ :

e-mail:

ข้าพเจ้าขอรับรองข้อมูลข้างต้นเป็นจริงทุกประการหากมีการฟ้องร้องเกิดขึ้น
ข้าพเจ้ายินยอมให้วารสารฯ เพิกถอนบทความดังกล่าว และเป็นความรับผิดชอบทาง
กฎหมายของผู้แต่งทั้งหมดในบทความนี้โดยไม่เกี่ยวข้องกับวารสารฯ ใด ๆ ทั้งสิ้น

ลงชื่อ
(.....)

ผู้แต่งลำดับที่ 1

ลงชื่อ
(.....)

ผู้แต่งลำดับที่ 2

ลงชื่อ
(.....)

ผู้แต่งลำดับที่ 3

ลงชื่อ
(.....)

ผู้แต่งลำดับที่ 4



ทั้งนี้ การรับตีพิมพ์บทความขึ้นอยู่กับพิจารณาของกองบรรณาธิการ และหากกองบรรณาธิการตรวจสอบพบว่าการละเมิดข้อใดข้อหนึ่ง กองบรรณาธิการมีสิทธิถอดถอนบทความจากวารสารได้

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของบทความ

- ☐ ไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น
- ☐ มีเอกสารรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน จาก เลขที่ วันที่(ถ้ามี)
- ☐ จำนวนหน้าไม่เกิน 15-20 หน้ากระดาษ B5 (JIS) รวมบทคัดย่อ/Abstract (กรณีจำเป็นเกิน 20 หน้า ให้ระบุเหตุผล.....)
- ☐ จำนวนคำในบทคัดย่อภาษาไทยไม่เกิน 250 คำ
- ☐ จำนวนคำในบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) ไม่เกิน 250 คำ
- ☐ เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ APA7 (รายละเอียดตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ)

ลงชื่อ
(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 1

ลงชื่อ
(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 2

ลงชื่อ
(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 3

ลงชื่อ
(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 4



รายละเอียดการส่งบทความ

1. การส่งเอกสารเข้ารับการพิจารณา (สมัครสมาชิกและส่งบทความออนไลน์ ทาง https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSA_FMS_URU)
 - 1.1 แบบฟอร์มใบนำส่ง (หนังสือรับรองการส่งบทความ/ ผลการวิจัย) (ไฟล์ pdf)
 - 1.2 เอกสารได้รับอนุมัติให้วิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน (ไฟล์ pdf) (ถ้ามี)
 - 1.3 บทความ (ไฟล์ word)
2. หลังจากได้รับคำแนะนำให้ปรับแก้ ครั้งที่ 1 ให้ส่งเอกสารดังนี้
 - 2.1 เอกสารฉบับจริง (ทางไปรษณีย์)
 - 2.1.1 ใบนำส่ง
 - 2.1.2 เอกสารได้รับอนุมัติให้วิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
 - 2.2 บทความที่แก้ไขแล้ว (อัปโหลดทางออนไลน์)

โปรดส่งเอกสารมาที่

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ถนนอินใจมี ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000
โทรศัพท์ 055-416601-20 ต่อ 1500, 089-9617442
e-mail : fms.uru2018@gmail.com



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting

คณะกรรมการจัดทำวารสาร

1. อาจารย์ ดร.ฐิติวรดา แสงสว่าง
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนินท์ นนทโคตร
4. อาจารย์ ดร.ธัญญา จันทร์ตรง
5. อาจารย์ ดร.เวียง วงศ์จินดา
6. อาจารย์สิทธิพร พรอุดมทรัพย์
7. นางสาวปรารัตน์ สุขดี

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ จะได้รับการพิจารณา และการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review Process) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน ต่อ 1 บทความ ในลักษณะ Double-blind peer review วารสารมีขั้นตอนดำเนินการจัดพิมพ์ดังนี้

1. กองบรรณาธิการจะตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องของต้นฉบับ
2. จัดส่งต้นฉบับให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง อ่านประเมินต้นฉบับ บทความละ 3 ท่าน
3. ส่งให้ผู้เขียนแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) สามารถอธิบายหรือชี้แจงข้อสงสัยผ่านบรรณาธิการ
4. กองบรรณาธิการตรวจสอบความถูกต้อง และจัดพิมพ์ต้นฉบับ
5. จัดส่งต้นฉบับให้กับโรงพิมพ์ ดำเนินการจัดทำรูปเล่ม
6. กองบรรณาธิการเผยแพร่วารสาร



JMSA
Journal of Management
Science and Accounting

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE
UTTARADIT RAJABHAT UNIVERSITY
เลขที่ 27 ถนน อินใจมี ต.ท่าอิฐ อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ 53000
โทร. 055-411096-1500